



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MEJORA DE LA
COMPRA Y VENTA DE CACAO EN EL CANTÓN VENTANAS**

Autor: Moya Pazmiño José Enrique

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2020

DEDICATORIA

Este presente proyecto está dedicado primeramente a Dios, a mis padres y mi hermanita Verito por ser el motivo que me inspiran a seguir luchando cada día, razones por las cuales no he desmayado por más cansado que esté.

También no puedo dejar a un lado a ti Mónica que fuiste mi motor de arranque que siempre estuvo ahí en las altas y bajas, pero siempre de la mano sin mirar atrás luchando para poder llegar hasta donde hoy lo estamos.

Moya Pazmiño José Enrique



AGRADECIMIENTO

Al Instituto Boliviano Tecnológico por el tiempo prestado, a los docentes por impartir sus conocimientos y a mis compañeros de aula por todo lo compartido en cada momento.

Gracias a cada equivocación que me dio el valor y la inteligencia para llegar hasta aquí, y con cada experiencia ganada que me ha hecho crecer como persona y en lo profesional, para poder cumplir con uno de mis sueños propuestos que hoy en día ya es una realidad.

Y a todas las personas que estuvieron apoyándome, motivándome, y aconsejándome incondicionalmente.

Moya Pazmiño José Enrique

**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MEJORA DE LA
COMPRA Y VENTA DE CACAO EN EL CANTÓN VENTANAS**

Autor: **Moya Pazmiño José Enrique**

Tutor: **Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**

RESUMEN

Es importante ya que Ecuador es uno de los países que produce cacao fino, reconocidos internacionalmente en el mercado por su sabor y aroma única. Proponer un plan de negocio para la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas. En el presente proyecto se va a utilizar el método analítico ya que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos por separado, es decir analizar, observar las causas y las naturalezas de los efectos. El método científico porque en este proceso destinamos a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos y que permitan obtener conocimientos útiles al hombre y la verdad. Propuesta de un plan de negocios para la mejora de la compra y venta de cacao en el Catón Ventanas, Proponer un método de negocio para la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas Provincia de los Ríos.

Plan

Causa

Negocio

Método

**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MEJORA DE LA
COMPRA Y VENTA DE CACAO EN EL CANTÓN VENTANAS**

Autor: **Moya Pazmiño José Enrique**

Tutor: **Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**

Abstract

It is important since Ecuador is one of the countries that produces fine cocoa, internationally recognized in the market for its unique flavor and aroma. Propose a business plan for the purchase and sale of cocoa in the Ventanas Canton. In this project, the analytical method will be used as it distinguishes the parts of a whole and proceeds to an orderly review of each of its elements separately, that is, to analyze, observe the causes and the nature of the effects. The scientific method because in this process we aim to explain phenomena, establish relationships between facts and state laws that explain physical phenomena and allow us to obtain useful knowledge of man and truth. Proposal of a business plan for the improvement of the purchase and sale of cocoa in the Ventanas Catón, Propose a business method for the purchase and sale of cocoa in the Ventanas Province of Los Ríos Canton.

Plan

Cause

Deal

Method

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de aceptación del tutor	iv
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación	v
Certificación de aceptación del cegescit	ix
Resumen	x
Abstract	xi
Índice general	xii
Índice de tablas	xiv
Índice de gráficos.....	xv

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto	3
Situación conflicto.....	4
Delimitación del problema.....	4
Formulación del problema	4
Evaluación del problema.....	5
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
Objetivo general:	6
Objetivos específicos:	6
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	8
Antecedentes referenciales	21
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	23
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
DEFINICIONES CONCEPTUALES	25

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Diseño de la investigación	28
Tipos de investigación	30
Técnicas de investigación.....	32
Procedimiento de la investigación.....	32

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	34
PLAN DE MEJORAS	47
CONCLUSIONES	52
RECOMENDACIONES.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Paginas:
Tabla 1 Situación conflicto	4
Tabla 2 Iniciativa empresarial clave del éxito	37
Tabla 3 Capacitación en el ámbito empresarial	38
Tabla 4 Ámbito de negocio	39
Tabla 5 Proceso de comercialización.....	40
Tabla 6 Plan de negocio	41
Tabla 7 Desarrollo sostenible del país	42
Tabla 8 Ecuador cuna de cacao más finos del mundo	43
Tabla 9 Cultivo del cacao proporciona beneficio al Ecuador	44
Tabla 10 Organización entre los agricultores	45
Tabla 11 Diseñar un plan de negocio	46
Tabla 12 Marco Lógico para un Plan de Negocios.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Iniciativa empresarial clave del éxito	37
Gráfico 2 Capacitación en el ámbito empresarial.....	38
Gráfico 3 Ámbito de negocio.....	39
Gráfico 4 Proceso de comercialización	40
Gráfico 5 Plan de negocio.....	41
Gráfico 6 Desarrollo sostenible del país.....	42
Gráfico 7 Ecuador cuna de cacao más finos del mundo	43
Gráfico 8 Cultivo del cacao proporciona beneficio al Ecuador	44
Gráfico 9 Organización entre los agricultores	45
Gráfico 10 Diseñar un plan de negocio	46

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

En forma general se dice que mercado es cualquier persona o demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio, en teoría económica un mercado implica un conjunto de condiciones y fuerzas que determinan los precios. También implica una demanda para un producto o un servicio. La determinación del precio y las transferencias del título son actividades esenciales para la existencia de un mercado.

Según (Philip Kotler, Armstrong Gary, 1995) un mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que pueden satisfacerse mediante una relación de intercambio.

Y para esto, ningún plan funciona sin tener presente en todo momento que participación de las personas, se debe trabajar fuertemente, involucrar procesos de seguridad a los recursos humanos, desde antes de la contratación y durante toda su permanencia, hasta que dejan la empresa.

Es común encontrarse con empresas que implementan distintos niveles de control de acuerdo a si la persona es contratada o "propia", aunque en realidad los controles deberían implementarse en base al riesgo involucrado, y no de acuerdo a la modalidad de contratación. Se sorprenderían de ver como algunos Dueños o Directores no cumplen la política de contraseñas definida en la empresa.

Los consumidores tienden a ver los productos, unos más complejos que otros, pero cada uno tiene beneficios que satisfacen necesidades

dependiendo del sector de donde se desarrolla la actividad, es decir la venta. Al desarrollar productos se debe realizar un análisis minucioso para identificar las necesidades básicas del consumidor; diseñar el producto real, encontrar las formas de aumentarlo, para crear el conjunto de beneficios que proporcionará satisfacción para la experiencia del cliente.

Los agricultores del cantón Ventanas ubicado en la provincia de los Ríos, presentan un desorden en la organización y escasa integración en la línea de comercialización de cacao, no tienen éxitos en logros de trabajos asociativos, y venden el cacao a comerciantes intermediarios a precios bajos, en esta localidad se presenta bajos niveles de productividad de las cosechas de cacao debido a que no existe un manejo e innovación.

La no existencia de organización y trabajo en afinidad para un desarrollo de empresas inclusivas en favor de los agricultores del Cantón Ventanas ha hecho que repercuta y afecte en la baja de los precios de compra y venta de cacao.

La negociación del cacao se realiza para los diferentes mercados, nacional e internacional, a través de cooperativas de productores, y en forma independiente mediante productores individuales.

En el caso de productores organizados, cuando el cacao va al mercado internacional, se requiere dar los siguientes pasos:

- Contactar al comprador.
- Negociar y formalizar contratos de venta.

En los contratos de venta se especifican los compromisos de ambas partes, así como los estándares de calidad, cantidad, el lugar y la fecha de entrega. Los productores independientes venden el cacao en Baba a diferentes cooperativas. O venden cacao seco sin fermentar a comerciales o tiendas y comerciantes que abastecen a la industria nacional o los mercados

Los agricultores del Cantón Ventanas Provincia de Los Ríos, debido a la necesidad que presentan en su economía y al temor de que el producto se dañe por el tiempo que permanezca guardado, siendo este en varios de los casos, el único ingreso para la sustentación del hogar y familia, se sienten obligados a vender en precios sumamente bajos que les ofrecen los compradores intermediarios.

Situación conflicto

Tabla 1 Situación conflicto

Antecedentes	Consecuentes
No existe un control	Intermediarios oportunistas
Carencia de una organización	Ausencia de autoridades
El producto pierde peso y color	Precios bajos

Editado por Moya (2019)

Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Economía

Aspectos: Plan Negocio, Compra venta de Cacao

Tema: Propuesta de un plan de negocios para la mejora de la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas.

Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la ausencia de un plan de negocios, en la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas, Provincia de los Ríos, en el año 2019?

Preguntas de investigación

1.- ¿Qué estrategias motivacionales se implementarían para mejorar el precio del producto?

2.- ¿Qué técnicas son necesarias para ayudar con las necesidades de los agricultores?

3.- ¿Cómo se informaría a los agricultores sobre los precios establecidos del cacao?

Variables de la investigación

Variable independiente: Plan de negocios

Variable dependiente: Compra y venta de cacao

Evaluación del problema

Relevancia: Este trabajo es relevante porque permite resolver el problema identificado acerca de la falta de un plan de negocio, a través de los cuales se podrá la mejora de la compra y venta de cacao, por lo tanto, se lograra elevar las condiciones de vida de los cacaoteros y la ciudadanía en general del cantón Ventanas.

Eficacia: Permite medir el cumplimiento de los objetivos de intervención planteados que consiste en proponer un plan de negocio para la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas.

Eficiencia: Se emplea para medir la utilización de los recursos que conllevan a lograr los objetivos que se proponen mediante la elaboración de un plan de negocios en la mejora de la compra y venta de cacao.

Impacto: El proyecto plan de negocio para la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas, tiene un impacto positivo para la sociedad, ya que, los agricultores del Cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, podrán vender sus productos a precios apropiados.

Sostenibilidad: Garantiza que los objetivos tengan un impacto positivo en la sociedad y que éstos perduren para el bien de la colectividad.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general:

Proponer un plan de negocio para la compra y venta de cacao en el Cantón Ventanas.

Objetivos específicos:

- Investigar los fundamentos teóricos de plan de negocios, compra, venta, cacao.
- Diagnosticar los métodos y técnicas sobre un plan de negocios de venta de cacao.
- Elaborar un plan de negocios en la mejora de la compra y venta de cacao.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto tiene la finalidad de mejorar la eficiencia en la línea de comercialización de la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos, con el propósito de que exista un coste considerable en los precios para los agricultores de este producto.

La importancia de este trabajo investigativo radica en que siendo Ecuador uno de los países que produce cacao fino, reconocidos internacionalmente en el mercado por su sabor y aroma única necesita mejorar sus precios.

Por medio de esta investigación y mediante el empleo de un plan de negocios se espera beneficiar a los agricultores del cantón Ventanas, así

como también a la ciudadanía ecuatoriana en general, ya que, a través de la práctica se podrá conseguir inversionistas nacionales e internacionales que estén dispuestos a mejorar los niveles de productividad de las cosechas de cacao en este importante sector de la provincia de Los Ríos.

Viabilidad

Viabilidad técnica

Se la considera a esta investigación viable técnica por permitir a los agricultores un mejor conocimiento sobre la información y creación de estrategias y actividades para que tengan conocimientos sobre la comercialización de sus productos para que estos a su vez puedan hacer cumplir y respetar sus precios en beneficio general.

Viabilidad económica

Se la considera a esta investigación viable económica ya que a través de la información otorgada los agricultores se motivaran y se esforzaran por producir mayor cantidad de producto lo cual será rentable tanto para la empresa como para el agricultor.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos

La agricultura implica la simplificación de la biodiversidad natural y alcanza su forma más extrema en los monocultivos. El resultado final es la producción de un ecosistema artificial que requiere una constante intervención humana. En mucho de los casos, esta intervención consiste en la introducción de productos agroquímicos que, además de elevar temporalmente las producciones, dan lugar a numerosos costes ambientales y sociales indeseables. (Altieri 2007)

El mundo de la agricultura evoluciona rápidamente: globalización, sofisticadas cadenas de valor integradas y con oportunidades de contratación, nuevas opciones tecnológicas, servicios financieros complejos y un contexto donde hay mayor escasez y se está más expuesto a las perturbaciones. Así pues, la iniciativa empresarial es la llave del éxito para esta nueva agricultura. Sin embargo, la capacitación en el ámbito empresarial y el empleo para funciones complejas en materia de agricultura y comercialización son siempre inadecuados.

El ambiente de negocio carece de aspectos fundamentales, tales como las oportunidades para compartir el riesgo, el cumplimiento de leyes relativas a contratos, el acceso a la información fiable, las agrupaciones destinadas a asimilar los efectos provechosos de la competencia y la asociación con los sectores públicos para actividades que permitan contar con externalidades positivas y servir de aprendizaje para otros. Si bien se sabe que el capital humano en las zonas rurales es increíblemente baja, también

se necesita invertir en la creación de iniciativa empresarial y de un entorno de inversiones idónea para la agricultura. (Auguste 2012)

En relación con las exportaciones de cacao y sus derivados, se observa un fuerte crecimiento, pasando de USD 50.7 millones en el año 2000 a más de USD 812.4 millones en 2015 (Banco Central de Ecuador, 2016). Ecuador es el primer exportador de cacao en grano de la región, y uno de los principales exportadores de pasta de cacao, compitiendo con República Dominicana, Perú y Brasil. (Egas 2018)

La selva amazónica es la anarquía del cacao. En ella, la búsqueda de variedades es aventurar; la casualidad, brújula; y la suerte, destino. Cacaotales. Bella palabra ahora unida al recuerdo y a la imagen. Perfume, tacto, sensación térmica y sabor de una esencia amarga que transmuta en una dulce sonrisa tras un viaje metamórfico, casi alquímico. Y por encima de lo que los sentidos externos captan, la intangible magia del cacao, venerado ancestralmente y hasta nuestros días por las comunidades nativas que veían en él un regalo que los dioses dejaron en sus tierras, y que tenía el poder de vigorizar a sus guerreros como una pócima de Panoramix. (Roca 2018)

Lourdes Paez & Fernando Espinoza, en su libro Ecuador tierra del Cacao, señalan que hallazgos arqueológicos en los pueblos de Mesoamérica, provenientes de la Cultura Mokaya, ya sabían acerca de este fruto, esta era una comunidad de cazadores, recolectores; los restos encontrados corresponden a vasijas con huellas de cacao que datan de 3900 años de antigüedad como evidencia del primer consumo humano de este producto.

Excavaciones por un equipo de ecuatorianos y franceses en el centro arqueológico Santa Ana, en el cantón Palando a orillas del río Mayo, descubrieron rastros de una bebida elaborada con cacao en una botella de la cultura Maya Chinchipe asentada hace 5300 años.

Plan de negocios

En la actualidad las organizaciones tienen una meta común que consiste en innovar, para ello, es necesario aplicar estrategias adecuadas para facilitar el proceso, se debe recurrir al diseño de un plan de negocio que es un documento que sirve como guía que orienta a los empresarios para desarrollar una adecuada planificación, ejecución, verificación y corrección, de esta manera entrar en una mejora continua.

Es un documento dinámico, que se escribe y se reescribe, se modifica según se va consiguiendo información relevante para tomar decisiones sobre cada uno de los elementos y variables que lo conforman. Se trata de un documento en el que se presenta una serie de análisis interrelacionadas con retroalimentación permanente. Para escribir un plan de negocio, no es necesario haber completado el análisis de cada una de las etapas que lo conforman para pasar a la siguiente, se puede ir trabajando por parte para luego integrarlo. (Zorita 2015)

El plan de negocio puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevar a la práctica.

A través del mismo se va a definir, con el máximo detalle posible:

- La actividad que proyecta desarrollar la empresa.
- El mercado al que va a dirigirse.
- Las estrategias para penetrar en el mercado.
- La competencia con que se va a encontrar.
- Los objetivos y medios para lograr sus fines.
- Los recursos financieros que va a necesitar en los primeros años y las fuentes para cubrirlos.

- Las instalaciones, equipo y personal que se necesitaran. (Cabrerizo 2009)

Como se puede apreciar en la cita anterior se describir ciertos procesos que se deben tomar en consideración al momento de planear, además es indispensable analizar el potencial de la empresa y de esta manera podrá definir si conviene o no hacer el negocio; es necesario guiar las operaciones diarias para identificar cuáles son las tareas críticas que pueden realizar, finalmente tiene que conseguir financiamiento.

Utilidades básicas de un plan de negocio

La utilidad principal de un plan de negocio es la elaboración de un documento escrito que describa las perspectivas que tenga la empresa.

Herramienta de diseño

Para Torres, (2014) “El diseño o análisis del trabajo contempla todos los elementos implícitos desde su creación e inserción en la estructura organizacional hasta los cometidos, responsabilidades y perfil necesarios para ser ocupados por potenciales empleados, trascendiendo una serie de aspectos”. El diseño de un plan de negocio permite que la empresa escriba todos los detalles, las ideas y objetivos que quiera lograr.

Herramienta de reflexión

Leiva, (2007)“Ayuda a conocer de antemano y prever diversas situaciones que pueden surgir al crear una empresa” (42).

Herramienta de comunicación

El documento será un efectivo nexo de comunicación entre todas las personas que participan en la gestión del nuevo proyecto empresarial. Todos los participantes van a disponer, en cualquier momento, de la misma

información sobre la situación y los objetivos de la empresa. Dispondrán de una visión común. (Juliá 2019)

Herramienta de marketing

La planificación de marketing se entiende como un proceso en el cual se preparan las decisiones empresariales y los medios para llevarlas a cabo. Se trata del centro de la actividad de una organización. Sin un buen desarrollo, la empresa no tiene orientación clara, ni está bien definida ni dirigida. (Partal 2017)

Tipos de planes de negocio

Los diferentes tipos de planes de negocio están en función de las circunstancias y origen del mismo, es decir, que no es lo mismo hacer un plan de negocio para una nueva idea que hacer un plan de negocio para mejorar o reflotar una empresa existente, pero cabe decir que el proceso de análisis y confección sí que debería ser similar y no es recomendable saltarnos los pasos ya que es indispensable cuestionar tanto lo que se existe como lo que se pretende crear, rediseñar o mejorar de nuevo.

Es importante señalar que cada plan de negocio es totalmente diferente porque dependiendo de quien lo elabore le pone su toque personal, y también varía en función del tamaño de cada organización, lo que impide que exista un modelo único para todos los casos. (Muñiz 2010)

Es recomendable elaborar un mini plan de negocio con anticipación, con la intención de profundizar en su análisis en lo posterior, la idea es que logre despertar el interés y la curiosidad de los inversionistas.

Plan de negocios para empresa en marcha

La planificación es la clave del éxito del desarrollo de una empresa y del crecimiento de todas las compañías tanto nuevas como ya establecidas. Cuando un negocio ya está en funcionamiento, es más sencillo concentrarse en las operaciones diarias y trabajar para unos objetivos a corto plazo evaluándolos cuidadosamente. (Barrow 2002)

Según lo citado por Barrow, cuando una empresa ya está en funcionamiento, se debe asumir que cuenta con un plan de negocio, solo bastaría aplicar mejoras con la intención de fortalecer las operaciones que se desarrollan a diario en la organización.

No hay líder empresarial que no quiera diseñar una buena estrategia y ejecutarla bien. Conseguirlo, sin embargo, sigue siendo un objetivo difícil para la mayoría de las compañías. Diseñar e implantar estrategias nuevas e innovadoras para aprovechar las oportunidades en un mundo competitivo es una tarea muy difícil y laboriosa. Obviamente, no hay una estrategia única que pueda servir a todas las empresas. (Stettinius 2009)

Es necesario tener claro al momento de idear un plan de negocio, es poseer un marco de referencia, porque no se puede empezar un proyecto sin tener antes visualizado lo que se pretende lograr, además es indispensable saciarse de conocimientos, buscar una estrategia para culminar con la ejecución.

Plan de negocios para Inversionistas

Un plan de negocio que ofrezca las herramientas necesarias para la toma de decisiones del inversionista es una guía que describe los productos o servicios, mercados meta, entorno competitivo, estrategias de entrada, funcionamiento del negocio y operaciones financieras. La correcta

formulación del plan ofrece indicadores sobre oportunidades de inversión y escenarios de operación. (Pedraza 2014)

Plan de Negocios para Administradores

Cualquiera sea la estructura o tipo de plan, este debe incluir toda la información y documentación que los interesados requieran para tomar sus decisiones. Dado que las necesidades son distintas, una alternativa podría ser incluir toda la información dividida en secciones, para que cada uno de los grupos de interés lea la parte que le interese.

Para facilitar la lectura podrá utilizar títulos claros, seguidos de resúmenes concisos y finalmente información detallada en anexos que ayuden a profundizar en el análisis de cada sección. Con un plan de negocios dividido en secciones, el lector podrá escoger y se detendrá a leer lo que sea de su mayor interés. (J. E. Sánchez 2015)

Estructura general de un plan de negocio

La estructura más común de los planes de negocios consiste en pasar de los resúmenes cortos o generales a explicaciones más detalladas. De este modo, las secciones introductorias, el resumen ejecutivo y la descripción del negocio, son visiones generales y breves. La información del plan está compuesta de descripciones más profundas de los elementos y preocupaciones fundamentales de la empresa. (Harvard 2007)

Un plan de negocio contiene lo siguiente:

- Introducción
- Estudio de mercado
- Plan comercial o de marketing
- Plan de producción
- Organización y recursos humanos

- Plan económico – financiero
- Valoración final

El cacao

El cacao es una planta humbrófila, es decir necesita de la sombra para su desarrollo. Durante los primeros estadios de su crecimiento y para su desarrollo óptimo, el cacao requiere de una sombra que deje pasar aproximadamente el 50 por ciento de la luz total. En plantaciones adultas la cantidad de luz recibida por el cacao debe ser aproximadamente entre un 50-70 por ciento del total. Al eliminar completamente la sombra en cacaotales productores, se observa un rápido incremento del rendimiento, pero la planta pronto se deteriora. (Malespín 1982)

Características físicas del suelo óptimo para el cacao

Antes de emprender un programa de fertilización del cacaotal, es necesario conocer el nivel de fertilidad natural del suelo. Ese diagnóstico se puede hacer por medio de análisis de suelo, y en forma más sofisticada, por medio de análisis foliar. Este último tipo de análisis es quizás el más recomendado en caso de posibles deficiencias de elementos menores. Los muestreos de suelo y de hoja requieren la aplicación de ciertas normas por lo se debe consultar a un agrónomo o a los laboratoristas de suelos respectivos. (Enríquez 1983)

Las texturas intermedias, que van desde franco-arcillosas a franco-arenosas son óptimas para cacao en la mayoría de los casos. Incluso en zonas de mucha lluvia, los suelos de textura limosas son preferibles a los de texturas arenosas, en los que podría sospecharse un mal estado nutricional. En zonas secas, es esencial una buena retención de humedad; los suelos con texturas arcillosas cerca de la superficie son convenientes a condición de que la penetración de las raíces no se impida. (Enríquez, Curso sobre el cultivo del cacao 1986)

El auge cacaotero en Ecuador

El cacao se convirtió en el nervio central de la economía ecuatoriana, favoreciendo por la demanda de los países industrializados que tenían crecientes excedentes para endulzar sus paladares, por la nueva tecnología en la construcción de barcos que bajó los precios de la transportación, las excepcionales condiciones naturales del puerto de Guayaquil y su sistema fluvial, el clima propicio para el crecimiento de la fruta y las condiciones internas de producción. (Valarezo 2004)

El cacao ecuatoriano es reconocido a nivel internacional por su aroma y sabor, de ahí su prestigio entre las principales industrias internacionales transformadoras de cacao. Este reconocimiento le permite a Ecuador ser competitivo en calidad, más no en productividad. Los países africanos son los mayores productores mundiales de cacao a nivel mundial, se han especializado en rendimiento y no en atributo de su producto. (González 2007)

La importancia de la calidad del cultivo de cacao fino y de aroma en Ecuador, la diferencia de precio en comparación con el cacao ordinario, siempre ha estado presente tanto en organizaciones nacionales y extranjeras, asociaciones de pequeños productores, gremios privados y públicos. Por ello, existen algunas iniciativas para potenciar la jerarquía del cacao fino y de aroma en el país, dirigida para los pequeños productores, buscando mejorar su organización, brindando asesoría técnica y financiando algunos estudios, entre sus objetivos está mejorar la producción en el país. (González 2007)

Compra y venta de cacao

Con la aparición de la agricultura, algunos grupos abandonan el nomadismo y comienzan a comerciar con sus productos. Surge así la primera forma arcaica de comercio, el trueque. Las actividades de comercialización han evolucionado a lo largo de la historia. Ha ido adquiriendo complejidad según el mercado. (C. Hernández 2018)

En desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina en referencia al Sector Cacaotero, se identifica por la motivación de la siembra de la calidad del cacao, la variedad nacional o teobroma en el Ecuador, el cultivo de cacao se presenta desde antes de la venida de la conquista Española, hacia América, se lo utilizaba como moneda en otras ocasiones como canje. (B. Hernández 2018)

El cultivo de este fruto representa hoy una gran oportunidad para el desarrollo sostenible del país, que tiene el privilegio de ser la cuna de los cacaos más finos del mundo. Su comprobado valor nutricional y la masiva aceptación de su exquisito sabor gracias al preciado chocolate, su principal producto derivado, cubren las demandas del creciente interés por una nutrición saludable, apasionada por el descubrimiento de cacaos de sabores únicos y exclusivos. (USIL 2017)

El auge cacaotero en el Ecuador, comprende desde finales del siglo XIX hasta principios del XX, en esta época hubo una importante demanda del cacao ecuatoriano convirtiendo al país en el primer exportador cacaotero del mundo, se lo cultivaba generalmente en la costa, principalmente en Guayas, Los Ríos, Manabí y El Oro.

El cultivo del cacao proporcionó importantes beneficios al país, ya que, el dinero que resultaba de la venta de este producto se guardaba en los bancos privados, el cual servía para proporcionar créditos, préstamos a los hacendados, comerciantes inclusive hasta se utilizaba para ayuda del mismo gobierno.

De la misma manera aumentó considerablemente el número de pequeños comerciantes, profesionales y servidores públicos. En conclusión el comercio es algo importante en la vida de las sociedades.

Tipos de cacao que se comercializan en el mercado

Existen dos tipos de cacao en el mercado calificándolos como: corriente u ordinario que representa el 95% de la producción anual. La mayor producción de este tipo de producto viene de África y Brasil; esta fruta se destina en gran parte para la producción de manteca y cacao finos que tienen sabores y aromas distintivos representan el 5% de la producción mundial. Se utilizan en la elaboración de chocolates negros o tipo gourmet porque le confieren a los productos características de aroma y sabor especiales. (V. A. Sánchez 2007)

Cacao orgánico

El cacao fino tradicional es cultivado en forma orgánica, es decir sin el uso de químicos que no se puedan descomponer en el proceso natural del suelo y del agua, por lo tanto una gran mayoría del cacao fino pudiera clasificarse como orgánico, pero en la práctica ha habido una serie de problemas para poder certificar la parte orgánica de la finca, puesto que los mercados exigen ciertas condiciones, las que resulta muy onerosas, especialmente para pequeños agricultores que están en capacidad absoluta para hacer esa certificación.

El cacao orgánico podría ser comercializado independientemente del origen del mismo, pues sería deseable que tanto del tipo fina como del ordinario, se encuentren en el mercado. El problema es que la producción del tipo ordinario sin la intervención de agroquímicos podría ser un tanto antieconómica. (Enriquez 1998)

Este es un tipo de cacao orientado exclusivamente al mercado internacional. Cuenta con certificado que lo acredita como orgánico. Es sometido a un proceso de fermentación, secado, clasificación y empaque para brindarle las condiciones óptimas de exportación. Es utilizado para la fabricación de chocolate, para lo cual requieren un producto de alta calidad.

Cacao convencional

El cacao convencional no cuenta con certificado ni tiene un sistema interno de control sobre el tipo de manejo y uso de insumos. Tiene gran demanda internacional especialmente en los Estados Unidos, Europa y Japón. Es utilizado tanto para la fabricación de chocolates como para el polvo de cacao. Otro uso importante es la manteca extraída del cacao para la industria cosmética.

Aunque un productor no utilice químicos en sus plantaciones y utilice técnicas agroecológicas, si no tiene el respaldo de un certificado que lo acredite, su cacao es clasificado en el mercado como convencional. En Centro América, es utilizado como materia prima para su posterior procesamiento y transformación. Entre los clientes están importadores salvadoreños y la industria nacional.

Cacao poco fermentado o sin fermentar

Este es un tipo de cacao donde los granos no son fermentados y secados de forma apropiada. Es el cacao de mayor demanda en los mercados regionales para la elaboración y consumo de cereales y bebidas tradicionales.

La comercialización en el mercado de este tipo de cacao se da de dos maneras:

- Los intermediarios llegan a las fincas a comprar el producto.

- los productores llegan a los mercados a vender el producto o intercambian con otros productos.

A nivel centroamericano, existen un gran número de intermediarios que se dedican a la compra de este tipo de cacao con el fin de venderlo principalmente en Nicaragua, El Salvador y Guatemala.

Precio internacional del cacao

El precio internacional del cacao se caracteriza por sus constantes fluctuaciones a lo largo de los años, producidas por cambios bruscos en la oferta y demanda, por las reservas disponibles, la especulación que se registra en los mercados secundarios y la concentración del número de empresas que comercializan y transforman el cacao en el mundo; lo que ha generado un oligopolio que maneja el precio internacional del cacao.

El precio internacional del cacao en grano se determina fundamentalmente por las transacciones en las Bolsa de Londres y de Nueva York. Usualmente el cacao se negocia a través de contratos forward por medio de los cuales se acuerdan precios, cantidades y calidades del grano que deben ser entregados en el momento de expirar el contrato. (Flores 2007)

Recomendaciones a considerar para comercializar cacao

Una vez establecida una relación comercial en la comercialización del cacao, es importante considerar las siguientes recomendaciones:

- Atraer a los clientes en el mercado para esto la organización debe averiguar las necesidades y deseos de los mercados meta y satisfacerlos, ofreciéndoles precio y entrega de productos y servicios apropiados, a mejor precio que la competencia.

- Producir lo que puede vender de acuerdo con la demanda del mercado; no se produce lo que uno quiere, sino lo que el mercado demanda.
- Tratar de satisfacer las necesidades y expectativas del mercado meta, innovando para atraer a los clientes.
- Estar atentos a los cambios en las demandas del mercado, mediante la investigación de mercado. Tener en cuenta las acciones de la competencia a través de sondeos, estudios y análisis permanente.

Antecedentes referenciales

Año: 2018, Tema: "Propuesta de plan de negocio para crear un centro de acopio de cacao en cantón Babahoyo, Provincia los Ríos". Autor: Mera Dicado Carlos. Instituto: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.

Diferencia: Su propuesta es un plan de negocio para crear un centro de acopio en el Cantón Babahoyo a diferencia de mi propuesta que es plan de negocio para la mejora de la compra venta de cacao en el Cantón Ventanas.

Año: 2014, Tema: "Análisis de la comercialización de la cadena Agroindustrial del cacao en la Provincia de el Oro Región 7 en el periodo 2005-2010". Autor: Valarezo Vera Freddy. Instituto: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Diferencia: Su objetivo general fue analizar la cadena de comercialización agroindustrial del cacao a diferencia que mi propuesta es un plan de mejora para la compra y venta.

Año: 2015, Tema: Análisis del sistema de comercialización del cacao y su incidencia en los ingresos del productor. Autor: Walker Ullauri Armijos. Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Agrarias.

Diferencia: Su objetivo es análisis del sistema de comercialización del cacao y su incidencia en el ingreso del productor. A diferencia que mi proyecto es una propuesta de un plan de mejora para la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas.

Año: 2015, Tema: Fortalecimiento en la gestión administrativa de compra y venta de cacao de la asociación eco-cacao en parroquia tonchigue cantón Atacames de la Provincia de Esmeraldas. Autora: Mirna Guadalupe Vera Bermúdez. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador Sede Esmeraldas.

Diferencia: Su tesis se enfoca en la realización de una propuesta de fortalecimiento a la gestión administrativa del proceso de compra y venta de cacao en la asociación Eco-Cacao mediante un diagnostico interno. A diferencia de mi objetivo que es Plan de mejora para la compra y venta de cacao.

Año: 2013, Tema: Proyecto para implementar estrategias en la compra de cacao a fin de mejorar su calidad; uso de la trazabilidad. Autor: Galo Mauricio Durán Salazar. Universidad De Guayaquil Facultad De Ciencias Económicas.

Diferencia: Su investigación pretende determinar la viabilidad de crear una empresa exportadora de cacao, usando estrategias de compra de producto a través de incentivos para los agricultores. A diferencia de mi plan de negocio que pretende la mejora de compra y venta de cacao en el cantón Ventanas.

Año: 2013. Tema: “Plan de negocios para la exportación de cacao producido en la región 7 (Loja, Zamora y el oro) hacia Holanda. Autor: Gabriel Santiago Pérez Gutiérrez. Universidad De Cuenca Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas.

Diferencia: Tiene la afinidad de que su estudio del proyecto de la empresa “Cacao Fino de aroma del Sur” tiene la finalidad de ver cuán factible desde el punto de vista financiero, social y legal es la Inversión en el negocio, que es la venta de Cacao ecuatoriano al mercado Holandés. A diferencia de mi proyecto que es un plan de mejora en la compra y venta de cacao.

Fundamentación Legal

Ley de compañías (2017)

Art. 123.- Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Art. 124.- Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico; deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Constitución de la República del Ecuador (2014)

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía Ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica

Variables de la investigación

Variable independiente:

Plan de negocios

Cada negocio y proyecto importante necesita un plan, una hoja de ruta para abordar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio. Elaborar un plan es parte del proceso de prepararse para un negocio, mediante actividades que requieren un pensamiento honesto sobre su concepto, la oportunidad, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas. (Harvard 2007)

Variable dependiente:

Compra y venta de cacao

En la actualidad, más de 100.000 pequeños productores aún tienen cacao. Aunque la economía campesina no depende de este producto exclusivamente, en los últimos años el cacao ha contribuido de manera importante al ingreso del productor. Es importante mencionar que el mercado del cacao es tan bueno que se vende toda la producción. Hasta la última pepa del rincón más alejado, encuentra su camino al mercado.

En el caso de nuestro país, la situación es mejor porque los compradores vienen a buscar la pepa de oro y a realizar negocios directos con el productor organizado. En otras palabras, está resuelto el problema principal que existe en el mercado y además es un mercado excelente. (Gonzalez 2009)

Definiciones conceptuales

Agricultura: La agricultura es la manipulación que hacen los seres humanos de la energía en los ecosistemas. Los humanos usamos a los agroecosistemas para capturar y convertir energía solar en alguna forma particular de biomasa que puede ser usada como comida, como fibra o como combustible. (Gliessman, Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible 2002)

Biodiversidad: Etimológicamente, proviene de la raíz griega, bios, y la voz latina, diversitás-diversitátem, que significan respectivamente, vida y diversidad. La voz latina tiene también los significados de variedad, divergencia, diferencia, abundancia y copia que podrían parecernos muy distintos, pero, en realidad, encierran una sola idea. (Acuña 2003)

Cacao: El científico y naturalista sueco Carl Linneo, lo bautizó con el nombre de Theobroma cacao, del griego theo, que significa “Dios” y broma “alimento”, alimento de los dioses. La palabra cacao parece estar

relacionada con el idioma de los antiguos pobladores mexicas. (Martín 2019)

Cadena de valor: Secuencia de actividades de negocio que permiten ofrecer el producto o servicio a su cliente final. (ISEF 2019)

Comercialización: es el eslabón entre productores y consumidores de dos maneras diferentes y sin embargo simultáneas y conectadas entre sí. En primer término, los agentes de comercialización vinculan a los productores y consumidores de manera física, por las actividades reales de comprar, almacenar, transportar, elaborar y vender productos. (Saavedra 2002)

Empresa: Las empresas generan riqueza, dan ocupación a las personas, facilitan la vida con productos y servicios que permiten una calidad de vida truncada por la manera errónea de interpretar el hecho de tenerlas, o la forma de utilizarlas. Son las empresas entendidas como organizaciones, las que permiten la participación de los individuos en el progreso de la humanidad. (Anaya 2007)

Estrategias: Una estrategia es un plan general que se formula para tratar una tarea. Las estrategias vuelven menos dificultosa una labor, ya que la atienden inteligentemente, con método y con experiencia. (Mary 2009)

Estructura organizacional: Define las características de la manera en que está conformada la organización, estableciendo la jerarquía, la autoridad, las departamentalizaciones y la distribución de competencias y responsabilidades. (Jiménez 2019)

Globalización: posibilita la fase de su domesticación por la sociedad estatal y democrática: que los empresarios, sobre todo los que se mueven a nivel planetario, pueden desempeñar un papel clave en la configuración no solo de la economía, sino también de la sociedad en su conjunto. (Beck 2008)

Inversionista: Ser inversionista es una profesión en la que usted es el dueño. Es quien toma las decisiones, nadie lo manda. Y también es su propio jefe, quien establece el horario y el tiempo que le dedicara a esta profesión. (Borghino 2012)

Marketing: El marketing se encarga de estudiar cómo se inician, estimulan, facilitan y desarrollan relaciones rentables de valor que buscan satisfacer las necesidades mejor que la competencia y permiten captar mayor valor de los clientes. (Mondéjar 2013)

Monocultivo: Siembra de un solo cultivo, es el tipo de producción natural de la agricultura con enfoque industrial, donde el trabajo manual se minimiza y se maximiza el uso de insumos con fuerte base tecnológica para incrementar la eficiencia y la productividad. (Gliessman, Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible 2002)

Organización: Todas las actividades dirigidas hacia la producción de bienes o la prestación de servicios, son planeadas, coordinadas y controladas dentro de las organizaciones. Están constituidas por personas y por recursos físicos y materiales, financieros, tecnológicos, de modelo y de mercadeo. (Alfinso 2006)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Diseño de la investigación

Este trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, los cuales permitirán concebir de una manera práctica y concreta el tema de estudio “Propuesta de un plan de negocios para la mejora de la compra y venta de cacao”, proporcionará la oportunidad de que se cumplan los objetivos planteados.

El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. Utiliza las descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las preguntas y el desarrollo de la teoría. (Gómez 2006)

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población. (Gómez 2006)

Estos enfoques son de vital importancia, porque permite llegar a extraer conclusiones las mismas que derivan de las entrevistas y encuestas aplicadas a los individuos estudiados.

Modalidad de la investigación

Este trabajo de investigación con el tema “Propuesta de un plan de negocios para la mejora de la compra y venta de cacao”, adapta las siguientes modalidades:

Investigación de campo

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna. En una investigación de campo también se emplean datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas a partir de las cuales se construye el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. (García 2006)

Para obtener información veraz y tener una cercanía con los individuos objeto de estudio, se asistió al lugar donde suceden los hechos, es decir, a la zona rural del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos.

Investigación bibliográfica

La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se asocia normalmente con la investigación archivista y bibliográfica. (Romero 2009)

Sobre todo se empleó en la elaboración del marco teórico, ya que se pudo investigar en diferentes fuentes bibliográficas como en libros, revistas, folletos, artículos científicos, se visitó sitios web.

Tipos de investigación

En este trabajo de investigación se emplearon tres tipos:

Exploratoria

Los estudios de tipo observacional pueden ser participativos. En éstos, el investigador tiene el papel importante, junto con otras unidades del estudio, o puede ser no participativo. Entre los segundos, el caso más común es la encuesta. Un estudio de este tipo puede clasificarse según el medio de comunicación, encuesta por correo, por teléfono o entrevista personal. (Naghi 2000)

Descriptiva

Desde el punto de vista científico, describir es recolectar datos que luego se convertirán en información. Para los cuantitativos es recoger elementos, medir, verificar, comprobar, caracterizar; para los cualitativos es la búsqueda de información valiosa que permite llegar a otros niveles como los culturales, los sociales, de contexto, interpretativos y poco susceptibles de medición. (Maldonado 2018)

Explicativos

Este tipo de estudio está dirigido a buscar los orígenes y causas de los eventos, de los sucesos y fenómenos naturales y sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno, en qué condiciones se da y cómo se relacionan las variables. Las investigaciones explicativas son más estructuradas, además que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno, es muy útil para comprender lo que significa generar un sentido de entendimiento. (Maldonado 2018)

Población y muestra

Población

Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita cuando no se conoce su número, se habla de infinita. (Fuentelsaz 2006)

La población escogida para el desarrollo de este trabajo de investigación son los agricultores cacaoteros del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos.

Muestra

Es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiados. (Fuentelsaz 2006)

Métodos de la investigación

Método científico

Los investigadores emplean el método científico para resolver diversos tipos de problemas; por ejemplo, el científico que se dedica a la investigación pura, usa este método para lograr nuevos conocimientos. Los investigadores que cultivan la investigación aplicada, lo utilizan cuando quieren hallar un nuevo producto que mejore las condiciones de vida, cuando requieren mejorar sus tecnologías o bien cuando tienen incertidumbre en la toma de decisiones. (Rodríguez 2005)

Método inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a

conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos en una teoría. (Bernal 2006)

Método deductivo

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal 2006)

Técnicas de investigación

La entrevista es un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico. (Acevedo 2004)

El principal propósito de la encuesta es describir las características de una población. En esencia, lo que los investigadores desean averiguar es como los miembros de una población se distribuye entre ellos en una o más variables, como la edad, escolaridad, ingreso, tipo de empleo. (Limaylla 2013)

Procedimiento de la investigación

Reunir la información necesaria para la presente investigación se logró a través de la aplicación de técnicas e instrumentos aplicados a su población de la manera siguiente:

- Elegir las técnicas e instrumentos a utilizar para la investigación
- Se elaborarán los instrumentos de investigación enfocados a su población

- Se aplicarán éstas técnicas e instrumentos a su población y al entorno
- Se ordenará de manera organizada toda la información obtenida para poder analizar los resultados a través de gráficos y datos porcentuales.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Objetivo del análisis: Adquirir información mediante entrevista a Propietario de una hacienda cacaotera para encontrar solución al problema planteado.

Análisis de la entrevista al Gerente Propietario de haciendas cacaoteras

1.- ¿La producción del cacao ha mejorado la calidad de vida en los habitantes del cantón Ventanas?

Desde décadas atrás el cultivo, la producción y comercialización del cacao ha generado un importante beneficio al país, porque llegó a ser considerado como el primer exportador de cacao en el mundo, además ha permitido el mejoramiento de la calidad de vida no solo de quienes cultivamos esta fruta sino de aquellos que de alguna manera están involucrados.

2.- ¿Existen centros de acopio dentro de la provincia para vender la producción de cacao?

Si, efectivamente existen estos centros de acopio, los mismos que se encargan de reunir la producción del cacao de los pequeños agricultores de la provincia, para que de esta manera podamos llegar hacia el mercado internacional.

3.- ¿Cree usted que el precio en gramos que pagan por el cacao es adecuado?

Atravesamos por una época en donde hubo baja en el precio del cacao pero en los últimos dos años mejoro el precio.

4.- ¿Comercializa cacao a otros lugares fuera del país?

Con la ayuda de los centros de acopio que existen en la provincia, si tenemos la oportunidad de llegar hacia otros rincones del mundo.

5.- ¿La comercialización del cacao satisface sus necesidades?

Cultivar este producto conocidos por muchos como la pepa de oro si genera importantes beneficios para todos los ecuatorianos, por lo tanto si satisface nuestras necesidades.

6.- ¿Estaría dispuesto a comercializar cacao con nuevos proveedores?

Si los nuevos proveedores ofrecieran mejores precios y oportunidades, indiscutiblemente estaría dispuesto a cambiarme de vendedores.

7.- ¿Existe algún plan de negocio que controle la comercialización del cacao?

De existir considero que no están aportando en muchos para los pequeños y medianos productores de cacao, por lo tanto incentivaría en la propuesta de la creación de un nuevo plan que contribuya a mejorar las condiciones de las personas que nos dedicamos por muchos años al cultivo de este producto que ha generado importantes beneficio inclusive al Estado ecuatoriano.

Interpretaciones

1.- Respecto a la primera pregunta realizada a un productor de cacao del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, manifiesta que la producción de este producto si ha mejorado la calidad de vida en los habitantes.

2.- El entrevistado responde que si existen centros de acopio dentro de la provincia que les ayudan vender la producción de cacao.

3.- La persona entrevistada considera que el precio en gramos que pagan por el cacao si es adecuado.

4.- Respecto a la cuarta pregunta respondió que con la ayuda de los centros de acopio si logran vender sus productos hacia otros lugares del mundo.

5.- En respuesta a esta pregunta el entrevistado expresa que cultivar cacao si genera importantes beneficios para todos los ecuatorianos.

6.- El entrevistado indican que si estaría dispuesto a comercializar cacao con nuevos proveedores siempre y cuando le ofrezcan buenas oportunidades.

7.- En referencia a la séptima pregunta indica que estaría de acuerdo en que se aplique un nuevo plan de negocio que contribuya a mejorar las condiciones de las personas que se dedican al cultivo del cacao.

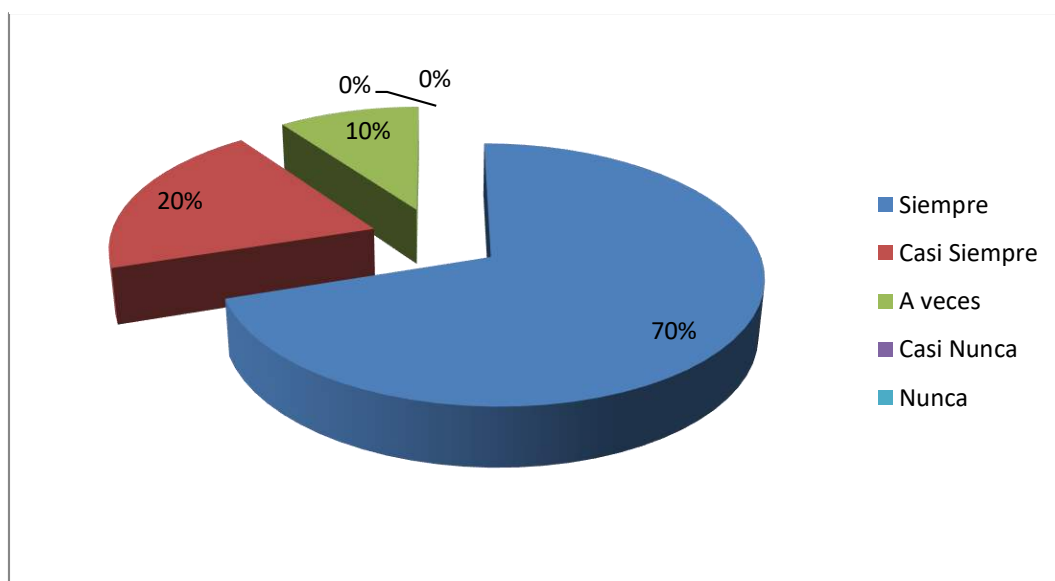
Aplicación de la encuesta

Tabla 2 Iniciativa empresarial clave del éxito

1.- Cree usted que la iniciativa empresarial es la clave del éxito para la agricultura.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	35	70%
Casi Siempre	10	20%
A veces	5	10%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 1 Iniciativa empresarial clave del éxito



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

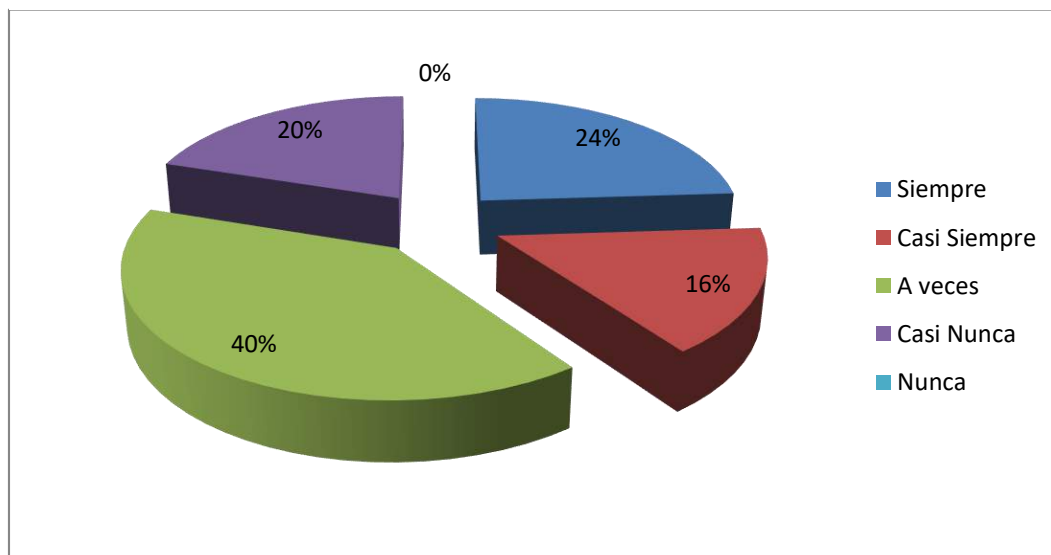
Un considerable porcentaje de encuestados manifiestan que la iniciativa empresarial es la clave que conduce al éxito sobre todo en la agricultura, por tanto, es indispensable adquirir conocimientos y ponerlos en práctica.

Tabla 3 Capacitación en el ámbito empresarial

2.- La capacitación en el ámbito empresarial en materia de agricultura y comercialización son adecuadas.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	24%
Casi Siempre	8	16%
A veces	20	40%
Casi Nunca	10	20%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 2 Capacitación en el ámbito empresarial



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

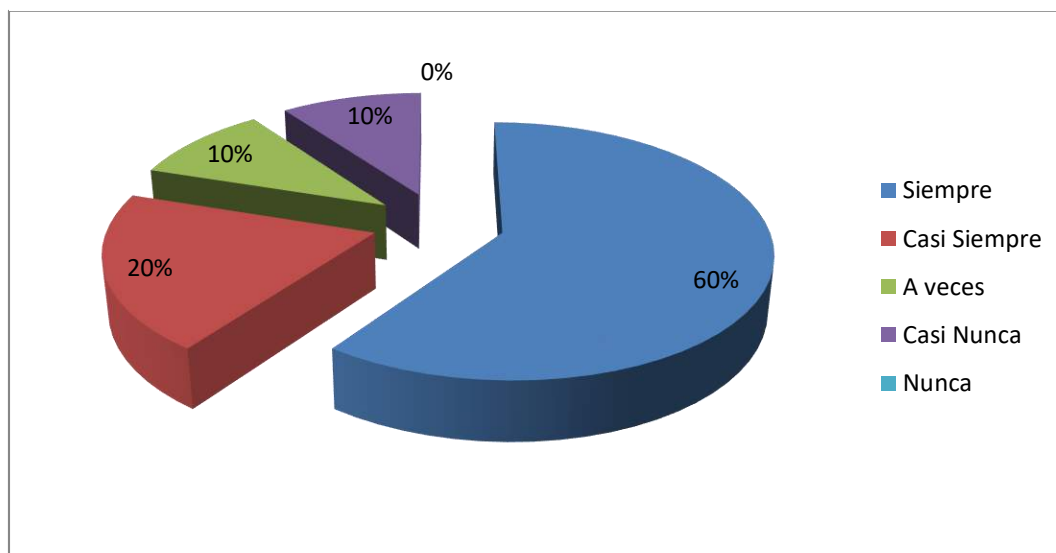
De todos los encuestados un gran número coinciden en opinar que a veces la capacitación en el ámbito empresarial en materia de agricultura y comercialización es adecuada, se necesita impulsar a los agricultores mediante charlas y talleres a fin de que se enriquezcan de conocimientos.

Tabla 4 Ámbito de negocio

3.- Cree usted que el ámbito de negocio que existe en el cantón Ventanas carecen de aspectos fundamentales para obtener excelentes resultados en la comercialización.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	30	60%
Casi Siempre	10	20%
A veces	5	10%
Casi Nunca	5	10%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 3 Ámbito de negocio



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

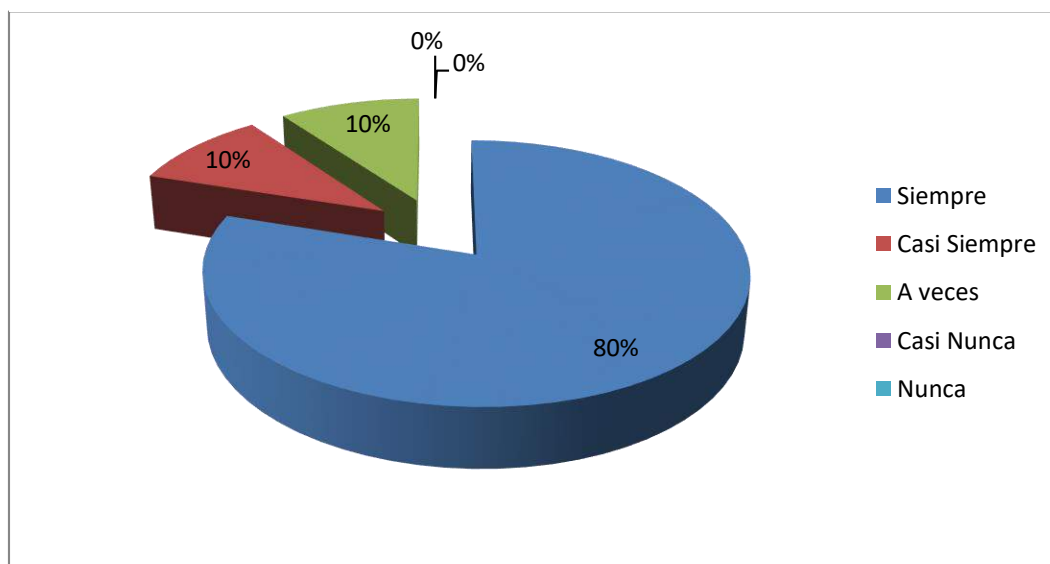
Un gran número de encuestados expresan que siempre en el ámbito de negocio que existe en el cantón Ventanas carecen de aspectos fundamentales para obtener excelentes resultados en la comercialización.

Tabla 5 Proceso de comercialización

4.- Considera usted que es necesario aplicar estrategias adecuadas para facilitar el proceso de comercialización del cacao.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	40	80%
Casi Siempre	5	10%
A veces	5	10%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 4 Proceso de comercialización



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

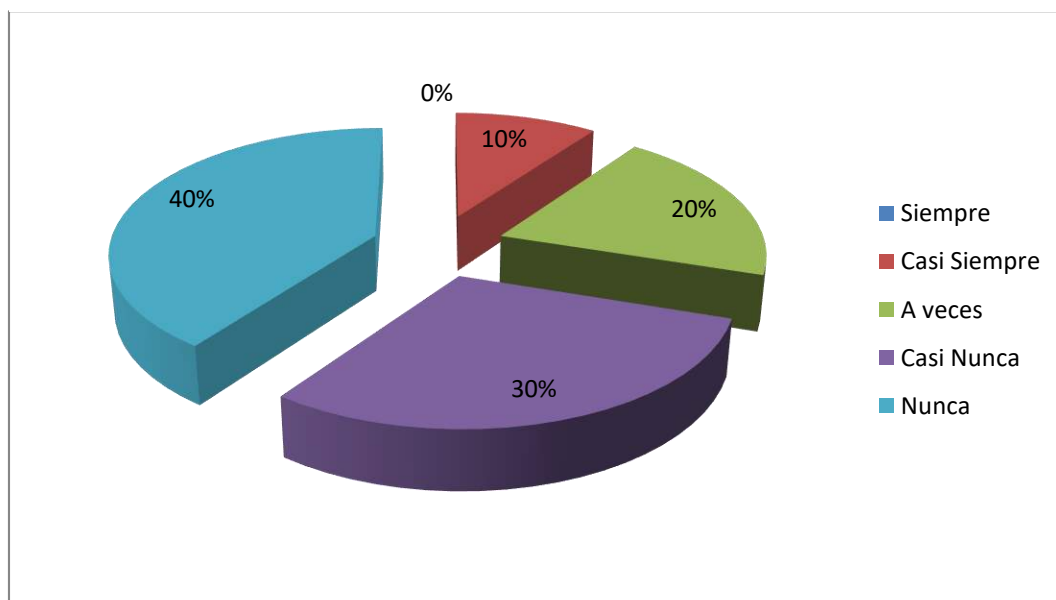
Un 80% de encuestados opinan que siempre es necesario aplicar estrategias adecuadas para facilitar el proceso de comercialización del cacao.

Tabla 6 Plan de negocio

5.- Cree usted que los productores de cacao cuentan con un plan de negocio.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	5	10%
A veces	10	20%
Casi Nunca	15	30%
Nunca	20	40%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 5 Plan de negocio



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

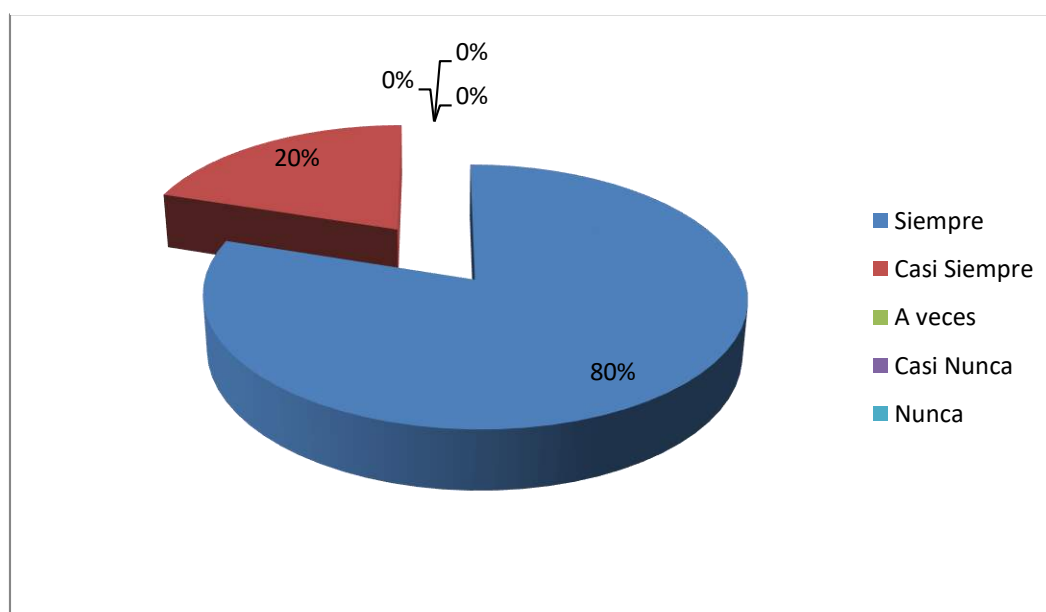
Los encuestados en su mayoría indican que los productores de cacao nunca cuentan con un plan de negocio, se sugiere la implementación de procedimientos que permitan mejorar la comercialización de productos.

Tabla 7 Desarrollo sostenible del país

6.- Cree usted que el cultivo del cacao representa una gran oportunidad para el desarrollo sostenible del país.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	40	80%
Casi Siempre	10	20%
A veces	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 6 Desarrollo sostenible del país



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

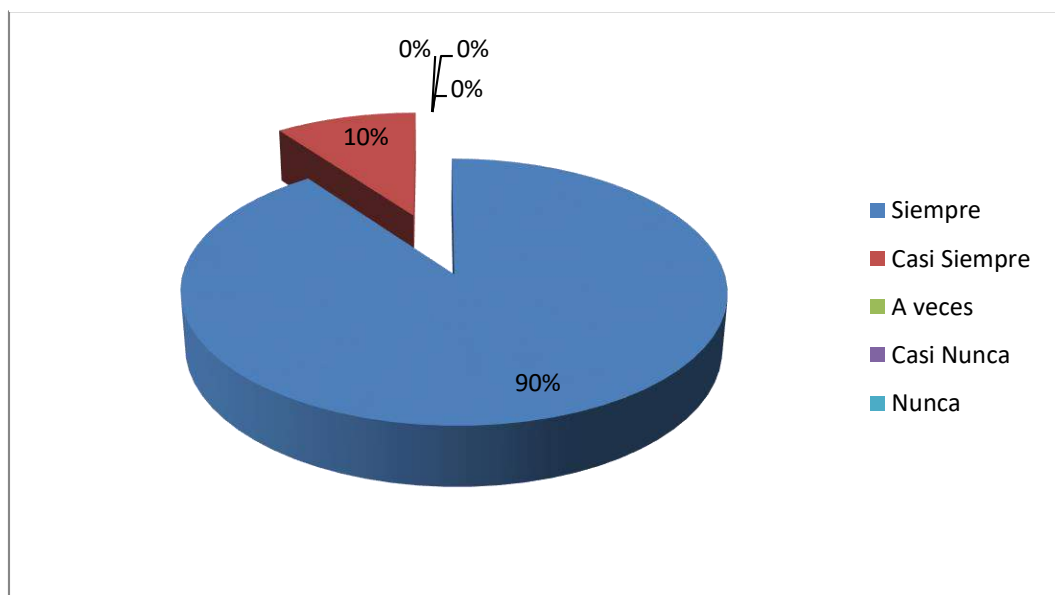
Los encuestados creen que el cultivo del cacao representa una gran oportunidad para el desarrollo sostenible del país.

Tabla 8 Ecuador cuna de cacao más finos del mundo

7.- Está usted de acuerdo que Ecuador tiene el privilegio de ser la cuna de los cacao más finos del mundo.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	45	90%
Casi Siempre	5	10%
A veces	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
 Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 7 Ecuador cuna de cacao más finos del mundo



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
 Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

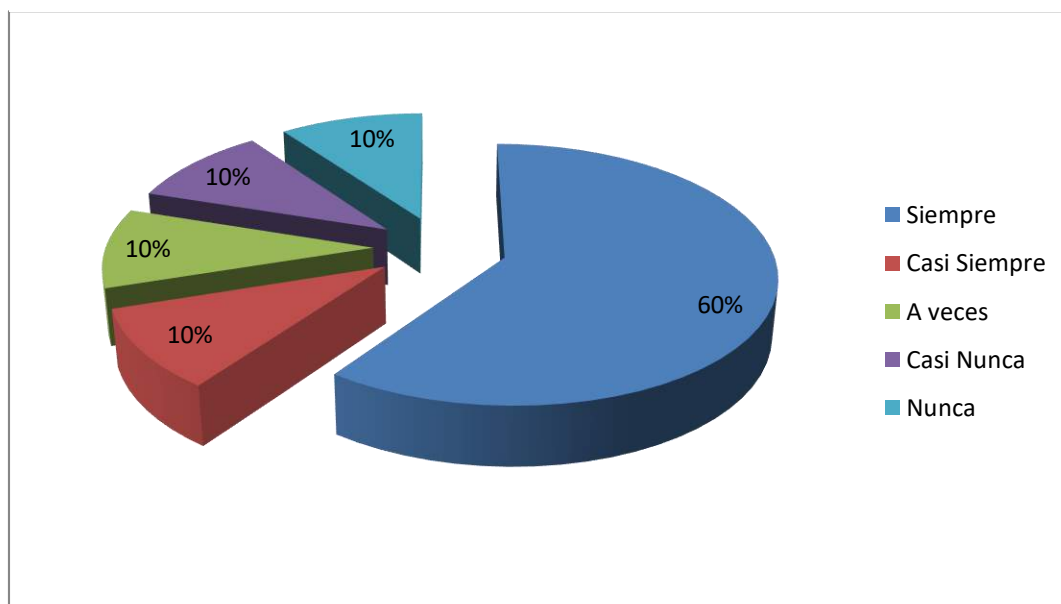
Del total de encuestados en su mayoría indican que están de acuerdo que Ecuador tiene el privilegio de ser la cuna de los cacao más finos del mundo

Tabla 9 Cultivo del cacao proporciona beneficio al Ecuador

8.- Considera usted que el cultivo del cacao proporciona importante beneficio al Ecuador.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	30	60%
Casi Siempre	5	10%
A veces	5	10%
Casi Nunca	5	10%
Nunca	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 8 Cultivo del cacao proporciona beneficio al Ecuador



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

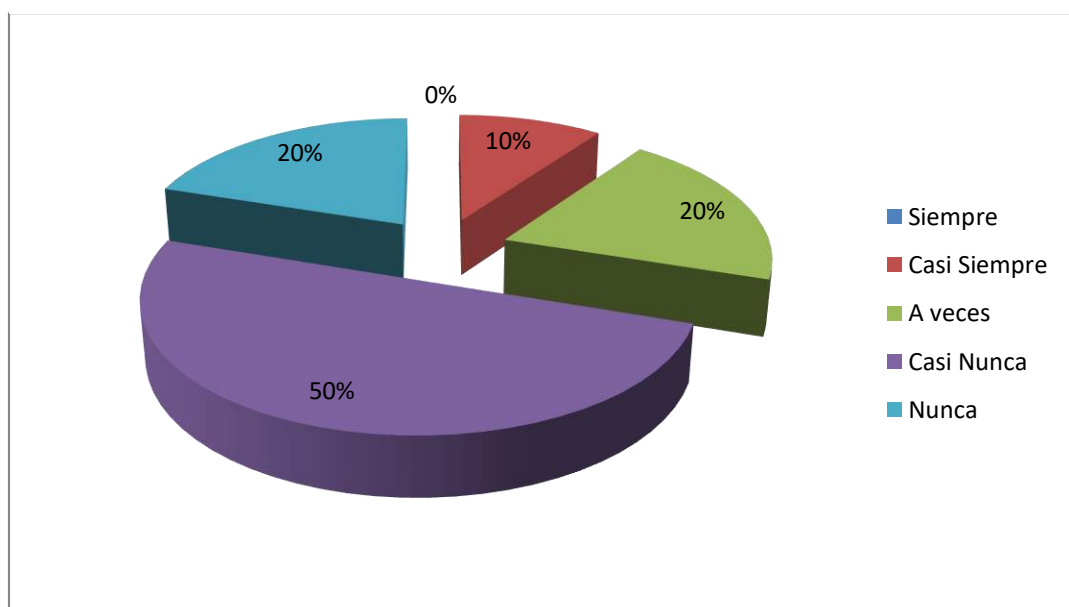
Los encuestados consideran que el cultivo del cacao siempre proporciona importante beneficio al Ecuador

Tabla 10 Organización entre los agricultores

9.- Existe una adecuada organización entre los agricultores del cantón Ventanas.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	5	10%
A veces	10	20%
Casi Nunca	25	50%
Nunca	10	20%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 9 Organización entre los agricultores



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

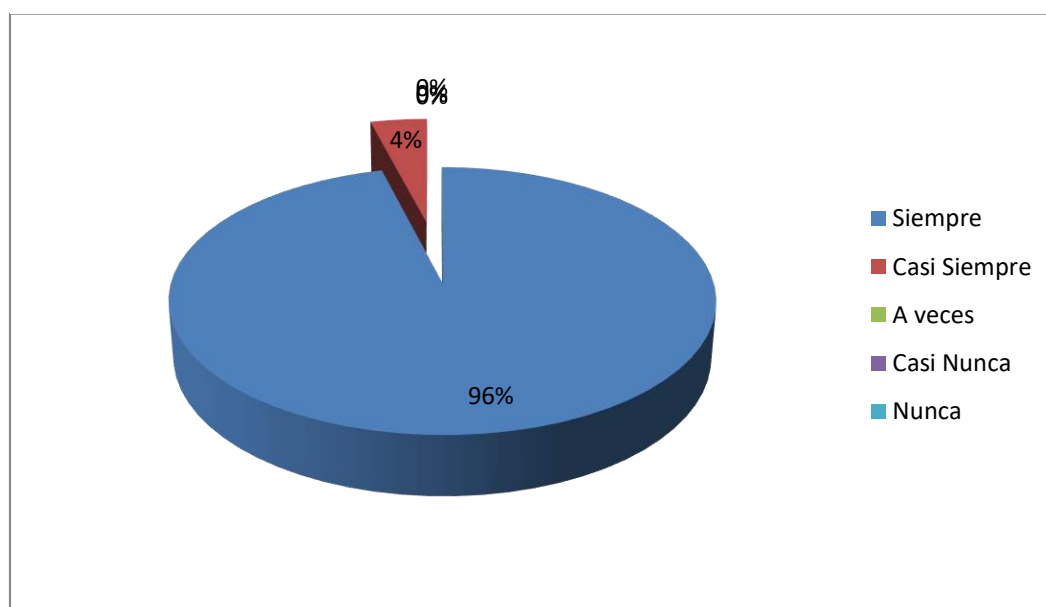
Los encuestados opinan que casi nunca existe una adecuada organización entre los agricultores del cantón Ventanas

Tabla 11 Diseñar un plan de negocio

10.- Cree usted que es necesario diseñar un plan de negocio para mejorar la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	48	96%
Casi Siempre	2	4%
A veces	0	0%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Gráfico 10 Diseñar un plan de negocio



Fuente: Agricultores del cantón Ventanas
Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Análisis

Los encuestados en su mayoría creen que es necesario diseñar un plan de negocio para mejorar la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas.

PLAN DE MEJORAS

Título de la propuesta

Plan de negocio del centro de acopio Ventanas

Justificación de la propuesta

Ecuador es un país eminentemente agrícola de gran diversidad y es uno de los principales productores de cacao a nivel mundial, pero existe ciertas inquietudes por parte de los pequeños y medianos comerciantes de cacao que pertenecen al cantón Ventanas.

Después de una amplia investigación de acuerdo a la problemática planteada sobre la falta de un plan de negocio en la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, surge la necesidad de implementar estrategias que permitan contrarrestar el problema, razón por la cual se diseña una propuesta que beneficie primordialmente al centro de acopio Ventanas, además se extiende a todas las personas que requieran de su ayuda.

Objetivo General de la propuesta

Establecer un plan de negocio que fortalezca el clima organizacional del centro de acopio Ventanas para satisfacer las necesidades de los productores y consumidores del cacao ecuatoriano.

Objetivos Específicos

- Analizar las estrategias de planes de negocio de la competencia que incentiven la imagen de este centro de acopio.

- Realizar un análisis de la cadena de valor del cacao mediante una investigación bibliográfica para determinar la importancia del sector cacaotero.
- Determinar las estrategias que permiten el cumplimiento de los objetivos planteados buscando mejores opciones de compra y venta del cacao.

Desarrollo de la propuesta

Datos de la empresa: Centro de Acopio Ventanas

Misión

Satisfacer las necesidades de los clientes, siendo su mejor elección, brindando excelencia y calidad de servicio.

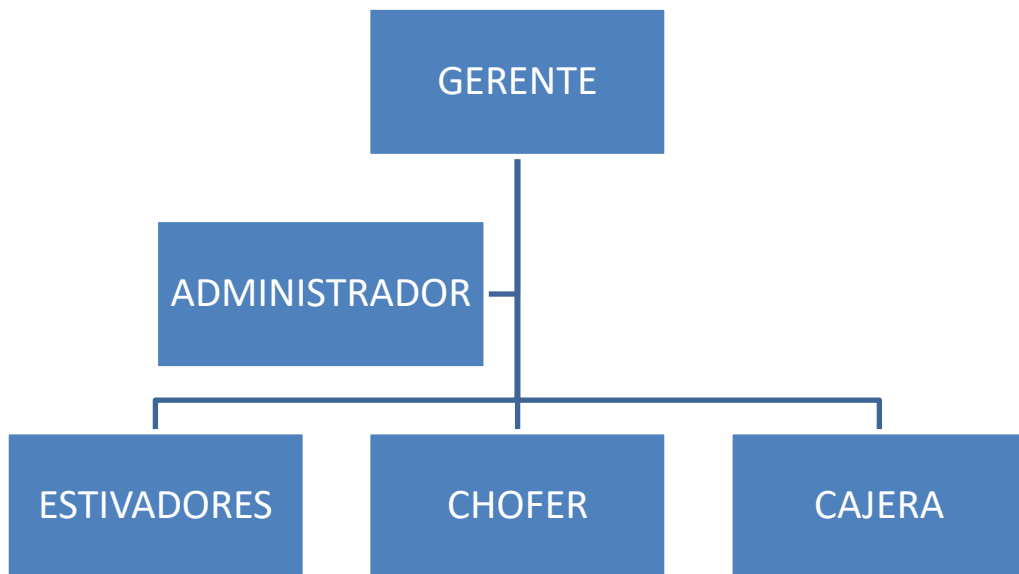
Visión

Ser líder en la comercialización de compra y venta de cacao a nivel nacional.

Valores

- Confianza
- Innovación
- Calidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Excelencia
- Lealtad
- Puntualidad

Organigrama de la empresa



Análisis situacional

El Modelo de análisis de los negocios y su entorno institucional de acuerdo con los siguientes elementos:

- Valoración del modelo de negocio.
- Análisis de la cadena de valor; facilitación y coordinación de la cadena.
- Creación de habilidades empresariales y de emprendimiento.
- Fortalecimiento de los servicios empresariales.
- Apoyo a la acción colectiva y a la construcción de alianzas.
- Análisis financiero y de inversiones.
- Análisis de mercado, y apoyo a la comercialización.
- Elaboración de políticas y estrategias.
- Actividades de sensibilización en el sector empresarial.
- Intercambio de información y conocimientos de interés para el sector de los negocios

Marco Lógico para un Plan de Negocios

Tabla 12 Marco Lógico para un Plan de Negocios

Resumen narrativo de los objetivos	Medio de verificación	Medio de verificación	Supuestos
<p>META: Implementación de plan de negocio por medio de estrategias que permiten el cumplimiento de los objetivos planteados.</p>	Aumento progresivo de negocios.	Informe anual del plan de negocio	
<p>PROPÓSITO: Ampliación del número de socios dentro del centro de acopio Ventanas.</p>	Puntualizar las etapas del plan de negocio.	Base de datos de emprendimiento de negocios Evaluación anual del proyecto	Crecimiento del centro de acopio Ventanas.
Etapas			
<p>Etapa I: Se refiere a la estructura ideológica para lo cual debe incluir nombre de la empresa, la misión, visión, valores y describir las ventajas competitivas de la empresa.</p>	Los funcionarios del centro de acopio aplican procedimientos que mejoren las condiciones de la organización.	Informe del plan de negocio Informe por semestres	Se elegirá un comité que establezca la misión, visión y valores del Centro de Acopio.
<p>Etapa II: Se refiere a la estructura del entorno mediante la planeación de las</p>	Los funcionarios del centro de acopio aplican	Informe de la elaboración de la herramienta	Conformación de red de negocios.

fortalezas y debilidades, tendencias del mercado, competencia y clientes potenciales.	un diagnóstico del entorno donde se desenvuelve la empresa.	DAFO, que permita analizar la situación del negocio.	
Fase III: Estructura mecánica, es decir, se enlistan las estrategias de distribución, ventas, mercadotecnia y publicidad.	Los directivos del Centro de acopio serán los encargados de diseñar estrategias para mejorar el negocio.	Se elabora una bitácora ayudará a detectar errores y cambiar de táctica.	Creación de plan de ventas y de Marketing que garantice un flujo constante de ingresos en el centro de Acopio.
Fase IV: Estructura financiera, mediante los cálculos y proyecciones de viabilidad de la idea.	Los directivos del Centro de acopio serán los encargados de colocar los precios del cacao	Se elabora un portafolio con el informe de los precios de los productos incluyendo los de la competencia.	Reorganización para mejorar el proceso de producción y comercialización.
Fase V: Se refiere a los recursos humanos, permite definir los puestos de trabajo, además, determina los derechos y obligaciones de cada uno de los miembros de la organización.	Los encargados del negocio detectaran las necesidades del mercado	Elaboración de informe sobre la planificación de recursos humanos.	Implementación de nuevas políticas. Impulsar el éxito de las organizaciones.

Elaborado por: Moya Pazmiño José Enrique

Conclusiones

- 1.- Mejorada la situación actual del centro de acopio Ventanas con el desarrollo de oportunidades en este sector agrícola.
- 2.- El modelo de negocio empresarial mejora la comercialización del cacao del cantón Ventanas, provincia de los Ríos.
- 3.- Las estrategias incrementan la oportunidad de mejorar la compra y venta del cacao.
- 4.- Capacitados pequeños y medianos agricultores en temas de compra y venta de cacao.
- 5.- Iniciativa empresarial conduce al éxito sobre todo en la agricultura.
- 6.- El plan de negocio mejora la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas
- 7.- Agricultores del cantón Ventanas se encuentran organizados.

Recomendaciones

- 1.- Establecer alianzas con organizaciones, proveedores para llegar hasta el consumidor final de forma oportuna y sin contratiempo.
- 2.- Que el centro de acopio logre posicionar al cacao del cantón Ventanas en el mercado nacional e internacional.
- 3.- Adquirir ventajas frente a la competencia a través de estrategias necesarias e indispensables que incrementen la oportunidad de mejorar la compra y venta del cacao.
- 4.- Beneficiar a los pequeños y medianos agricultores mediante talleres y charlas de capacitación a fin de que enriquezcan de conocimientos en temas de compra y venta de cacao.
- 5.- Incentivar a los pequeños y medianos productores de cacao mediante iniciativa empresarial.
- 6.- Evaluación del plan de negocio de la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, Alejandro. *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*. México : Limusa , 2004.
- Barrow, Paul. *Cómo preparar y poner en marcha planes de negocio*. Barcelona : Ediciones Gestión 2000, S.A. , 2002.
- Gliessman, Stephen. *Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible*. Costa Rica : LITOCAT, 2002.
- Acuña, Rafael Arturo. *La biodiversidad*. Costa Rica , 2003.
- Alfinso , Enrique . *Teoría de las Organizaciones*. México : Umbral , 2006.
- Altieri, Miguel Ángel . *Biodiversidad y manejo de plagas en agroecosistemas*. Barcelona : Romanya/Valls, S.A. , 2007.
- Anaya , Julio Juan . *Logística integral: la gestión operativa de la empresa*. Madrid : ESIC, 2007.
- Auguste , Sebastián . *¿Tiempo de cosecha?: Desafíos y oportunidades del sector agrícola* . Estados Unidos de América : Inter-American Development Bank, 2012.
- Beck, Ulrich. *¿Qué es la globalización?: falacias del globalismo, respuestas a la globalización* . Barcelona : Paidós Ibérica, S.A. , 2008.
- Bernal , César . *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* . México : Pearson , 2006.
- Borghino, Mario . *El arte de hacer dinero (El arte de)*. Hause , 2012.
- Cabrerizo, María . *Plan de negocio*. Málaga : Vértice , 2009.
- Egas , Juan José . *Análisis de políticas agropecuarias en Ecuador*. Ecuador : BID, 2018.
- Enríquez , Gustavo . *El cultivo del cacao*. San José de Costa Rica : UNED, 1983.
- Enriquez , Gustavo. *Como mantener la calidad y el aroma en el mercado del cacao fino* . San José - Costa Rica : IICA, 1998.
- Enríquez, Gustavo. *Curso sobre el cultivo del cacao*. Agrinter Agris, 1986.

- Flores , Marcos . *La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito - Ecuador : ABYA YALA, 2007.
- Fuentelsaz, Carmen. *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona : Impresiones Graficas Rey, S.L. , 2006.
- García , Pedro. *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física*. Caracas : Faces UCV, 2006.
- Gliessman, Stephen. *Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible*. Costa Rica : LITOCAT, 2002.
- Gómez , Marcelo . *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina : Brujas , 2006.
- González , Marcos. *La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito - Ecuador : Abya Yala , 2007.
- Gonzalez, Jaime . *La Comercialización del Cacao*. Quito - Ecuador : Camaren , 2009.
- Harvard. *Crear un plan de negocios*. Boston : Impact Media Comercial, S.A. , 2007.
- Hernández, Brizeida. *Educación, Desarrollo e Innovación Social*. Andavira, 2018.
- Hernández, Carolina. *Manual. Planificación del marketing de servicios (COMM041PO)*. Madrid : CIP, 2018.
- ISEF. *Resolucion Miscelanea FiscaL*. México : Ediciones Fiscales ISEF, 2019.g
- Jiménez , Luís Carlos . *Dirección y comercialización*. Madrid : Paraninfos , 2019.
- Juliá , Joan. *Cómo crear un Plan de Negocio útil y creíble: Guía para elaborar un Plan de negocio* . Barcelona : Libros de Cabecera, S.L. , 2019.
- Leiva , Juan Carlos . *Los emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica : Tecnologia ET, 2007.
- Limaylla, Quispe. *El uso de la encuesta en las ciencias sociales*. Madrid : Díaz de Santos, 2013.

- Maldonado , Jorge . *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Bogotá - Colombia : Ediciones de la U, 2018.
- . *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Bogotá - Colombia : Ediciones de la, 2018.
- Malespín , Miguel . *El Cacao*. Managua : Midinra, 1982.
- Martín , David . *Chocolate para tu bienestar*. RBA Libros, 2019.
- Mary, Rose . *Mediación en El Aula. Recursos, Estrategias Y Técnicas Didácticos Cuadernos para la enseñanza* . EUNED, 2009.
- Mondéjar , Juan Antonio . *Fundamentos de marketing*. Madrid : ESIC, 2013.
- Muñiz, Luís . *Guía práctica para mejorar un plan de negocio: Cómo diseñarlo implantarlo y evaluarlo* . Barcelona : Profit , 2010.
- Naghi, Mohammad. *Metodología de la investigación*. México : Limusa , 2000.
- Partal, Silvia. *UF1820 - Marketing y plan de negocio de la microempresa*. España : Elearning , 2017.
- Pedraza, Oscar. *Modelo del Plan de Negocios: Para Micro y Pequeña Empresa*. México : Patria , 2014.
- Peña , Alberto. *Proyecto empresarial*. Madrid : Paraninfos , 2005.
- Roca , Jordi . *Casa cacao: El viaje de vuelta al origen del chocolate*. Planeta Gastro, 2018.
- Rodríguez , Ernesto . *Metodología de la Investigación*. México : Univ. J. Autónoma de Tabasco, 2005.
- Romero , Leticia . *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales*. México , 2009.
- Saavedra , Diana . *Cadena de comercialización de la leche*. Managua : IICA, 2002.
- Sánchez , Javier Eduardo . *Elaboración e Implementación de un Plan de Negocios*. Riobamba-Ecuador, 2015.

- Sánchez , Viviana Anabel . *Caracterizacion Organoleptica del Cacao*.
Quevedo - Los Ríos - Ecuador , 2007.
- Stettinius, Wallace. *Plan de negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo:
Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha* .
Barcelona : Bresca Editorial, S.L. , 2009.
- Torres , José Luís . *Diseño y análisis del puesto de trabajo: Herramienta
para la gestión del talento humano*. Colombia : Ediciones U, 2014.
- USIL, Fondo Editorial. *Cacao: Tesoro de la Amazonía*. Perú : USIL, 2017.
- Valarezo , Galo . *El desarrollo local en el Ecuador: historia, actores y
métodos*. Quito - Ecuador : ISBN , 2004.
- Zorita , Enrique . *Plan de Negocio*. Madrid : ESIC , 2015.

ANEXOS

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO

ENTREVISTA

DATOS INFORMATIVOS

Fecha: 14 Enero 2020

Nombre del Entrevistado: Ing. Sánchez Ochoa Rafael

Nombre del Entrevistador: Moya José

Lugar de la Entrevista: Cantón Ventanas, Oficina del Local

Hora de Inicio: 10h00 **Hora Térmica:** 10h45

Objetivo: Obtener información sobre el comercio de compra y venta del cacao en el cantón Ventanas.

FORMULARIO

1.- ¿La producción del cacao ha mejorado la calidad de vida en los habitantes del cantón Ventanas?

.....
.....
.....

2.- ¿Existen centros de acopio dentro de la provincia para vender la producción de cacao?

.....
.....
.....

3.- ¿Cree usted que el precio en gramos que pagan por el cacao es adecuado?

.....
.....
.....

4.- ¿Comercializa cacao a otros lugares fuera del país?

.....
.....
.....
.....

5.- ¿La comercialización del cacao satisface sus necesidades?

.....
.....
.....
.....

6.- ¿Estaría dispuesto a comercializar cacao con nuevos proveedores?

.....
.....
.....
.....

7.- ¿Existe algún plan de negocio que controle la comercialización del cacao?

.....
.....
.....
.....

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO

ENCUESTA DIRIGIDA A AGRICULTORES DE CENTRO DE ACOPIO VENTANAS

Objetivos: Obtener información sobre el comercio de compra y venta del cacao en el cantón Ventanas.

La información que solicitamos en las siguientes encuestas será manejada con confiabilidad, por ello no requiere sus datos personales. De antemano agradecemos su colaboración

Instrucciones: Marque con una (x) la opción que usted considere, significando: **S=** Siempre, **CS=** Casi Siempre, **AV=** A veces **CN=** Casi Nunca.

Tiene 15 minutos para responder las preguntas, Utilizar Lápiz

CUESTIONARIO

Preguntas	Alternativas			
	S	CS	AV	CN
1.- Cree usted que la iniciativa empresarial es la clave del éxito para la agricultura.				
2.- La capacitación en el ámbito empresarial en materia de agricultura y comercialización son adecuadas.				
3.- Cree usted que el ámbito de negocio que existe en el cantón Ventanas carecen de aspectos fundamentales para obtener excelentes resultados en la comercialización.				
4.- Considera usted que es necesario aplicar estrategias adecuadas para facilitar el proceso de comercialización del cacao.				
5.- Cree usted que los productores de cacao cuentan con un plan de negocio.				
6.- Cree usted que el cultivo del cacao representa una gran oportunidad para el desarrollo sostenible del país.				

7.- Está usted de acuerdo que Ecuador tiene el privilegio de ser la cuna de los cacaos más finos del mundo.				
8.- Considera usted que el cultivo del cacao proporciona importante beneficio al Ecuador.				
9.- Existe una adecuada organización entre los agricultores del cantón Ventanas.				
10.- Cree usted que es necesario diseñar un plan de negocio para mejorar la compra y venta de cacao en el cantón Ventanas.				

Gracias por su colaboración

Moya José

C.I. 1206736090

MATRIZ FODA

Fortalezas

- Puede comercializar a cualquier parte del mundo.
- Acceso a una comunicación a nivel mundial mediante vía internet con los clientes potenciales.
- Los clientes pueden adquirir el producto de forma fácil.

Oportunidades

- Utilizar tecnologías para simplificar el plan de negocio e incrementar el proceso de compra – venta de cacao.
- Resulta muy efectivo emplear nuevos canales de publicidad a través de Facebook y demás redes sociales.
- Aumento de competitividad, ya que ofrece a sus clientes un servicio óptimo.

Debilidades

- Transacciones no seguras
- Existe una gran competencia directa en la misma provincia.
- La sobreproducción del sector implica que se dificulte la comercialización del producto.

Amenazas

- Existen muchos competidores que en la actualidad están otorgando precios accesibles.
- Competencia muy elevada en la provincia de Los Ríos

Logo:



Fotos

