



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y
COMERCIO INTERNACIONAL**

Tema: “LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE LA ORGANIZACIÓN KALLARI DE LA PROVINCIA DE NAPO”

Trabajo de Titulación, modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo, previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional

Autora: Ing. Teresa Verónica Cáceres Morales

Director: Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo, Mg.

Ambato – Ecuador

2016

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría

El Tribunal receptor de Trabajo de Titulación, modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo, presidido por el Economista Telmo Diego Proaño Córdova Magister, e integrado por los señores Economista Giovanna Alejandra Cuesta Chávez Magister, Economista Álvaro Hernán Vayas López Magister y Doctora Vasilica María Margalina Magister, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Proyecto de Investigación y Desarrollo con el tema: “LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE LA ORGANIZACIÓN KALLARI DE LA PROVINCIA DE NAPO”, elaborado y presentado por la señorita Ingeniera Teresa Verónica Cáceres Morales, para optar por el Grado Académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo; el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Eco. Telmo Diego Proaño Córdova, Mg.
Presidente y Miembro del Tribunal



Eco. Giovanna Alejandra Cuesta Chávez, Mg.
Miembro del Tribunal



Eco. Álvaro Hernán Vayas López, Mg.
Miembro del Tribunal



Dra. Vasilica María Margalina, Mg.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en Trabajo de Titulación, modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo, presentado con el tema: “LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE LA ORGANIZACIÓN KALLARI DE LA PROVINCIA DE NAPO”, le corresponde exclusivamente a: Ingeniera Teresa Verónica Cáceres Morales, Autora bajo la Dirección del Economista Héctor Rafael Medina Salcedo Magister, Director del Trabajo de Titulación, modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Teresa Verónica Cáceres Morales.
c.c.: 1803963741
AUTORA



Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo, Mg.
c.c.: 1801760180
DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



Ing. Teresa Verónica Cáceres Morales.
C.C.1803963741

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----|
| Portada..... | i |
| A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Contabilidad y Auditoríaii | |
| AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO | iii |
| DERECHOS DE AUTOR | iv |
| INDICE GENERAL DE CONTENIDOS..... | v |
| AGRADECIMIENTO | x |
| DEDICATORIA | xi |
| RESUMEN EJECUTIVO | xii |
| EXECUTIVE SUMMARY..... | xiv |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

| | |
|--|----|
| 1.1. Tema..... | 2 |
| 1.2. Planteamiento del Problema | 2 |
| 1.2.1 Contextualización | 2 |
| 1.2.2 Análisis Crítico | 8 |
| 1.2.3 Prognosis..... | 10 |
| 1.2.4 Formulación del Problema..... | 10 |
| 1.2.5 Interrogantes | 10 |
| 1.2.6 Delimitación del Objeto de Investigación | 11 |
| 1.3 Justificación..... | 11 |
| 1.4 Objetivos | 12 |
| 1.4.1 Objetivo General..... | 12 |
| 1.4.2 Objetivos Específicos | 12 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| | |
|---------------------------------------|----|
| 2.1 Antecedentes Investigativos | 13 |
| 2.2. Fundamentación filosófica | 15 |

| | |
|--|----|
| 2.3. Fundamentación legal..... | 18 |
| 2.4. Categorías fundamentales..... | 20 |
| 2.4.1 Marco Conceptual de la Variable Independiente..... | 22 |
| 2.4.2 Marco Conceptual de la Variable Dependiente | 26 |
| 2.5. Hipótesis | 37 |
| 2.6. Señalamiento de las Variables de la Hipótesis | 37 |

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

| | |
|--|----|
| 3.1. Enfoque | 38 |
| 3.2. Modalidad Básica de la Investigación | 38 |
| 3.3. Nivel o Tipo de Investigación | 39 |
| 3.4. Población y Muestra | 41 |
| 3.4.1 Población | 41 |
| 3.4.2 Muestra | 41 |
| 3.5. Operacionalización de Variables | 43 |
| 3.6. Recolección de la información | 46 |
| 3.6.1 Plan para la recolección de información..... | 46 |

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|---|----|
| 4.1. Análisis e interpretación | 48 |
| 4.2. Comprobación de la hipótesis | 66 |

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|---------------------------|----|
| 5.1 Conclusiones | 70 |
| 5.2 Recomendaciones | 72 |

| | |
|--------------------|----|
| BIBLIOGRAFÍA | 73 |
| ANEXO 1 | 78 |
| ANEXO 2..... | 80 |
| ANEXO 3..... | 82 |
| ANEXO 4..... | 83 |
| ANEXO 5..... | 84 |
| ANEXO 6..... | 85 |
| ANEXO 7..... | 86 |
| ANEXO 8..... | 89 |
| ANEXO 9..... | 90 |
| ANEXO 10..... | 91 |
| ANEXO 11..... | 92 |
| ANEXO 12..... | 93 |
| ANEXO 13..... | 98 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1.1 Exportaciones Ecuatorianas de cacao y elaborados..... | 3 |
| Tabla 1.2 Exportaciones del Ecuador por producto primario..... | 6 |
| Tabla 2.1 Valoración en aduanas..... | 27 |
| Tabla 3.1 Unidad de observación..... | 41 |
| Tabla 3.2 Tamaño de la muestra..... | 42 |
| Tabla 3.3 Variable independiente: Capacidad de Producción..... | 44 |
| Tabla 3.4 Variable dependiente: Cobertura de las Exportaciones..... | 45 |
| Tabla 4.1 Pregunta N° 1 Entrevista..... | 49 |
| Tabla 4.2 Pregunta N° 2 Entrevista..... | 50 |
| Tabla 4.3 Pregunta N° 5 Entrevista..... | 51 |
| Tabla 4.4 Pregunta N° 6 Entrevista..... | 52 |
| Tabla 4.5 Pregunta N° 7 Entrevista..... | 52 |
| Tabla 4.6 Pregunta N° 1 Encuesta..... | 55 |
| Tabla 4.7 Pregunta N° 2 Encuesta..... | 56 |
| Tabla 4.8 Pregunta N° 3 Encuesta..... | 57 |
| Tabla 4.9 Pregunta N° 4 Encuesta..... | 58 |
| Tabla 4.10 Pregunta N° 5 Encuesta..... | 59 |
| Tabla 4.11 Pregunta N° 6 Encuesta..... | 60 |
| Tabla 4.12 Pregunta N° 7 Encuesta..... | 61 |
| Tabla 4.13 Pregunta N° 8 Encuesta..... | 62 |
| Tabla 4.14 Pregunta N° 9 Encuesta..... | 63 |
| Tabla 4.15 Pregunta N° 10 Encuesta..... | 64 |
| Tabla 4.16 Pregunta N° 11 Encuesta..... | 65 |
| Tabla 4.17 Contingencias..... | 66 |
| Tabla 4.18 Frecuencias observadas..... | 66 |
| Tabla 4.19 Frecuencias esperadas..... | 67 |
| Tabla 4.20 Cálculo matemático..... | 69 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1.1 Exportaciones de cacao en grano ecuatoriano 2014..... | 4 |
| Figura 1.2 Arbol de problemas..... | 8 |
| Figura 2.1 Red de la categoría conceptual..... | 20 |
| Figura 2.2 Constelación de ideas..... | 21 |
| Figura 4.1 Pregunta N° 1 Entrevista..... | 49 |
| Figura 4.2 Pregunta N° 2 Entrevista..... | 50 |
| Figura 4.3 Pregunta N° 1 Encuesta..... | 55 |
| Figura 4.4 Pregunta N° 2 Encuesta..... | 56 |
| Figura 4.5 Pregunta N° 3 Encuesta..... | 57 |
| Figura 4.6 Pregunta N° 4 Encuesta..... | 58 |
| Figura 4.7 Pregunta N° 5 Encuesta..... | 59 |
| Figura 4.8 Pregunta N° 6 Encuesta..... | 60 |
| Figura 4.9 Pregunta N° 7 Encuesta..... | 61 |
| Figura 4.10 Pregunta N° 8 Encuesta..... | 62 |
| Figura 4.11 Pregunta N° 9 Encuesta..... | 63 |
| Figura 4.12 Pregunta N° 10 Encuesta..... | 64 |
| Figura 4.13 Pregunta N° 11 Encuesta..... | 65 |
| Figura 4.14 Zona de rechazo..... | 68 |

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento a los docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato por su infinita paciencia y haber compartido sus conocimientos para lograr esta meta en mi vida profesional.

Mi más sincero agradecimiento a los amigos de la Asociación Kallari por brindarme la oportunidad para desarrollar este proyecto de investigación

Al Economista Rafael Medina, quien supo darme ese apoyo y confianza para la elaboración del presente trabajo de investigación culmine con total satisfacción.

Verónica

DEDICATORIA

Con cariño dedico este trabajo a mis padres Jaime y Teresa por el apoyo incondicional, la paciencia y ser contantes con su amor y esfuerzo para lograr cada meta propuesta en mi vida.

A mi hermana Mariela por su apoyo y comprensión infinita.

Verónica

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y COMERCIO
INTERNACIONAL

TEMA:

La Capacidad de Producción y su impacto en las Exportaciones de la
Organización Kallari de la Provincia de Napo

AUTORA: *Ing. Teresa Verónica Cáceres Morales.*

DIRECTOR: *Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo, Mg.*

FECHA: *13 de Julio de 2016.*

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador es un país conocido como productor del mejor cacao fino de aroma en todo el mundo, por su condición de país tropical. Además, Ecuador se encuentra en el área geográfica que es beneficiada de luz permanente durante todo el año. Este país exporta productos primarios como generador de divisas que implica socialmente a un gran número de personas, lo que aumenta la economía de la nación.

En la provincia de Napo, la Organización Kallari está conformada por 21 comunidades activas que se distribuyen en las parroquias como Archidona, Misahuallí, Tena, Pano y Ahuano. A través de la Organización se impulsa el cultivo totalmente orgánico con el fin de mantener la calidad del aroma y sabor del cacao. Por ello, la investigación actual tiene como objetivo incrementar las exportaciones para beneficiar al pequeño grupo de personas que trabajan en esa área.

Este proyecto tiene como objetivo dar a conocer la actividad agrícola de las personas que pertenecen a la Organización Kallari en Napo y que se dedican al cultivo del cacao fino de aroma, que se produce con la ayuda y asesoría del gobierno. Este producto se comercializa en países extranjeros, como Alemania, Suiza y los Estados Unidos con el fin de mejorar sus condiciones y economía.

El objetivo de esta investigación es determinar el grado de relación entre la capacidad de producción y las exportaciones de la Organización Kallari.

Con este trabajo, se pretende mejorar las condiciones de vida de los nativos Kichuwas de Napo, y aumentar la producción de cacao que se produce como grano y comercializado en libras. Después, la Organización Kallari es responsable de la siguiente etapa de la fermentación y el secado.

Actualmente, para la transformación del cacao en sus derivados como el chocolate, la Organización viene maquilando, lo que ha sido un limitante al no poseer su propia planta de manufactura, impidiéndole producir a mayor escala.

La finalidad de este proyecto es demostrar que la capacidad de producción es el factor principal para obtener la cobertura de exportación de la Organización Kallari en la provincia de Napo.

Descriptor: capacidad de producción, comercio internacional, economía, exportación, políticas gubernamentales, cosecha orgánica, matriz productiva, agro diverso, responsabilidad social, impacto ambiental.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y COMERCIO
INTERNACIONAL

THEME:

Production Capacity and their impact on the Exportations of the Kallari
Organization of the Napo Province.

AUTHOR: *Engineer, Teresa Verónica Cáceres Morales.*

DIRECTED BY: *Economist, Héctor Rafael Medina Salcedo, Magister.*

DATE: *13th, July 2016.*

EXECUTIVE SUMMARY

Ecuador is a country known as a producer of the best fine cocoa around the world, by its condition of a tropical country. Also, Ecuador is located in geographical area that benefits permanent light throughout all year. This country exports primary products for the earning of foreign currency, which involves socially large numbers of people, having as result the growth of the national economy.

In the Napo province, the Organization Kallari is conformed by 21 active communities that are distributed in groups, such as Archidona, Misahuallí, Tena, Pano y Ahuano. The Organization drives completely organic cultivation in order to maintain the aroma and flavor quality in cocoa and for that reason the actual investigation is aimed to increase exports to benefit the small group of people that work in that area.

This project aims to promote the agricultural activity of people who belong to Organization Kallari in Napo, who are working in the cultivation of fine cocoa with a good flavor produced with government help and government advice. They are selling their products in foreign countries, such as Germany, Switzerland and the United States in order to improve their conditions and economy.

The objective of this research is to determine the degree of relationship between the power production capacity and Organization Kallari's export.

This paper pretends to improve the living conditions of native people Kichuwas of Napo, and increase cocoa production, that is produced as grain and sold in pounds. After, Kallari Organization is responsible for the next stage of fermentation and drying.

Actually, for transformation of cocoa their derivatives as chocolate, the Organization assembles the product, that has been a limitation as it does not possess its own manufacturing plant, preventing to producing a large scale.

The purpose of this project is to demonstrate that the production capacity is the primary factor to get export coverage for Kallari Organization, in the Napo province.

Keywords: production capacity, international commerce, economy, export, government policies, organic harvest, productive matrix, diverse agro, social responsibility, environmental impact.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer la actividad agrícola del mejor cacao fino de aroma, analizar la capacidad de producción y su impacto en las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

A continuación se presentan los contenidos programáticos del proyecto de investigación y desarrollo, estructurados en los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se presenta la problemática de investigación, tema, planteamiento del problema, contextualización, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes, delimitación del objeto de investigación, justificación y objetivos.

En el capítulo II, se define los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales, marco conceptual de las variables en estudio, hipótesis y señalamiento de variables de la hipótesis.

En el capítulo III, se detalla el enfoque, modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, población y muestra, operacionalización de variables y recolección de información.

En el capítulo IV, a partir de la muestra obtenida de la población en estudio, encontramos el análisis e interpretación de resultados, verificación de hipótesis.

Para concluir, en el capítulo V, encontramos las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

“La Capacidad de Producción y su impacto en las Exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo”

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1 Macrocontextualización

A través de los años el chocolate ha sido una fuente de energía, y su propia existencia se la debe a la semilla del cacao, heredado por las antiguas civilizaciones que guarda el más delicioso secreto de la tierra, es por ello que somos conocidos como el mejor cacao de aroma en el mundo.

De acuerdo con Crespo & Salvatierra (2012, pág. 18) *“La producción cacaotera ha ocupado tradicionalmente buena parte de la superficie agrícola del país y de la subregión andina movilizand o a decenas de miles de jornaleros y familias campesinas del litoral atrayendo también mano de obra de la región Sierra”*. Es por ello que el cacao es parte de nuestra historia republicana y cultural.

“La globalización es un fenómeno en el que la situación de subdesarrollo genera una serie de problemas estructurales en el interior de los países en vías de desarrollo, impidiéndoles avanzar de manera eficiente (como es el caso ecuatoriano). Los países subdesarrollados son considerados tradicionalistas, es decir, poco abiertos a las innovaciones tecnológicas; generando más tradicionalismo”. (Frutos & Miranda, 2006)

“La creciente complejidad del comercio exterior, hace que las empresas exportadoras necesiten un planteamiento cada vez más técnico y sistemático para determinar las fórmulas idóneas de competir en mercados exteriores. Podemos determinar claramente que el Ecuador se ha reunido en la explotación de materias primas, con muy bajos niveles de tecnificación, lo cual ha provocado que sea un mercado muy susceptible de ser sustituido en los mercados internacionales. Esta realidad lo que provoca es una incesante necesidad de mayor utilización de recursos naturales que solamente ha permitido mantener los ingresos, ya que no se controlan los precios internacionales, colocándonos en una posición muy vulnerable”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

“Las distintas combinaciones de estos elementos generan un determinado patrón de especialización. Así por ejemplo, la economía ecuatoriana se ha caracterizado por la producción de bienes primarios para el mercado internacional, con poca o nula tecnificación y con altos niveles de concentración de los lucros”. (Asamblea Nacional, 2010)

A continuación se presenta en la tabla 1.1 los grupos de exportación del sector de cacao y sus elaborados durante los últimos años y su participación en las exportaciones totales del sector, según indica la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2013)

TABLA N° 1.1

| EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CACAO Y ELABORADOS | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|
| Miles USD | | | | | | | | | |
| DESCRIPCION | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013* | TCPA 2007-2012 | Part. 2012 |
| cacao en grano | 197,283 | 216,511 | 342,648 | 350,199 | 473,873 | 346,191 | 141,887 | 11.90% | 76.38% |
| pasta de cacao | 8,996 | 29,377 | 19,784 | 21,302 | 33,144 | 27,216 | 8,853 | 24.78% | 6.00% |
| chocolate | 5,092 | 4,440 | 3,591 | 4,280 | 18,459 | 26,212 | 6,485 | 38.78% | 5.78% |
| manteca, grasa y aceites | 17,840 | 31,771 | 26,481 | 28,308 | 27,949 | 23,729 | 6,127 | 5.87% | 5.24% |
| cacao en polvo | 8,220 | 5,966 | 7,495 | 18,911 | 31,562 | 29,456 | 5,787 | 29.08% | 6.50% |
| casaca, películas y demás | 50 | 183 | 332 | 210 | 289 | 448 | 166 | 54.81% | 0.10% |
| TOTALES: | 237,481 | 288,248 | 400,331 | 423,211 | 585,276 | 453,252 | 169,305 | 13.80% | 100.00% |
| TONELADAS | | | | | | | | | |
| DESCRIPCION | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013* | TCPA 2007-2012 | Part. 2012 |
| cacao en grano | 83,068 | 86,372 | 126,969 | 116,318 | 158,544 | 147,329 | 65,125 | 12.14% | 32.50% |
| pasta de cacao | 2,444 | 8,784 | 6,632 | 5,795 | 8,419 | 8,209 | 3,106 | 27.42% | 1.81% |
| manteca, grasa y aceites | 3,188 | 5,013 | 4,794 | 5,322 | 6,579 | 7,672 | 1,686 | 19.20% | 1.69% |
| cacao en polvo | 3,574 | 4,302 | 3,812 | 4,679 | 6,312 | 6,519 | 1,425 | 12.77% | 1.44% |
| chocolate | 1,225 | 910 | 685 | 634 | 1,300 | 1,530 | 370 | 4.55% | 0.34% |
| casaca, películas y demás | 378 | 506 | 412 | 308 | 684 | 1,247 | 291 | 26.94% | 0.28% |
| TOTALES: | 93,878 | 105,888 | 143,305 | 133,056 | 181,838 | 172,506 | 72,002 | 12.94% | 38.06% |

* Hasta abril de 2013

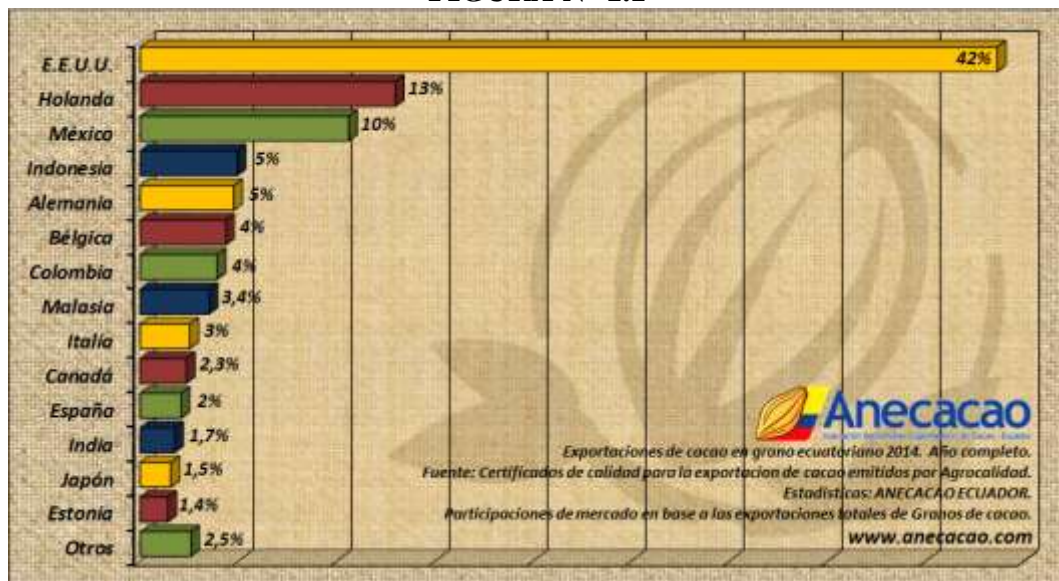
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/ PRO ECUADOR

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2013)

Según la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao-Ecuador, ANECACAO (2015), los Estados Unidos de Norte América como principal socio comercial para las exportaciones ecuatorianas de cacao en grano participaron en un 42% durante el 2014, Holanda subió 2 puntos a un 13%, mientras que México desciende un punto a 10% de la participación, según lo indica en la figura 1.1.

FIGURA N° 1.1



Fuente: Asociación Nacional de Exportadores de Cacao-Ecuador, ANECACAO (2014)

El diario El Comercio (2014, pág. 4) menciona lo siguiente sobre la situación e la demanda de cacao en el exterior: “En los últimos años el cacao ecuatoriano se convirtió en uno de los productos no tradicionales de mayor demanda en el exterior, según datos de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexport) este año el cacao se ubica en el quinto lugar de los productos con mayor crecimiento de exportación”.

1.2.1.2 Mesocontextualización

El Cacao se cultiva desde la época de la colonia y después del banano y las flores, es lo más importante en la cadena de producción.

“En el caso de Ecuador existe un tipo de cacao único en el mundo conocido con el nombre de “Nacional”, el cual se lo reconoce por tener una fermentación muy corta y dar un chocolate suave de buen sabor y aroma, por lo que es reconocido a nivel mundial con la clasificación fino o de aroma”, destaca la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2013). Esta característica es lo que hace un cacao único a nivel mundial.

“El cacao es conocido en el Ecuador como la “pepa de oro”, que dominó por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom petróleo, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, industria y el comercio. El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao”. (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2013).

“El Estado promoverá las Ferias Internacionales.- Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de tributos al comercio exterior, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades señaladas en el reglamento”. (Asamblea Nacional, 2010).

En la opinión de Crespo & Salvatierra (2012, pág. 15): *“El comercio justo se enfoca primeramente en los beneficios sociales para los pequeños productores quienes tienen un acceso limitado a los mercados mundiales y posición débil para regatear con los intermediarios”.*

“Hoy en día, existen muchos cuestionamientos sobre los lineamientos que se han seguido para controlar el déficit y otros sobre la Matriz Productiva presentada por el Estado Ecuatoriano. Pero al final del camino son realidades que forman parte del paisaje que tenemos a nivel empresarial, con lo cual las habilidades gerenciales surgirán”. (Jaramillo, 2014).

Según informa el Banco Central del Ecuador (2013, citado por Pérez, 2014, pág. 9), las Exportaciones del Ecuador por producto primario (en miles de dólares FOB).

TABLA N° 1.2

| Productos Primarios | Años | | | | | % Participación 2012 |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | |
| Petróleo Crudo (7) | 10.567.947 | 6.284.131 | 8.951.941 | 11.799.973 | 12.711.229 | 68,90% |
| Banano y plátano (2) | 1.640.528 | 1.995.654 | 2.032.769 | 2.246.465 | 2.081.078 | 11,28% |
| Camarón | 712.724 | 664.419 | 849.674 | 1.178.389 | 1.284.502 | 6,96% |
| Flores naturales | 557.560 | 546.701 | 607.765 | 675.679 | 771.294 | 4,18% |
| Otros | 295.415 | 299.207 | 290.574 | 425.127 | 675.073 | 3,66% |
| Cacao | 216.481 | 342.633 | 349.920 | 473.606 | 346.096 | 1,88% |
| Pescado | 120.300 | 144.685 | 142.473 | 180.095 | 218.405 | 1,18% |
| Madera | 113.942 | 99.473 | 131.476 | 150.510 | 161.592 | 0,88% |
| Atún (3) | 72.151 | 88.917 | 94.932 | 77.286 | 107.663 | 0,58% |
| Café | 22.798 | 46.744 | 55.911 | 116.749 | 74.830 | 0,41% |
| Abacá | 14.928 | 12.888 | 13.126 | 12.907 | 16.989 | 0,09% |
| Totales | 14.334.775 | 10.525.452 | 13.520.561 | 17.336.785 | 18.448.751 | 100,00% |

Fuente: Pérez (2014)

Elaborador por: Banco Central del Ecuador, datos preliminares (2013)

En las exportaciones de productos primarios del Ecuador durante el año 2012, la comercialización del cacao participa con un 1.88%.

1.2.1.3 Microcontextualización

El cacao ecuatoriano tiene gran aceptación mundial, por su aroma y calidad inconfundibles que lo hacen único. Esto se debe a la condición de país tropical, Ecuador está ubicado en una zona geográfica que se beneficia de una luminosidad permanente durante todo el año.

Como lo menciona Tilman, Cassman, Matson, Naylor y Polasky (2002, citado por Martínez, Bello, & Castellanos, 2012):

“En el contexto de la agricultura, el desarrollo sostenible denota el conjunto de prácticas que pueden satisfacer las necesidades de alimentos y fibras de la sociedad actual y futura generados a través de los servicios prestados por los ecosistemas y que representan beneficios netos para la sociedad”.

Según indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2009, citado por el diario El Universo, 2010): Ecuador registró en el 2009, 5,9 millones de hectáreas de tierra cultivada, lo que representó un crecimiento de 0,48% con respecto a 2008, informó.

Se debe tomar en cuenta que para una plantación de cacao, según indica Líderes (2014), *“se requiere obtener la superficie adecuada, que permita una producción sustentable. La zona escogida debe tener tanto el tipo de suelo como las condiciones climáticas adecuadas, para asegurar el establecimiento de una plantación productiva con las labores mínimas necesarias”*.

El Cantón Tena provincia de Napo está situado entre una altitud de 1.512 metros sobre el nivel del mar, considerado como el centro de la Amazonía para el turismo sostenible y sustentable, siendo un área de especialización del cacao y chocolate.

El café y el cacao son los rubros de mayor tradición productiva e incidencia en la zona y aportan cerca del 70% del ingreso de los Agricultores.

Kallari tesoro de chocolate del Ecuador, es una asociación de productores de cacao conformada actualmente por 21 comunidades, integradas por más de 850 familias de la localidad, quienes son beneficiarios legalmente constituidos. Los procesos organizativos empiezan desde el año 1997, con el afán de apoyar al pequeño cacaotero a obtener un precio más justo y equitativo por su producción.

Kallari es una palabra Kichuwa que significa nuevo comienzo.

Las comunidades socias de Kallari son: Rumi Yacu, Puni Bocana, “Shinchi Runa”, Mirador, Santa Barbara, Campococha, Colonia Bolivar, Ñukanchik Kawsay, Islas APAAI, Rio Blanco, Mushuk Kawsay, Suyu Kawsay, Guiña Chimbana, Serena, Jatun Yacu “6 de Marzo”, Ila Yaku, Nueva Jerusalen, Bajo Talag, Centro Talag, Sumak Samay, Shandia y 10 de Agosto.

El sistema que maneja para el cultivo es asociativo y agro biodiverso, que se encuentra en las "chakra" o huertos familiares de una variedad de plantas a su alrededor como: cacao, café, frutas, madera, palma, plátano, yuca, las nueces, el maní, los frijoles, plantas medicinales y especies artesanales, la mayoría de fincas de los socios son orgánicas, y se puede encontrar tres tipos diferentes de cacao como el criollo, nacional fino de aroma y trinitario.

La Organización Kallari cuenta con el apoyo del Gobierno, organizaciones extranjeras y voluntariado que están dispuestos a colaborar por el progreso de la gente Kichuwas, brinda el asesoramiento técnico a sus socios e incentiva a una cultura ecológica en sus cultivos con la finalidad de no perder la calidad en la producción del chocolate. Lo que ha ayudado a la organización a posicionarse con las marcas “SACHA” y “KALLARI” dentro y fuera del país manteniendo la ideología de los ancestros, actualmente exporta a Estados Unidos, Suiza y Alemania de manera trimestral aproximadamente 10.000 barras de chocolate.

El marketing lo canalizan a través del Gobierno mediante ferias inclusivas. Sus clientes son aquellos que conocen el producto de Kallari por lo que se reciben los pedidos sin necesidad de utilizar medios de comercialización. La capacidad de instalada es ineficiente lo que se ha limitado su producción, por lo tanto no puede cubrir la demanda existente.

1.2.2 Análisis Crítico

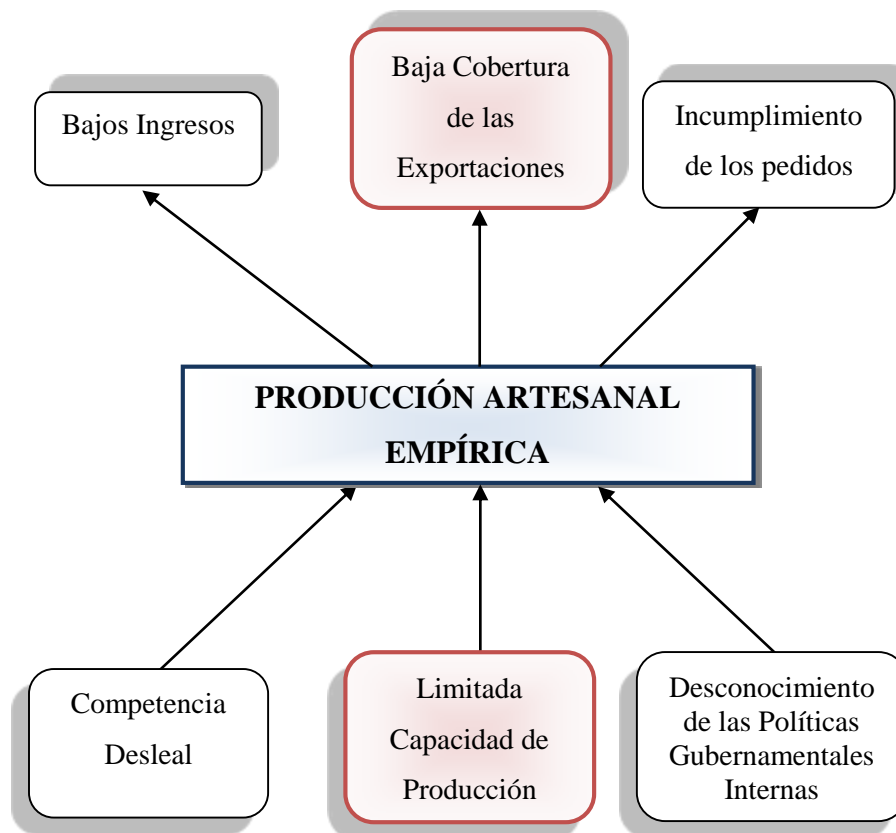


Gráfico 1.1: Árbol de problemas
Elaborado por: Cáceres, V

La limitada capacidad de producción que existe en la Organización Kallari, ha provocado la baja cobertura del mercado internacional, por causa de una producción artesanal empírica, que tiene sus inicios desde las administraciones anteriores en conjunto con cada uno de los socios que conforman esta organización.

A pesar de ello, la organización ha logrado su permanencia a través de los años por los constantes apoyos del Gobierno, organizaciones extranjeras y voluntariado, que conoce de la alta calidad del producto terminado el chocolate.

Aun con una limitada producción, no ha descuidado que su cadena primaria es muy importante para obtener la calidad en el producto final, siendo uno de los principales eslabones en la cadena de producción del chocolate, con un sistema de cultivo agro diverso como materia prima un cacao orgánico.

Para la transformación del cacao en sus derivados como el chocolate, envía a las fábricas que actualmente viene maquilando por lo que ha sido un limitante al no poseer su propia planta de manufactura, impidiéndole producir a mayor escala.

La organización ha buscado financiamiento para la adquisición de máquinas para la implementación de una propia planta, pero el impacto ambiental que tuviera este aún está en boga y estudio.

Según expresa Batista (2009): “para ser Competitivo debe haber Equidad. La restricción al crédito formal es una limitante”.

Por parte del gobierno y la Matriz productiva que viene asociando, aún existen muchas restricciones en la legislación ecuatoriana, obstaculizando competir a gran escala con el resto del mundo, dando como efecto una baja competitividad en la cobertura del mercado internacional.

Finalmente, es necesario mencionar que si bien la baja productividad es un aspecto que afecta directamente a los habitantes de la zona que en su mayoría son los mismos socios de la organización, repercutiendo al desarrollo económico local.

1.2.3 Prognosis

Si la organización continúa con una baja producción artesanal es probable que subsista sin tener la oportunidad de crecer económicamente, limitando la existencia de la misma organización dentro del mercado internacional.

Su estructura organizacional continuará teniendo más problemas en la coordinación de la información entre los departamentos involucrados.

Llevando a un posible abandono de la marca, perdiendo el posicionamiento que han logrado arduamente durante los últimos años, los socios comenzarían a perder interés en la organización.

Kallari aún está a tiempo de tomar las correctivas necesarias para elevar su nivel de productividad y de este modo incrementar las exportaciones.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo impacta la capacidad de producción en las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo?

1.2.5 Interrogantes

1. ¿Qué impacto tiene las exportaciones con la oferta de la Organización Kallari de la provincia de Napo?
2. ¿Qué políticas gubernamentales afectan a las exportaciones de la marca Kallari?
3. ¿Qué estrategias deberían implementarse para combatir con la competencia Desleal de la Organización Kallari de la provincia de Napo?

1.2.6 Delimitación del Objeto de Investigación

- **Campo:** Economía
- **Área:** Comercio Internacional
- **Aspecto:** Exportaciones
- **Temporal:** Año fiscal 2015.
- **Espacial:** Esta investigación se realizará en la Organización Kallari, que se encuentra ubicada en el barrio San Jorge, cantón Tena, provincia de Napo.
- **Poblacional:** Socio Agricultor y proveedor de Cacao de la Organización Kallari del cantón Tena, provincia de Napo.

1.3 Justificación

El cacao a nivel mundial es la base para todo tipo de chocolates negros, la información de diferentes estudios indican que el chocolate negro da beneficios a la salud de los consumidores.

La producción de cacao se ha incrementado considerablemente en muchos países, “el Ecuador está en la lista de países, que produce la variedad de cacao fino y de aroma. Tal es la importancia del país que su producción representa el 60% del cacao fino de aroma producido a nivel mundial” (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, 2008).

Según expone en Larrea (2004): *“Igual que ecosistema, biodiversidad es una palabra compuesta de dos términos: bio que significa vida y diversidad que quiere decir variedad. Por ejemplo existe una gran diversidad de culturas en el mundo, o una gran variedad de culturas”.*

La ventaja competitiva del Ecuador gracias a su clima y condiciones propicias para el cultivo del cacao ha permitido el desarrollo del sector cacaotero en nuestro país a grandes escalas en los últimos tiempos. Por ello, es primordial el apoyo a este sector. Por lo tanto, el objetivo del estudio es analizar como la producción del cacao del sector de Tena afecta en las exportaciones. Surge la necesidad de financiamiento

permanente que permita solventar las altas inversiones, con el apoyo incondicional de las entidades gubernamentales, con la finalidad de elevar su nivel de productividad y de esta manera ampliar las exportaciones que por hoy tiene acogida pero en menor escala.

El estudio de este proyecto es factible porque con la ejecución inmediata y la puesta en marcha se alcanzará los objetivos propuestos manteniendo un compromiso total de todos quienes conforman la organización.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar el grado de relación que existe entre la capacidad de producción y las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

Diseñar estrategias que contribuyan al aumento de la capacidad de producción de la Organización Kallari de la provincia de Napo, como medio para ampliar la cobertura del mercado internacional y así promover el desarrollo económico local.

1.4.2 Objetivos Específicos

Identificar las tendencias de las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

Identificar el grado de impacto que tiene las políticas gubernamentales sobre la exportación de la marca de chocolates Kallari de la provincia de Napo, para establecer normativas de posibles mejoras para aumentar el nivel de exportación.

Determinar la realidad social y económica de las jurisdicciones de la provincia de Napo para la comercialización del grano de cacao con esto se podrá ver el grado de competencia que tiene la Organización Kallari de la provincia de Napo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

A lo largo de la vida republicana del Ecuador, la actividad productiva cacaotera ha sido una característica de identidad para nuestro país, como fuente de ingresos para el agricultor, y como derivados de estas especiales semillas el chocolate degustan en algún lugar del mundo.

Según el pensamiento de Iglesias & Molina (2008): *“Los avances tecnológicos de la información y la comunicación, mediante la apropiación, gestión y transmisión de las ideas y el saber-hacer constituyen un elemento de poder que es utilizado no sólo por los Estados-nación sino también por otros actores que ejercen su actividad en el sistema internacional”*. Es evidente que los cambios tecnológicos traen consecuencias muy positivas como indican los mismos autores *“se ha pasado de un modelo de producción industrial basado en la explotación de los recursos naturales a un modelo de producción donde el valor agregado de los productos está dado por el peso del conocimiento, se habla pues de la desmaterialización de la economía. Y aquí es donde comienza a jugar un papel crucial el capital intangible, social, relacional y simbólico, que pueden resumirse en el concepto de “poder blando” o soft power”*.

Tal como lo indica García (2009): *“el proceso de globalización es en esencia un hecho totalizante, pues en él se ven involucrados todos los individuos y sectores económicos, es fundamental continuar impulsando a la economía nacional y a los sectores productivos del país a vincularse a estos procesos”*.

Aprovechando el cambio de la matriz productiva y algunas oportunidades que el actual gobierno está impulsando en bienestar de la calidad y calidez del Pueblo Ecuatoriano.

En el trabajo investigativo de posgrado de Crespo & Salvatierra (2012): denominado: *“Nuevos Mercados para la Exportación del cacao fino de aroma producido en los cantones Portoviejo y Santa Ana y su incidencia en el desarrollo local”*; se planteó como objetivos:

- a) *“Identificar nuevos mercados externos para la comercialización del cacao fino de aroma, mediante un análisis del cultivo y la comercialización actual en los cantones Portoviejo y Santa Ana de la provincia de Manabí”*;
- b) *“Determinar generalidades del cultivo del cacao fino y de aroma en Manabí; para conocer aspectos de la cadena de valor del grano”*;
- c) *“Indagar la situación actual de la comercialización externa del cacao fino y aroma, mediante el correspondiente estudio de mercado”*.

Este trabajo investigativo uso la técnica de encuesta para la recolección de la información desde la fuente primaria aplicandose un cuestionario de preguntas puntuales todas de carácter cerradas y alternativa dicotónica. La información recopilada fue tabulada, codificada para un futuro análisis utilizando el software SPSS, que le permitió verificar la hipótesis y obtener las conclusiones que entre otros se señala:

- a) *“El bajo rendimiento del grano por hectáreas observando en la investigación del cacao fino de aroma y en el cultivo de la variedad de cacao CCN-51 en los cantones Manabitas Portoviejo y Santa Ana se debe a las deficientes técnicas de sembrado y al uso inadecuado de químicos en el cultivo, bajando la calidad del grano en todas las variedades”*;
- b) *“Escasa participación de las autoridades tanto local y nacional en cuanto a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de los cantones Manabitas Portoviejo y Santa Ana; escasa atención en caminos vecinales, fumigación, centros*

de salud, créditos, escuelas y sistemas de riego; esto desmotiva a los agricultores a continuar sembrando y optar por abandonar o vender sus fincas y migar”,

c) *“Escaso conocimiento de los agricultores de los mecanismos de comercialización del cacao fino de aroma, para mejorar la competitividad de estos cantones Manabitas al efectuar las exportaciones en forma asociada y no individualmente, para así incrementar los ingresos provenientes de la venta”.*

El trabajo de Crespo & Salvatierra (2012) aporta a la conclusión de la presente investigación en los elementos teóricos por la fundamentación de su teoría, y que fortalece la conclusión teórica de este presente proyecto.

En las palabras de Pérez (2014, pág. 29): *“Las exportaciones son un potencial económico de los países ya que permiten la comercialización con el resto del mundo y la generación de recursos que aportan al desarrollo nacional”.*

La economía de una nación es importante y la dinámica de intercambio internacional entre un país y otro es vital para su existencia, como menciona la Autora Porto (2004, pág. 75): *“La economía internacional estudia cómo las economías interactúan en el proceso de asignación de recursos para satisfacer las necesidades humanas”.*

2.2. Fundamentación filosófica

La presente investigación se encuentra alineada al paradigma positivista o cualitativo utilizándose el paradigma crítico propositivo ya que se ha detallado la problemática y la situación crítica del mercado internacional del chocolate de aroma fino, para posteriormente establecer alternativas de solución que permitan plantear una alternativa de salida a la problemática en estudio.

Una técnica que menciona Herrera, Medina & Naranjo (2004, pág. 114): *“A través de los sentidos, en un aspecto de la realidad y en recoger datos para su posterior análisis e interpretación sobre la base de un marco teórico, que permita llegar a conclusiones y toma de decisiones”.*

De acuerdo con Hernández (2002): *“La metodología de la investigación organiza y dirige el proceso de investigación, ayudando a seleccionar los métodos, los procedimientos y las técnicas a emplear en correspondencia con las características de la investigación que se va a realizar”*.

Fundamentación Epistemológica

Para Katz (2011, pág. 1): *“Se la considera una disciplina que se ocupa de estudiar los métodos que se emplean para alcanzar el conocimiento científico y las formas de validar dicho conocimiento”*.

Por ser una ciencia que se ocupa del estudio de la forma de hacer ciencia se la debe considerar una “metaciencia”. En este argumento epistemológico en el presente trabajo de investigación su ejecución está basado en los resultados que fueron verificados de manera científica.

De esta manera se podrá buscar una solución a la problemática en estudio mediante la investigación de las variables, con el afán de brindar aporte al conocimiento en el aspecto de negocios internacionales para la búsqueda de nuevos mercados.

Fundamentación Ontológica

La Ontología se ha podido definir según Negre (1988, pág. 51): *“El positivismo y la filosofía analítica prescindien de la noción de sujeto en cuanto que falto de referente, o en cuanto que referido a algo de lo que no se puede hablar, de lo que no puede haber noción”*.

Es por ello que la fundamentación ontológica se describe la razón de ser del proyecto investigativo, compuestos mediante los hallazgos de una variable que generaron la problemática de estudio, con el objetivo de entregar una posible solución.

Fundamentación Axiológica

Para este aspecto axiológico se considera que, en términos de Loayza (2013): *“Entendida como la teoría del valor o de lo que se considera valioso, la Axiología no sólo trata de los valores positivos, sino también de los valores negativos, analizando los principios que permiten considerar que algo es o no valioso, y considerando los fundamentos de tal juicio”*. Es decir se desarrolla el presente proyecto desde el punto de vista del investigador.

El análisis y comprensión de la problemática a presentarse parte de un hecho de valores con expresión de las actividades humanas que involucran la relación, tomando en cuenta el grado de honestidad científica y la verdad en sus resultados.

Fundamentación Económica

La investigación se encuentra enmarcada dentro del pensamiento de Burke (1776, pág. 5): *“Esto implica observar las cuestiones económicas y obtener información de la estadística y de los registros históricos. Para fenómenos complejos, como los efectos del déficit presupuestal o las causas de la inflación, la investigación histórica constituye una fuente abundante de ideas”*.

Fundamentación del Mercado Internacional

Como menciona Iglesias & Molina (2008): *“El comercio internacional permite elevar el nivel de bienestar a los consumidores de un determinado país, que no necesariamente sean producidos a nivel local, pueden ser importados con la finalidad de satisfacer las múltiples necesidades que prestan dichos consumidores”*.

Estas diferencias que se presentan dentro de un universo sus características no son casi físicas sino relativas al nivel de precios que estén manejando en un mercado específico.

Una adecuada composición de bienes y servicios permite elevar el nivel de vida de los consumidores al mismo tiempo que va incrementando su utilidad.

2.3. Fundamentación legal

La presente investigación está respaldada de acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional, 2008), en el Capítulo segundo derechos del buen vivir, sección agua y alimentación, Art. 14: *“Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay”*.

También es importante mencionar al Plan Nacional del Buen Vivir, el cual estimula el aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones y destinos mundiales:

“El aumento de la productividad real, la diversificación productiva y la transformación de las exportaciones e importaciones son instrumentos de esta estrategia, porque permiten mejorar el desempeño de la economía para el Buen Vivir, desarrollar el mercado interno, reducir la dependencia externa del país y disminuir la vulnerabilidad de la economía ante choques exógenos en el nivel de la demanda exterior y de los precios internacionales de los productos primarios tradicionales de exportación. La estrategia apunta a diversificar los productos, los destinos y los productores que participan en el comercio internacional”.

De igual manera, el Código de la Producción, publicado en el Registro Oficial N° 351 del 29 de diciembre del 2010, establece en su artículo 5, literales c; como objetivos de la democratización:

“c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código”

Finalmente, es importante nombrar al Intituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, (2000), según Norma INEC 176:

“4 CLASIFICACIÓN.

El cacao fino o de aroma del Ecuador es el más apetecido en el mercado internacional.

El cacao del Ecuador por la calidad se clasifican de acuerdo a lo establecido”:

“5 REQUISITOS.

5.1 Requisitos específicos.

5.1.1 El cacao beneficiado debe cumplir con los requisitos establecidos.

5.1.2 El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,5% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173.

5.1.3 El cacao beneficiado no deberá estar infestado.

5.1.4 Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no deberá exceder del 1% de granos partidos.

5.1.5 El cacao beneficiado deberá estar libre de: olores a moho, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.

5.1.6 El cacao beneficiado, deberá sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites de recomendación de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes.

5.1.7 El cacao beneficiado deberá estar libre de impurezas”

2.4. Categorías fundamentales

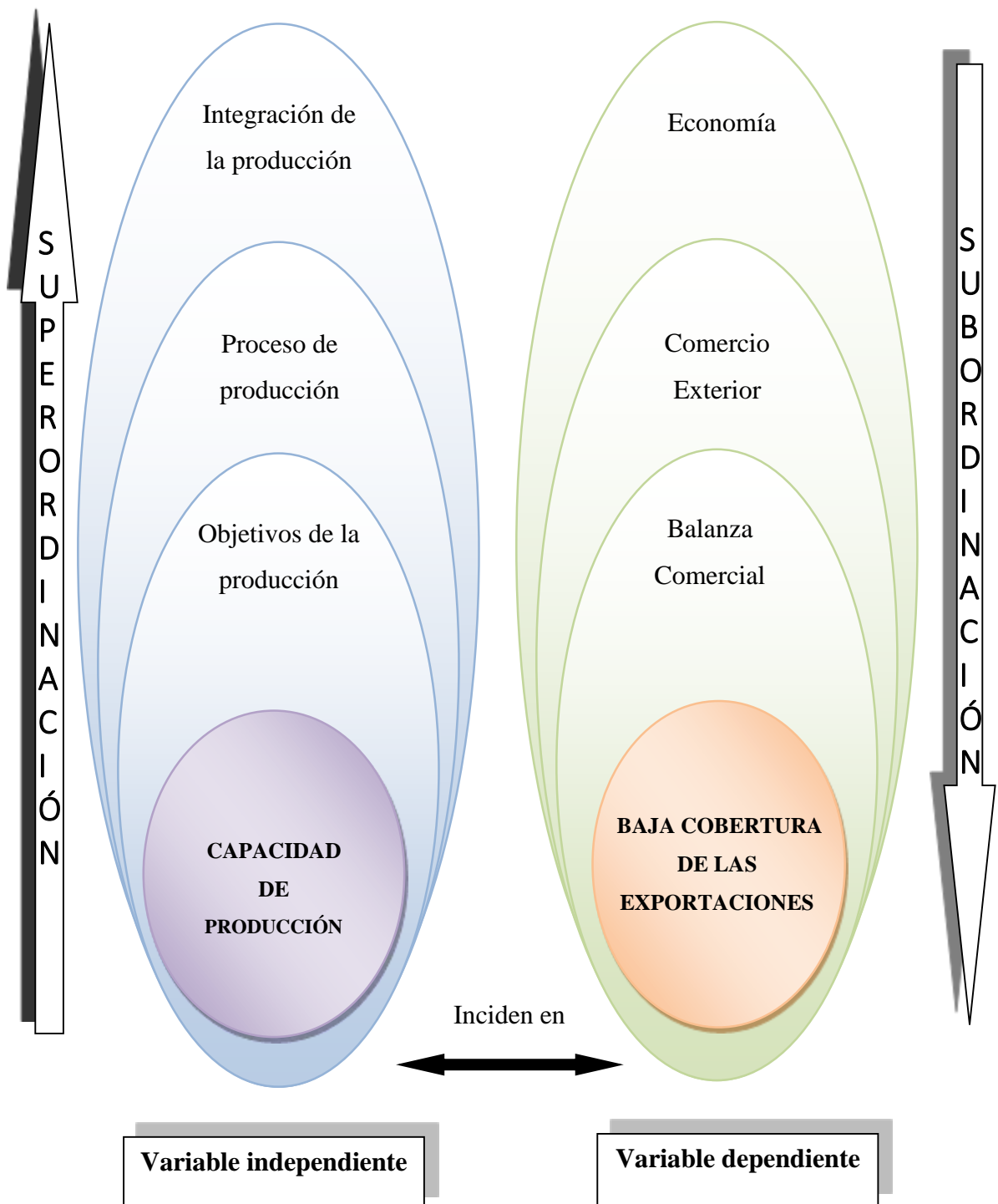


Gráfico 2.1. Red de la Categoría Conceptuales
Elaborado por: CÁCERES, V.

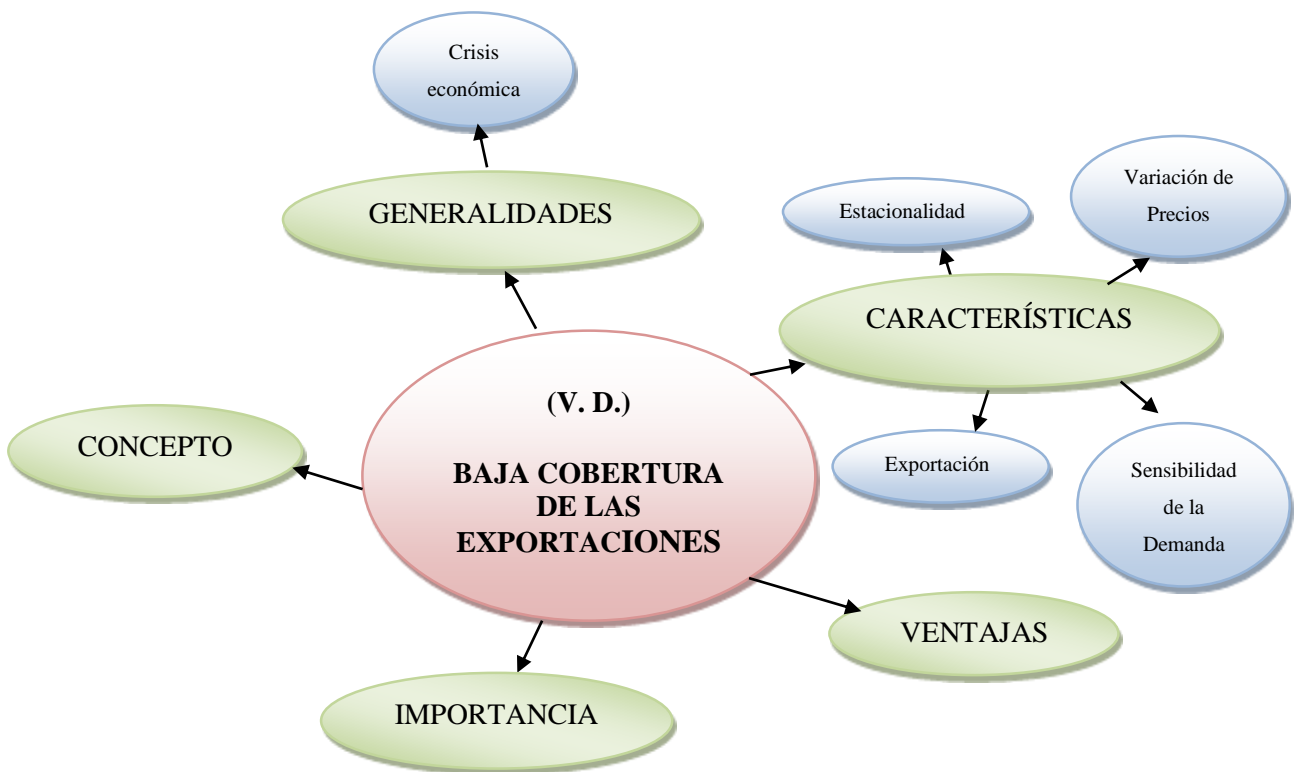
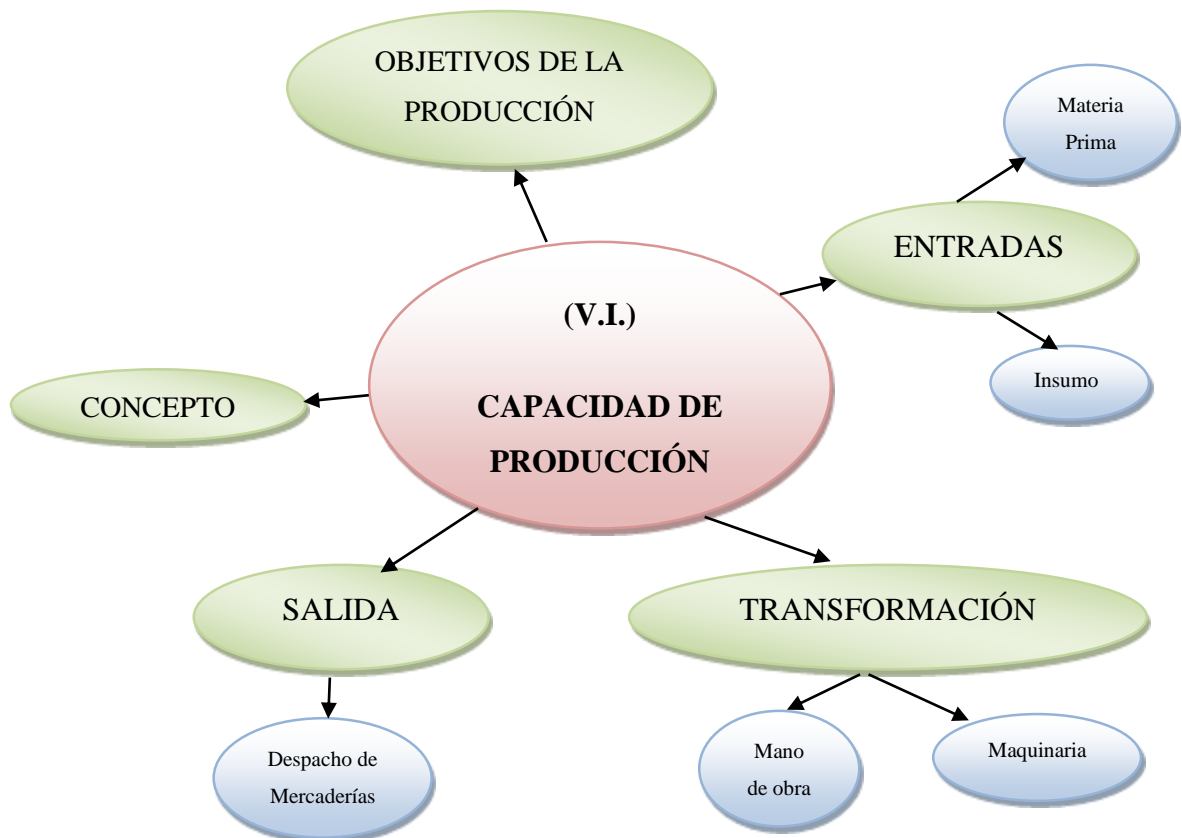


Gráfico 2.2. Constelación de Ideas
Elaborado por: CÁCERES, V.

2.4.1 Marco Conceptual de la Variable Independiente

Objetivos de la Producción

Como menciona Martín (2011): *“Consiste en determinar la cantidad de productos industriales, provenientes de una fuente de producción a instalar, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Con este estudio se puede adjudicar a esa fuente una determinada capacidad de producción, dato base sobre el cual se realizarán todos los estudios de factibilidad”*. En otras palabras requiere la cantidad justa y especificaciones correctas para la producción del bien a ofertarse en el mercado.

Debido a una crisis, Ecuador decidió optar por el dólar como moneda, relacionado con este tema Larrea (2004, pág. 27), indica que: *“A finales de los años 90 el panorama se agravó. El fenómeno del Niño en 1998, la caída de los precios del petróleo en 1998 y 1999, y los efectos internos de la crisis financiera internacional, desencadenaron una profunda crisis económica, social y política”*. Hay que añadir también que algunas instituciones financieras desaparecieron, dejando una incertidumbre al pueblo ecuatoriano.

Los principales nichos de consumo del cacao ecuatoriano se encuentran en el mercado internacional con un 75% aproximadamente de la producción total de cacao en grano o en forma de elaborados y semielaborado.

Proceso de Producción

Para Harrington (1996, pág. 45) el proceso de producción es *“Un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor”*. De esta manera se obtiene un producto terminado a través de varios procesos logísticos en la cadena de valor.

Gestión de Procesos:

Según Manthans (1986, pág. 129): *“La Gestión por Procesos es la forma de gestionar toda la organización basándose en los procesos, entendiéndose estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una ENTRADA para conseguir un resultado, y una SALIDA que a su vez satisfaga los requerimientos del Cliente”*. Esta parte del proceso de producción es muy importante, donde se define los costos y características del bien o servicio a entregarse posteriormente al cliente o consumidor.

Todos los procesos tienen que tener un responsable destinado que asegure su cumplimiento y eficacia continuados, y también indicadores que permitan visualizar de forma gráfica la evolución de los mismos.

Métodos para la Identificación de Procesos:

- ✓ **Estructurado:** Los sistemas más o menos estructurados. Lo que tienen en común todos estos sistemas es que los mismos están diseñados por personas expertas. Normalmente su implantación requiere de algún tipo de asistencia externa.

- ✓ **Ventajas:**

Son sistemas estructurados que sirven para identificar y documentar un proceso de gestión. Estos sistemas permiten identificar áreas de gestión que no se abordan o son ineficientes. Los procesos y subprocesos relacionados están perfectamente documentados.

- ✓ **Inconvenientes:**

A esto hay que añadir el trabajo que debe costar su mantenimiento por el grupo de papeles amontonados y no digamos el dominio del mismo por parte del personal.

Los métodos informáticos requieren menos papel y todos los diagramas, crucigramas que el mismo requiere, se puede asegurar que para entenderlos e interpretarlos se requiere de una persona experta que por un lado conozca la herramienta y por otro lado domine la gestión que supuestamente está reflejada en dichos gráficos.

Otro de los problemas asociados a este tipo de sistemas es que normalmente no suelen saber qué hacer con los procedimientos existentes y sus sistemas relacionados.

- **Creativo.**

Las empresas están ideando e implantando de forma interna. Normalmente motivadas por las nefastas experiencias y/o por la ineficiencia del método anterior.

- ✓ **Ventajas:**

El Sistema de Gestión está mucho más integrado, ya que tanto el método ideado como todos los soportes relacionados están creados internamente por miembros de la organización. Estos soportes y métodos se convierten con poco esfuerzo en documentos entendibles por el resto del personal.

La documentación se reduce drásticamente. Los procedimientos desaparecen y se "convierten" y/o se incorporan a los procesos relacionados.

- ✓ **Inconvenientes:**

Se requiere de personas expertas en todos los campos citados, es decir alguien que conozca el Sistema de Calidad, Medio Ambiente, Prevención Riesgos Laborales y Gestión por Procesos.

Se debe hacer más énfasis en la formación de las nuevas incorporaciones ya que buena parte del conocimiento no está ni en papel ni en soportes informáticos. Se tiene que fomentar la formación de oído a oído.

Integración de Producción:

Según el criterio de Olalla (2009, pág. 56): *“Es un hecho destacable que la integración de los procesos de producción en los entornos corporativos ha pasado de ser una tendencia a convertirse en una realidad tangible, que ha superado las premisas marcadas por el factor simplemente económico, abarcando otros muchos aspectos que, de forma conjunta, redundan en una mejor coordinación y funcionamiento del negocio”*. Es decir basándose en una planificación, para su posterior ejecución y control de las mismas de manera periódica.

Entradas:

Las entradas constituyen la fuerza de arranque que suministra al sistema sus necesidades operativas, es la potencia del sistema, que provee el material o la energía para la operación de la empresa.

Transformación:

Consiste en la transformación de las entradas, materia prima e insumos mediante la utilización de los recursos, generando productos o servicios.

Salidas:

Las salidas vienen a constituir los resultados obtenidos al final de un proceso, los mismos que pueden ser bienes o servicios.

Materias Primas:

Son las principales sustancias usadas en la producción que son transformadas en artículos terminados para ser utilizados en el proceso de fabricación.

Insumos:

Son productos elaborados y semielaborados, es decir que han sufrido alguna transformación y estos contribuyen en la elaboración del producto final, los cuales son utilizados en pequeñas o grandes cantidades.

Mano de Obra:

Según menciona Arbones (1990, pág. 157): *“Es el aspecto de gran importancia, conformado por todo los individuos que están involucrados en los diferentes procesos de producción, los mismos que permiten alcanzar resultados”*.

Maquinaria:

Es un conjunto de piezas o elementos móviles y fijos articulados que a través de sus movimientos relativos que transforman energía en el trabajo, es decir, cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar una labor con un fin determinado.

Despacho de Mercadería:

Es aquel que ya sufrió todas las modificaciones en el proceso y está terminado, para poder empacarlo en cajas individuales y tenerlo en la bodega listo para enviar al almacén y ser consumido.

2.4.2 Marco Conceptual de la Variable Dependiente**Balanza Comercial**

Es el saldo de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de un país, si las exportaciones son mayores que las importaciones, se mostrará un superávit en la balanza comercial, si sucede lo contrario se mostrara una balanza comercial deficiente.

Su cálculo se presenta de la siguiente manera:

Balanza Comercial = (Exportaciones – Importaciones)

Balanza de Pagos:

Según la definición de Herrarte (2004), *“La Balanza de pagos es un documento contable en el que se registran todas las operaciones del comercio de bienes y servicios, así como las operaciones derivadas de los movimientos de capital, entre unos países y otros”*.

TABLA N° 2.1

| VALORACION EN ADUANAS |
|---|
| Exportaciones (FOB) |
| FOB= Valor estimado en la frontera del país exportador. Por tanto, no incluye ni los gastos de transporte, ni los de seguros. |
| Importaciones (CIF) |
| CIF= Valor en destino, lo que supone la inclusión de los gastos de transportes seguros. |

Fuente: Calduch Rafael

Elaborado por: CÁCERES, V.

Comercio Exterior

De acuerdo a la Corporación Ecuatoriana de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI (2010), *“... nuestro país exporta más de catorce mil millones de dólares anualmente, de los cuales alrededor del 50% corresponden a petróleo y el restante 50% a exportaciones tradicionales y no tradicionales. Los principales productos de exportación no petrolera son: banano, camarón, atún, rosas, productos de valor agregado de madera y muebles, vehículos y metalmecánica, cacao, café, frutas y vegetales procesados y frescos ...”*. Es por ello que actualmente el Gobierno está impulsando la matriz productiva y en especial el Cacao.

Como menciona Burbano (2011): *“El comercio entre dos economías es más grande cuanto más grande sea cualquiera de las economías implicadas”*

Es por ello que la dinámica del comercio entre países ayuda al desarrollo de la economía de una nación, como eje fundamental de la balanza comercial, con ello se pretende dejar de ser dependientes de productos importados.

- **Crisis Económica.**

“Las crisis son generalmente el resultado de bonanzas mal manejadas, que implican la necesidad de una mejor gestión en épocas de crecimiento de la económica mundial”

Así lo conceptualiza (Burke, 1776)

Objetivo de la Empresa

Según Basagaña (1988, pág. 7): *“uno de los objetivos son sus prioridades, políticas y procedimientos así coordinar la acción de cada área específica de la empresa”*.

La principal responsabilidad es resolver problemas de inversión sin dejar un lado los objetivos de la empresa, para la supervivencia y expansión de la firma. El volumen de los activos dependerá de las posibilidades específicas de inversión, así como de las posibilidades de financiamiento.

Los objetivos de la empresa son las condiciones que determinan sus prioridades, políticas y procedimientos que constituyen un punto de referencia para la planeación y el instrumento para coordinar el accionar de todas las áreas y establecer objetivos explícitos y medibles, pues sólo será posible identificar el que mejor corresponde a ellos.

El objetivo de la empresa es al máximo los valores de los accionistas, este valor está representado por el precio del mercado de las acciones siendo un reflejo de las decisiones de ella, relacionadas con la inversión, el financiamiento y los dividendos.

Una organización sin objetivos claros es sus áreas esenciales es un cuerpo no preparado para sobrevivir, pues no conoce lo que es bueno o malo para sí, en una entidad de negocios en las líneas funcionales de ventas, producción y finanzas, se establecen metas separadas para la actuación de cada una de estas funciones.

La empresa simultánea sigue tres objetivos:

- ❖ Supervivencia
- ❖ Lucro
- ❖ Responsabilidad social

En la responsabilidad social abarca deberes hacia el personal, los consumidores, la comunidad en general.

La empresa debe poner atención en los siguientes ocho aspectos:

1. Posicionamiento en el mercado
2. Innovación
3. Productividad
4. Recursos materiales y financieros
5. Obtención de beneficios
6. Actuación y formación del dirigente
7. Actuación y actitud de trabajadores
8. Responsabilidad social.

El gerente financiero desempeña una función dinámica en el desarrollo de la empresa moderna, extiende más allá de registros e informes y posición de efectivo de la empresa.

Los Principales Instrumentos de la Política Comercial

Arancelarias.- El Ecuador desde 1995 viene aplicando, en el marco del Mercado Común Andino, el Arancel Externo Común Andino conjuntamente con Venezuela, Colombia, Perú y Bolivia.

La estructura del AEC tiene como base cuatro niveles arancelarios: 5%, 10%, 15% y 20%, en función del grado de elaboración de los productos, entendiéndose que mientras mayor valor agregado tiene un producto mayor será su nivel arancelario.

Para el Ecuador, se ha establecido un régimen especial, en virtud del cual se permite a este país mantener una diferencia de 5 puntos con los niveles del AEC en una lista no mayor de 990 subpartidas arancelarias.

No Arancelarias.- Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2015), estas son *“disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características”*.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias.
- Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias: Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación: según informa en Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD (2015), *“Si como resultado de la inspección fitosanitaria se determina que el producto cumple con los requisitos fitosanitarios de exportación determinados por el país importador, se autoriza el envío del producto. La autorización de envío debe constar el reporte de inspección fitosanitaria, mismo que debe ser entregado en el punto de control de AGROCALIDAD por donde se realiza el envío del producto (puertos marítimos, aeropuertos y pasos fronterizos”*. Con la obtención del certificado sanitario se garantiza el envío del producto al país de destino.

Certificado de Calidad para la exportación de Cacao

Como lo indica en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD (2011), para obtener el certificado de calidad para la exportación de cacao nacional fino de Aroma o de otras variedades, el exportador o representante legal deberá presentar a AGROCALIDAD los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de inspección en el formulario correspondiente.
- ✓ Comprobante personalizado de pago original, de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente en AGROCALIDAD.
- ✓ Tiempo estimado de duración del trámite 48 horas.

Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Las autoridades económicas de un país disponen de una serie de medidas o instrumentos para desarrollar su política comercial. Es por ello que Calduch (2004): menciona que *“Esta pretende lograr que los intercambios de bienes y servicios con otros países contribuyan al desarrollo económico del propio Estado y, por tanto, las medidas de política comercial deberían, en principio, adoptarse para compensar los desequilibrios o perjuicios económicos innecesarios que dichos intercambios pudiesen causar a ciertas regiones o sectores económicos nacionales”*

Evidentemente, no siempre se adoptan con esta finalidad y, cuando ello ocurre, terminan perjudicando el crecimiento económico general de la sociedad en beneficio de un grupo reducido de ella.

Por esta razón, las medidas de política comercial han sido el objeto central de los esfuerzos internacionales realizados en orden a liberalizar el comercio, en el marco de la competencia que caracteriza el sistema de libre mercado.

- **Estacionalidad.**

Como menciona Ordozgoiti De la Rica & Pérez (2003); *“que la estacionalidad: “Analiza las diferencias periódicas, normalmente mensualidades de la oferta y demanda.”*. De acuerdo con los autores es importante este análisis para mantener un período de espera para la producción.

Continuando con la misma línea de pensamiento: *“Es preciso tener en cuenta el factor de estacionalidad cuando se personifican los volúmenes de producción y ventas en el plan de negocios, con la finalidad de ajustar los inventarios de materias primas, material de envase y embalaje, como resultado de todo ello, de producto terminado, a las previsiones de ventas”*.

Observando el criterio anteriormente descrito, es importante considerar la estacionalidad en la producción, pues de ello depende la toma de decisiones de los empresarios y aportará a un mejor desenvolvimiento de las actividades, especialmente en la planificación de la producción.

La estacionalidad de la producción cacaotera en la provincia de Napo según la encuesta realizada a los socios agricultores en el presente proyecto de investigación, se determina que es mínima, asociado a cambios en los rendimientos por presencia de enfermedades y plagas que afectan hasta el 60% de la cosecha orgánica.

- **Exportaciones.**

Según menciona Barrietos (2009): *“La obtención de ingresos en divisas que obtienen las compañías localizadas dentro de un país, por la venta de mercancías y servicios al exterior así como los gastos de extranjeros, por ejemplo turismo en el país y las remesas provenientes de los trabajadores en el extranjero”*. Las exportaciones son un potencial económico de los países ya que permiten la comercialización con el resto del mundo y la generación de recursos que aportan al desarrollo nacional.

- **Variación de Precios.**

De acuerdo con Berumen (1776): *“La influencia negativa de los factores exógenos y endógenos a los mercados implican variaciones desfavorables en los precios, dichas alteraciones generan un riesgo de variación de precios”*

La materialización de estos riesgos implica de una manera negativa en la rentabilidad o en el coste unitario de los bienes o de la actividad de un individuo.

- **Elasticidad de la Demanda.**

La principal variable que influye sobre la demanda del mercado menciona que Ordozgoiti De la Rica & Pérez (2003): *“es el precio de los bienes o servicios, pero hay otros factores relevantes, como: gustos y preferencias de los consumidores, ingreso de los consumidores, precio de tales productos, expectativas del consumidor”*.

La forma en que se pueden modificar las cantidades vendidas por un cambio de dichos factores es realmente importante para la empresa o el productor y un aspecto esencial es el análisis de la demanda.

Continuando con la misma línea de pensamiento de los autores *“La expresión utilizada para describir como la cantidad demandada responde a un cambio en una de las variables de la demanda es la Elasticidad de la demanda. La elasticidad al precio muestra la sensibilidad de la demanda del producto a los cambios en el precio”*.

Cuando la elasticidad es menor que 1, la demanda es inelástica. Cuando la elasticidad es mayor que 1, la demanda es elástica.

Adicional a la influencia de los precios en las cantidades demandadas, existen otros factores tales como preferencias del consumidor, su nivel de ingresos, en ciertas temporadas que influyen de forma directa la demanda, el mercado del cacao y sus derivados.

- **Demanda**

Como indica Mendez (2011): *“El estudio de la demanda es una parte fundamental de la microeconomía que se conoce como teoría de la demanda o teoría del consumidor, que examina las múltiples cantidades que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios tanto de mercancías como de servicios”*

en un momento dado”. La demanda puede ser individual si se refiere a una sola persona, y de mercado si alude al conjunto de individuos dentro de una misma sociedad.

La demanda es el eje principal de los negocios ya que corresponde a las cantidades que se comercializaran a diferentes precios, en función de lo cual se definirá el monto de ingresos que se percibirán en determinado periodo.

Economía

Es la ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.

Macroeconomía

Según menciona Burke (1776): La otra rama importante de nuestra disciplina es la **macroeconomía**, la cual se refiere al desempeño general de la economía. La macroeconomía no existía en su forma moderna hasta 1936, cuando John Maynard Keynes publicó su obra revolucionaria *“Teoría general del empleo, el interés y el dinero”*. Es por ello que la microeconomía juega un papel importante en la economía de cada nación.

Además que ayuda a comprender el proceso de asignación de los recursos productivos y la fijación de precios en el mercado.

Analiza la situación económica de un país propio en el que vive, permitiéndole entender los fenómenos que intervienen en ella

En contraposición, la microeconomía el comportamiento económico de agentes individuales, como consumidores, empresas, trabajadores e inversores.

Crecimiento Empresarial

Una organización que pueda adaptarse a cambios externos e internos, innovando sin dejar de lado su estrategia de crecimiento de largo plazo.

De acuerdo con Barrietos (2009): “*El crecimiento no es más que un proceso intangible que depende de elementos tangibles (acumulación de Capital físico y humano), y sobre todo de una adecuada organización y estructura interna*”.

Se caracteriza por la acción compleja de las dimensiones y cambios en las características de los objetos sometidos a tal proceso.

Es importante el Crecimiento empresarial para la consecución de los objetivos del sector y elevar el nivel de vida con “calidad y calidez”, en pro de una nación, para ello es importante definir ciertos objetivos para alcanzar la metas propuestas del sector productivo.

Competitividad

Es un concepto relativo, muestra la posición comparativa de los sistemas (empresas, sectores, países) utilizando la misma medida de referencia. Podemos decir que es un concepto en desarrollo, no acabado y sujeto a muchas interpretaciones y formas de medición. Dependiendo de la dimensión a la que pertenezcan los sistemas organizativos, se utilizarán unos indicadores distintos para medirla.

Este constituye el eje fundamental para el crecimiento económico ser competitivo es sinónimo de estar listo para incursionar en nuevos mercados y romper paradigmas de exportación de la producción ecuatoriana.

La Economía de Mercado, la Economía Centralizada y la Economía Mixta

¿Cuáles son las posibles alternativas que tiene una sociedad para responder a las preguntas *qué, cómo y para quién?*

Distintas sociedades se organizan a través de sistemas económicos alternativos y la economía estudia los diversos mecanismos que una sociedad puede utilizar para distribuir sus recursos escasos. (Burke, 1776)

Puede manifestarse de diferentes formas los mecanismos que el autor antes citado ha mencionado, y con estos pueden generar ingresos a un país.

Ventaja Absoluta:

De acuerdo con Smith (1776), *“Un país puede ser más eficiente que otro en la producción de algunos bienes y menos eficientes que otros en la producción de otros bienes”*

De manera independiente ambos países pueden beneficiarse, si cada uno se especializa en la producción que puede ser más eficiente que el otro.

Ventajas del Ecuador en el Comercio Internacional

Debido a su posición geográfica, Ecuador tiene ciertas ventajas naturales para atender algunos mercados en América del Sur, a los países que miran al Pacífico en América Central, y la cuenca del Pacífico.

Adicionalmente, a pesar de la distancia geográfica, Ecuador es también un importante proveedor de productos agrícolas para Europa.

Es indispensable aprovechar las ventajas comparativas que ofrece el país por sus condiciones agro – ecológicas que permiten el cultivo de una variada gama de productos, por lo que es una magnífica oportunidad para la exportación de productos no tradicionales, que han demostrado que pueden competir con calidad, precio y satisfacer las exigencias del mercado externo.

Importancia de la Economía:

Es importante porque ésta es la base de la sociedad, sin ella las personas no sabrían cómo administrar sus ingresos y egresos y no podrían satisfacer sus necesidades de una manera eficaz, una sociedad no podría desarrollarse puesto que no podría administrar sus recursos, y esto se da porque la economía nos permite tomar decisiones acerca de cómo administrar los recursos escasos para los muchísimos fines posibles y así poder satisfacer nuestras necesidades sin que haya un desequilibrio.

2.5. Hipótesis

La capacidad de producción constituye el factor primordial para elevar la cobertura de las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

2.6. Señalamiento de las Variables de la Hipótesis

- **Variable independiente:** La Limitada Capacidad de Producción
- **Variable dependiente:** Baja Cobertura de las Exportaciones.
- **Unidad de observación:** Asociación de Productores de Cacao Kallari de la provincia de Napo.
- **Términos de Relación:** Impacta significativamente.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

La presente investigación se encuentra enmarcada dentro del enfoque mixto, el cual de acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2010) consiste en el segundo, triangulación de métodos *“complementar con un estudio cuantitativo, que nos conduciría de un plano cualitativo a uno mixto”*.

Continuando con la misma línea de investigación del autor: *“La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”*.

3.2. Modalidad Básica de la Investigación

La presente investigación está enmarcada dentro de la siguiente modalidad.

Investigación de campo

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010) la investigación de campo es *“la inmersión inicial en el campo significa sensibilizarse con el ambiente o entorno en el cual se llevará a cabo el estudio, identificar informantes que aporten datos y nos guíen por el lugar, adentrarse y compenetrarse con la situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio”*.

De acuerdo con Briones (2002): *“Una vez elegido el diseño general entre las tres alternativas citadas, el investigador opta por un tipo específico de investigación, por ejemplo, un estudio experimental con grupo experimental y grupo de control o un estudio no experimental, como la encuesta social”*.

Este tipo de investigación necesita estar en constante convivencia con el objeto de estudio, estando en contacto directamente con el problema mediante la recolección de la información que ha sido obtenida en la Organización Kallari, contando con la colaboración de su gerente, al igual que de sus empleados. Al proporcionar ayuda e información de vital importancia en la investigación que se realizó, proveniente de entrevistas y encuestas a los proveedores socios, validándose posteriormente con la observación directa. Se tomó este tipo de encuesta Cuantitativa por que se manejó números y cantidades que ayudaron al desarrollo de la investigación y a la realidad de la exportación del cacao y chocolate a gran escala.

Investigación Documental

Como menciona Heinz (1996, pág. 161): *“Por fuente de información pertinente entendemos una fuente de información que se refiere al mismo sector de la realidad como nuestro objeto o tema de investigación.”*

Es compatible desarrollar este tipo de investigación con el carácter documental, se recomienda que primero se validen las fuentes a fin de evitar contradicciones.

La investigación documental se basa en la consulta de registros primarios como libros contables, controles de cumplimiento, así lo menciona en (Herrera, Medina , & Naranjo (2004): *“Esta modalidad de investigación nos permite comparar, conocer, aplicar y profundizar las diversas teorías, conceptos y criterios que se ofrecen sobre el tema, según el enfoque de varios autores; permitiendo de esta manera profundizar los conocimientos adquiridos y enriquecer el marco teórico de nuestra investigación”*.

3.3. Nivel o Tipo de Investigación

A continuación se presenta los siguientes niveles de investigación de acuerdo a la problemática de estudio.

Investigación Exploratoria

Para la presente investigación inicialmente se realizó un análisis de la situación actual dentro de la “Organización Kallari” identificando los posibles problemas con los que convive la organización; y como inciden en el desarrollo de sus operaciones.

El investigador pudo así ver el grado de relación de la cobertura de las exportaciones con la capacidad de instalación que cuenta dentro de la Organización Kallari.

Investigación Descriptiva

Se refiere a la etapa preparatoria del trabajo de investigación, que permite ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, las características, los factores, los procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos.

Buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos comunidades, es decir, saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio, y principalmente miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Según afirma Briones (2002): *“En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga, esto requiere de un considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder, se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito. Pueden ofrecer la posibilidad de predicciones rudimentarias”*.

Investigación Asociación de variables

El estudio en las variables de investigación, representan un concepto de vital importancia dentro de un proyecto con propósito de formar enunciados y analizar su impacto para establecer la correlación entre ellas.

Si pone esto Relación debe estar $y=b+c$

3.4. Población y Muestra

3.4.1 Población

Según Herrera, Medina & Naranjo (2004), *“La población o universo es el conjunto o agregado total de unidades estadísticas que representan una característica determinada al que se extenderán las conclusiones de un estudio”*.

La población total para la siguiente investigación está conformada por lo siguiente:

| UNIDADES DE OBSERVACIÓN | POBLACIÓN |
|---|------------------|
| Agricultor de Cacao Organización Kallari | 618 |
| TOTAL POBLACIÓN | 618 |

Tabla 3.1 Unidad de Observación
Elaborado por: CÁCERES, V.

Como se puede concluir nuestra población de estudio es finita y se debe aplicar una técnica de muestreo, con el objetivo de llevar a cabo las encuestas a los Agricultores de Cacao de la Organización Kallari.

3.4.2 Muestra

Según Herrera, Medina & Naranjo (2004), *“La muestra, es una parte o subconjunto representativo de la población. Para la obtención de la muestra, se procedió a aplicar un muestreo probabilístico, ya que se considera que todos los miembros del universo tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra, utilizando el método aleatorio simple en donde se toman al azar de entre la totalidad del universo sin consideraciones de ninguna clase, obteniendo resultados óptimos”*.

Para la población de agricultores se utilizará esta técnica de muestreo por ser un número considerable, aplicándose la fórmula para población finita, puesto que ya conocemos el total de nuestra población con seguridad, siendo la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + (N-1) * e^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza = 95% = 1,96

p = Probabilidad de ocurrencia = 0,5

q = Probabilidad de no ocurrencia = 0,5

N = Población = 618 personas

e = error de muestreo = 0 ,05

Se procede a reemplazar los datos:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,05 * 0,05 * 618}{1,96^2 * 0,05 * 0,05 (618 - 1) * 0,05^2}$$

$$n = \frac{593,5272}{2,5029}$$

$$n \cong 237,13$$

n = 237 socios proveedores

| UNIDADES DE OBSERVACIÓN | POBLACIÓN | MUESTRA | TÉCNICA |
|--|------------------|----------------|----------------|
| Agricultores de Cacao de la Organización Kallari | 618 | 237 | Encuesta |
| TOTAL POBLACIÓN | 618 | 237 | |

Tabla 3.2 Tamaño de la Muestra
Elaborado por: CÁCERES, V.

3.5. Operacionalización de Variables

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico.

Podemos indicar en la operacionalización de variables que:

“La operacionalización de las variables permitirá diseñar los instrumentos para recopilar la información que se utilizará en la prueba de las hipótesis. Un procedimiento para dicha prueba, es el cruzar o relacionar las preguntas de los indicadores independientes con aquellos de los indicadores dependientes: al quedar probada esa relación, de acuerdo con dicha lógica de análisis, se estará probando automáticamente la hipótesis conceptual”. (Rojas Soriano, 2006)

Tabla 3.3 Variable independiente: Capacidad de Producción

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍAS | INDICADORES | ITEMS BÁSICOS | TÉCNICAS INSTRUMENTOS |
|--|--|--|--|--|
| <p>Los procesos son cualquier actividad lógica o grupo de actividades que emplee un insumo, le agregue valor a éste y suministre un producto a un cliente externo o interno.</p> | <p>Procesos preliminares</p> <p>Política de abastecimiento</p> | <p>Rotación de inventarios</p> <p>Porcentaje de cumplimiento de los objetivos.</p> <p>Porcentaje de eficiencia de los programas.</p> <p>Porcentaje de cumplimiento de las políticas.</p> | <p>¿Cada que tiempo observa la cantidad de cacao producido?</p> <p>¿Con qué porcentaje de cumplimiento se encuentran los objetivos?</p> <p>¿Qué porcentaje de satisfacción tiene luego de adquirir un producto?</p> <p>¿Cuál es el porcentaje de cumplimiento de las políticas?</p> <p>¿Con que frecuencia se miden los errores?</p> | <p>Encuesta dirigido a los Agricultores de la Organización Kallari</p> |

Tabla 3.3 Variable Independiente
Elaborado por: CÁCERES, V.

Tabla 3.4 Variable dependiente: Cobertura de las Exportaciones

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍAS | INDICADORES | ITEMS BÁSICOS | TÉCNICAS INSTRUMENTO |
|--|--|--|--|--|
| <p>La Cobertura de las Exportaciones se desea ampliar dicho mercado involucra medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener resultados positivos en los estados financieros.</p> <p>Es por ello que la dinámica del comercio entre países ayuda al desarrollo de la economía de una nación, como eje fundamental de la balanza comercial, con ello pretende dejar de ser dependientes de productos importados.</p> | <p>Incidencia en las exportaciones</p> | <p>Porcentaje de exportaciones frente a la importaciones</p> | <p>¿En que varía la comercialización al aumentar o disminuir un bien o servicio?</p> <p>¿Los porcentajes de eficiencia tienen satisfacción?</p> <p>¿Cuál es el porcentaje de cumplimiento de los análisis financieros?</p> | <p>Entrevistas</p> <p>Dirigido al personal administrativo de la Organización Kallari</p> |

Tabla 3.4 Variable Dependiente
Elaborado por: CÁCERES, V.

3.6. Recolección de la información

Es la recolección de datos, actividad que consiste en la recopilación de información mediante diversas técnicas a ser evaluadas y evidenciadas, según los hallazgos detectados.

3.6.1 Plan para la recolección de información

La recolección de la información depende en gran medida del tipo de investigación y el problema que se estudia.

- **¿Para qué?** Este tipo de recolección de datos posibilitó a cumplir acabo con el objetivo general del estudio realizado que es:

Determinar el grado de relación que existe entre la capacidad de producción y las exportaciones de la Organización Kallari de la Provincia de Napo.

- **¿De qué objetos o personas?** La información ha sido recolectada de los socios Agricultores de la Organización Kallari de la Provincia de Napo.
- **¿Sobre qué aspectos?** La recolección de información está encaminada a descubrir la capacidad de producción y el impacto en las Exportaciones de la Organización Kallari de la Provincia de Napo.
- **¿Quién o quiénes?** La obtención de datos es de responsabilidad exclusiva de la investigadora ya que no se considera la intervención de un número de participantes.
- **¿A quiénes?** Las personas que colaboraron con la información fueron el personal que conforman la administración de la Asociación Kallari y los socios Agricultores de Cacao de la localidad que forman parte de la muestra; quienes provee de manera directa la materia prima.

- **¿Cuándo?** La ejecución de la investigación de campo se efectuó en el mes de mayo del año 2016.
- **¿Dónde?** El lugar en donde se aplicó los instrumentos y técnicas de investigación para la recopilación de información en la Provincia de Napo.
- **¿Cuántas veces?** La técnica de recolección de información se aplicó una sola vez.
- **¿Cómo?** La técnica principal que se manejó para la obtención de datos en la encuesta, ya que a través de esta modalidad se puede identificar las opiniones y criterios de la parte involucrada con respecto a la problemática en estudio.

A través de este método se pretendió obtener información exacta para ser analizada y obtener con mayor rapidez los resultados.

¿Con qué? La herramienta de investigación que se empleó es un cuestionario estructurado, el mismo que contiene preguntas cerradas con la finalidad de que la parte encuestada pueda emitir una respuesta dentro de un rango específico como un SI o NO. Para su conformación se tomó en consideración los elementos de la operacionalización de variables.

La encuesta estuvo estructurada de dos partes: la cabecera que se indica la institución que está a cargo del cuestionario acompañado del tema de investigación además de los objetivos e instrucciones generales del documento; y el cuerpo que comprende las 11 preguntas de la encuesta. La contestación fue de carácter individual y de forma escrita.

Encuesta.- La encuesta es un medio de conocer, como están integrados los procesos de producción a través de la formulación de una serie de cuestiones relativas al objeto de la investigación, y que se aplica a una muestra.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación

Con el fin de obtener una información real de calidad se realizó una entrevista a la Contadora de Kallari Ing. Alvarado Cerda Yadira Irene, quien es la responsable que cuenta con la información financiera real y fidedigna de las exportaciones desde el año 2013, 2014 y 2015, para determinar los causales principales de la baja producción que tiene incidencia en las exportaciones.

Además, se realizó una encuesta que fue direccionada a los socios Agricultores que proveen de manera directa la materia prima a Kallari de la Provincia de Napo. Esta técnica de investigación se aplicó a 237 persona en total, cuyo cuestionario constó de 11 preguntas.

Los datos obtenidos fueron tabulados en una hoja electrónica Excel, que servirá para la presentación de los resultados a obtener con sus gráficos y cuadros que fueron utilizados para su análisis e interpretación.

Los resultados de la presente investigación permitirán contar con el número de necesidades e inconvenientes que atraviesan el productor Cacaotero de la Provincia de Napo para incrementar su producción.

**Entrevista al Departamento Financiero y Ventas de la Organización Kallari
de la Provincia de Napo.**

PREGUNTA N° 01

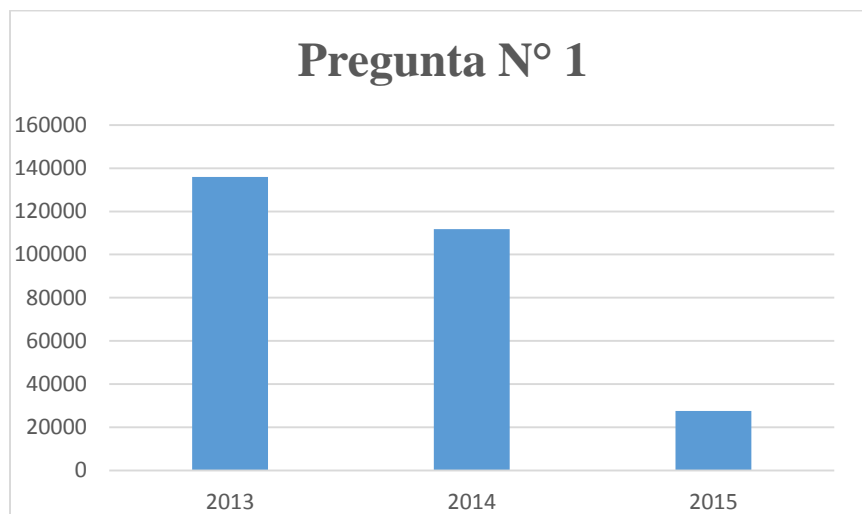
¿Cuánto exporto en los años 2013, 2014 y 2015 en dólares FOB?

TABLA N° 4.1

| | | | | | |
|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|---------------------|
| 2013 | \$ 135.912,00 | 2014 | \$ 111.723,00 | 2015 | \$ 27.528,00 |
|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|---------------------|

Fuente: Entrevista aplicada a la Contadora de Asociación Kallari. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.



Fuente: Tabla N° 4.1

Elaborado por: Cáceres, V.

INTERPRETACIÓN:

Durante los años 2013 al 2015 las exportaciones de chocolate fino de aroma han declinado, en el año 2015 se evidencia gran decaída de las exportaciones del producto.

PREGUNTA N° 02

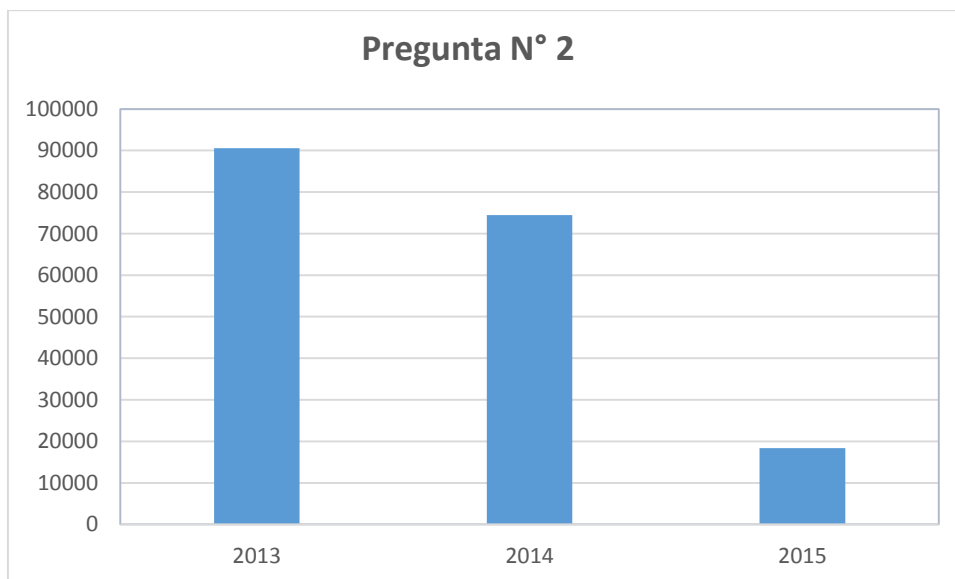
¿Cuántas barras de chocolate exporto en los años 2013, 2014 y 2015?

TABLA N° 4.2

| Año | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------------|--------|--------|--------|
| Exportaciones | 90.608 | 74.482 | 18.352 |

Fuente: Entrevista aplicada a la Contadora de Asociación Kallari. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.



Fuente: Tabla N° 4.1

Elaborado por: Cáceres, V.

INTERPRETACIÓN:

Durante los años 2013 al 2015 las exportaciones en barras de chocolate fino de aroma han declinado. En el año 2015, se evidencia gran decaída de las exportaciones del producto.

PREGUNTA N° 03

¿La Organización mantiene convenios comerciales con sus clientes?

INTERPRETACIÓN:

La Asociación Kallari SI mantiene convenios comerciales con sus clientes estratégicos, quienes se encargan de la recepción y distribución de los productos con las marcas SACHA Y KALLARI.

PREGUNTA N° 04

¿Marque con una X cuál de las siguientes barreras usted considera que afectan a la comercialización del chocolate fino de aroma?

CONTINGENTES (X)
ARANCELARIAS ()
ADMINISTRATIVAS ()

INTERPRETACIÓN:

La Organización Kallari, considera barreras contingentes a los aspectos externos como el no tener el control de ser productor propio de la transformación de su propio cacao y depender de maquiladoras es por ello que se ve afectado en la comercialización del chocolate fino de aroma.

PREGUNTA N° 05

¿Cuáles son los meses de temporada alta de exportación?

TABLA N° 4.3

| ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | X | | | | | X | | | X | X |

Fuente: Entrevista aplicada a la Contadora de Asociación Kallari. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

INTERPRETACIÓN:

Los meses de temporada alta que la Asociación Kallari exporta su chocolate fino de aroma y en materia prima el cacao son: Marzo, Agosto, Noviembre y Diciembre.

PREGUNTA N° 06

¿Qué porcentaje de reclamos sufrieron sus exportaciones de los años 2013, 2014, 2015?

TABLA N° 4.4

| AÑOS | 10% - 15% | 16% - 25% | 26% - 50% |
|-------------|------------------|------------------|------------------|
| 2013 | X | | |
| 2014 | | X | |
| 2015 | | | X |

Fuente: Entrevista aplicada a la Contadora de Asociación Kallari. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

INTERPRETACIÓN:

Los reclamos que sufrieron en las exportaciones de la Asociación Kallari fueron en el año 2013 entre 10-15%, año 2014 entre 16% - 25%, y año 2015 entre 26% - 50%; han aumentado considerablemente los reclamos, esto se debe al despacho en los tiempos de entrega y por confusión en la producción de las barras de chocolate que entregan las maquiladoras.

PREGUNTA N° 07

¿Qué porcentaje de sus activos son financiados por fondos ajenos?

TABLA N° 4.5

| 1% - 10% | 26% - 50% | 51% - 75% |
|-----------------|------------------|------------------|
| X | | |

Fuente: Entrevista aplicada a la Contadora de Asociación Kallari. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

INTERPRETACIÓN:

Entre 1% - 10% del total de los Activos son financiados por fondos ajenos a la Asociación Kallari.

PREGUNTA N° 08

¿A qué plazo concede la mayoría de créditos a sus clientes?

- | | |
|----------|-------|
| 30 DÍAS | (X) |
| 90 DÍAS | () |
| 120 DÍAS | () |

INTERPRETACIÓN:

La Organización Kallari concede créditos a sus clientes hasta 30 días.

PREGUNTA N° 09

¿A qué plazo le conceden crédito la mayor parte de sus proveedores?

- | | |
|----------|-------|
| 30 DÍAS | (X) |
| 90 DÍAS | () |
| 120 DÍAS | () |

INTERPRETACIÓN:

A la Asociación Kallari le conceden crédito sus proveedores quienes son los socios Agricultores hasta 30 días, en virtud que Kallari cuenta con los desembolsos de los pedidos enviados a sus clientes y es el tiempo que se demora en la recuperación de cartera.

PREGUNTA N° 10

¿Cuál es el origen preferencial de su Financiamiento?

INSTITUCIONES FINANCIERAS ()

BOLSA DE VALORES ()

APORTE ACCIONISTAS ()

INTERPRETACIÓN:

La Organización Kallari tiene su financiamiento preferencial con instituciones financieras.

PREGUNTA N° 11

¿Cuántos créditos bancarios mantiene?

INTERPRETACIÓN:

La Organización Kallari tiene un crédito bancario actualmente.

Encuesta dirigida a los pequeños socios agricultores de Cacao

PREGUNTA N° 01

Área del cultivo:

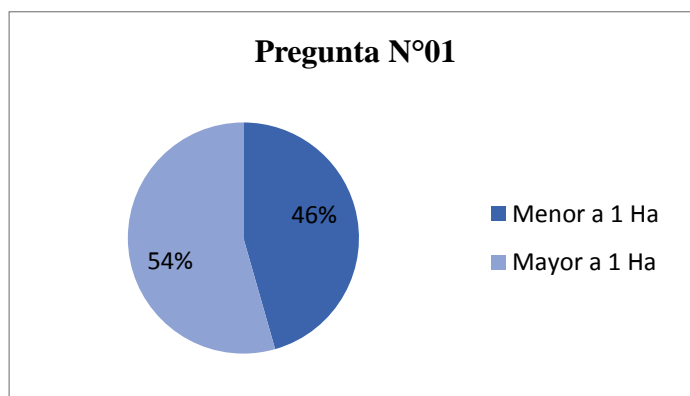
TABLA N° 4.6

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| Menor a 1 Ha | 108 | 45,57 |
| Mayor a 1 Ha | 129 | 54,43 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.1



Fuente: Tabla N° 4.6

Elaborado por: Cáceres, V.

ANÁLISIS:

El 54% de los encuestados confirman que tienen un área de cultivo de cacao mayor a 1 Ha, mientras que el 46% solo poseen menor a 1 Ha.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se determina que la mayoría de los encuestados poseen un área extensa para el cultivo del cacao y dependen económicamente de ella.

PREGUNTA N° 02
El almacenamiento se lo hace en?

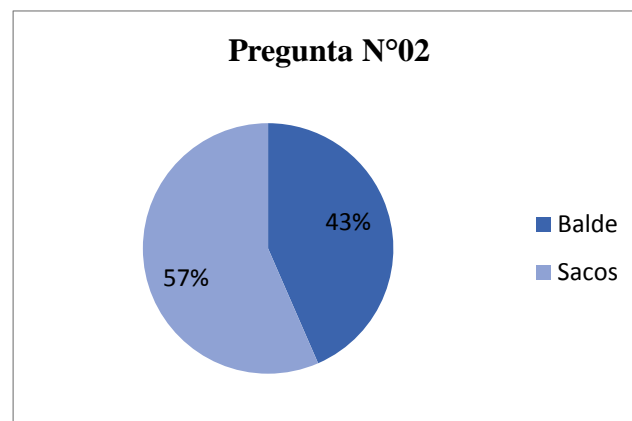
TABLA N° 4.7

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| Balde | 103 | 43,46 |
| Sacos | 134 | 56,54 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.2



Fuente: Tabla N° 4.7

Elaborado por: Cáceres, V.

ANÁLISIS:

El 57% de los encuestados confirman que el almacenamiento del cacao en baba lo hacen en sacos, mientras que el 43% lo hacen en balde previa a la entrega de Kallari en el Centro de Acopio.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se determina que la mayoría de los encuestados manifiestan que la mejor forma de almacenamiento previo a la entrega del cacao en baba es en sacos por el mismo hecho que facilita la toma de la unidad de medida que determinará el pago.

PREGUNTA N° 03
Cuenta con incentivos del Gobierno Local?

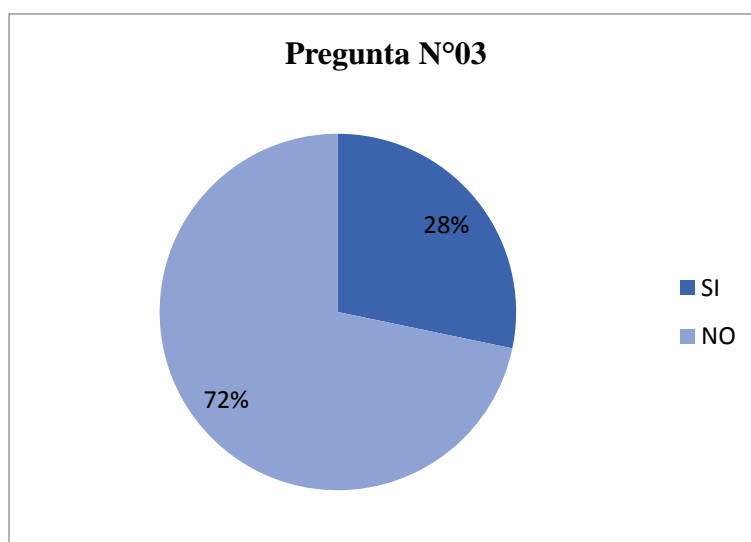
TABLA N° 4.8

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| SI | 67 | 28,27 |
| NO | 170 | 71,73 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.3



Fuente: Tabla N° 4.8

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 71% de los encuestados confirman que no cuentan con incentivos del Gobierno Local, mientras que el 28% afirman que han recibido.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se determina que la mayoría de los encuestados pertenecen al pequeño grupo de personas que se dedican al cultivo de cacao que necesitan ser atendidos por el Gobierno Local e incentivar su producción.

PREGUNTA N° 04

Cuenta con asesoramiento técnico y logístico de kallari?

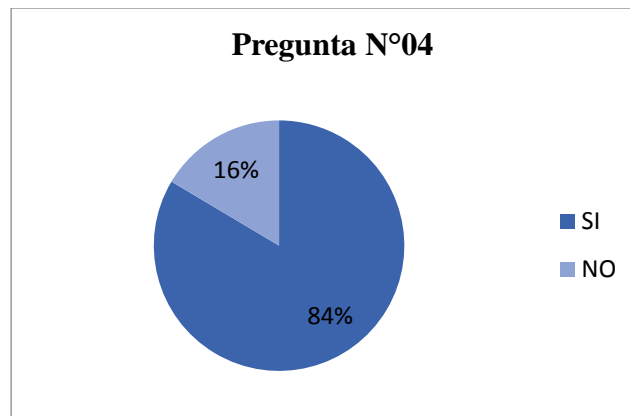
TABLA N° 4.9

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| SI | 198 | 83,54 |
| NO | 39 | 16,46 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.4



Fuente: Tabla N° 4.9

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 84% de los encuestados cuentan con asesoramiento técnico y logístico de kallari, mientras que el 16% no lo han recibido.

INTERPRETACIÓN:

La Organización Kallari fue creada con el fin de apoyar al agricultor cacaotero de la zona e incentivar a la producción de un cacao orgánico que es apetecido a nivel internacional al ser un cacao fino de aroma.

PREGUNTA N° 05

Su cosecha se ve afectada en mayor cantidad por?

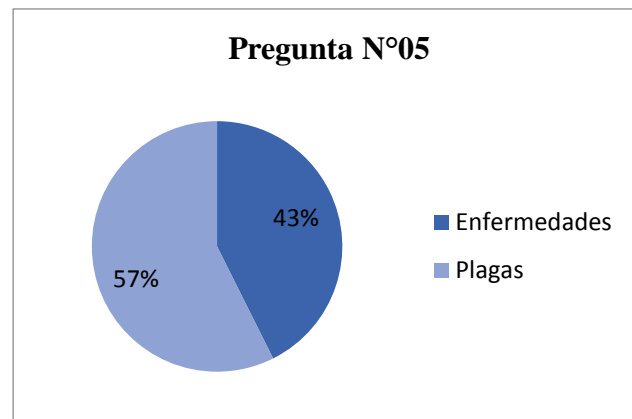
TABLA N° 4.10

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| Enfermedades | 101 | 42,62 |
| Plagas | 136 | 57,38 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.5



Fuente: Tabla N° 4.10

Elaborado por: Cáceres, V.

ANÁLISIS:

El 57% de los encuestados confirman que su cosecha se ve afectada en mayor cantidad por plagas, mientras que el 43% indican que por enfermedades.

INTERPRETACIÓN:

Los socios agricultores tienen que luchar con plagas en mayor cantidad y enfermedades en sus cosechas por el mismo hecho de obtener un cacao orgánico, quienes están limitados a la utilización de químicos y pesticidas, logrando obtener una cosecha hasta del 40% de sus cultivos.

PREGUNTA N° 06
Utiliza Abono Orgánico?

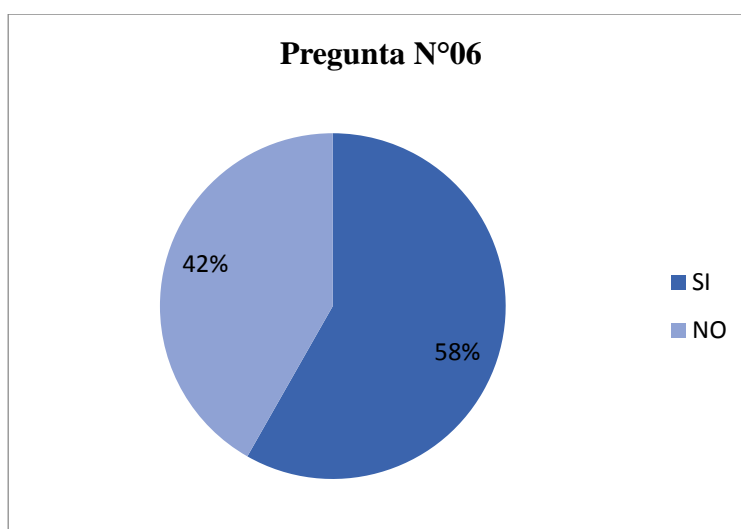
TABLA N° 4.11

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| SI | 138 | 58,23 |
| NO | 99 | 41,77 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.6



Fuente: Tabla N° 4.11

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 58% de los encuestados confirman que utilizan abono orgánico en sus cultivos de cacao, mientras que el 42% no lo emplean.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los encuestados ven que el abono orgánico es necesario para sus cultivos y que reemplaza a los químicos.

PREGUNTA N° 07

Tiene créditos con alguna Institución Financiera?

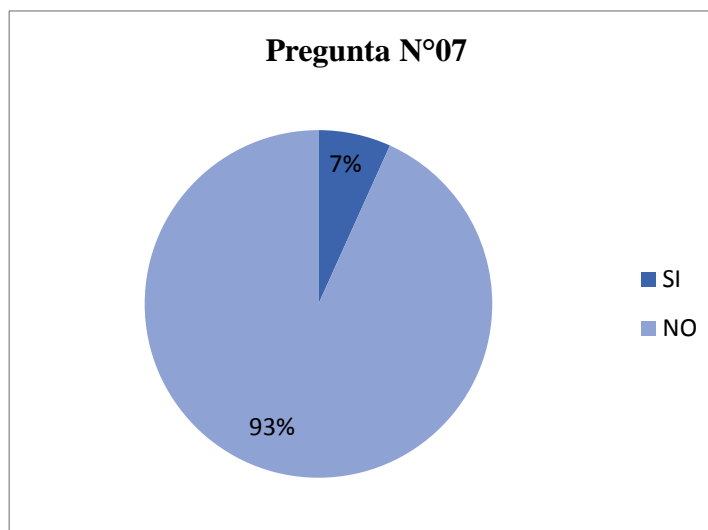
TABLA N° 4.12

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| SI | 16 | 6,75 |
| NO | 221 | 93,25 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.7



Fuente: Tabla N° 4.12

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 93% de los encuestados confirman que no cuentan con crédito en alguna institución financiera, y tan solo el 7% si lo tienen.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos podemos evidenciar que al sector agrícola necesita apoyo de financiamiento para elevar la producción del cacao que es la materia prima que simboliza a la provincia de Napo.

PREGUNTA N° 08
Cada que tiempo entrega su cosecha?

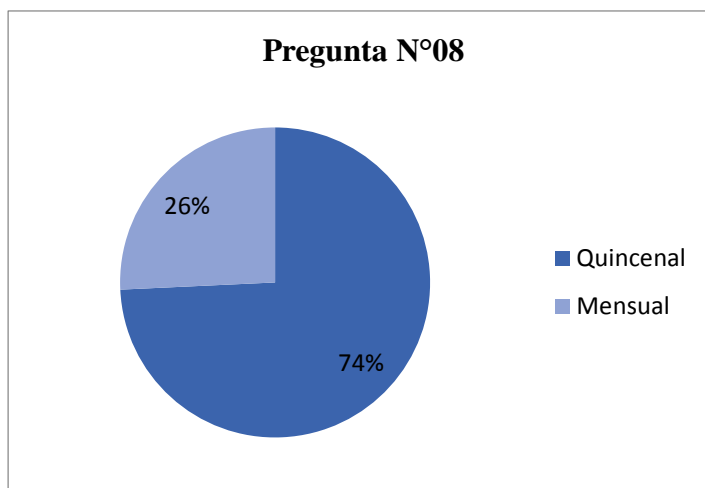
TABLA N° 4.13

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| Quincenal | 176 | 74,26 |
| Mensual | 61 | 25,74 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.8



Fuente: Tabla N° 4.13

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 74% de los encuestados confirman que entregan su cosecha a Kallari de manera quincenal, mientras que el 26% lo hacen mensual.

INTERPRETACIÓN:

Kallari recolecta constantemente el cacao a sus socios agricultores, ya que esta es la única fuente de ingreso del Agricultor de la provincia de Napo.

PREGUNTA N° 09

La cantidad entregada de su cosecha es menor o igual a 100 libras?

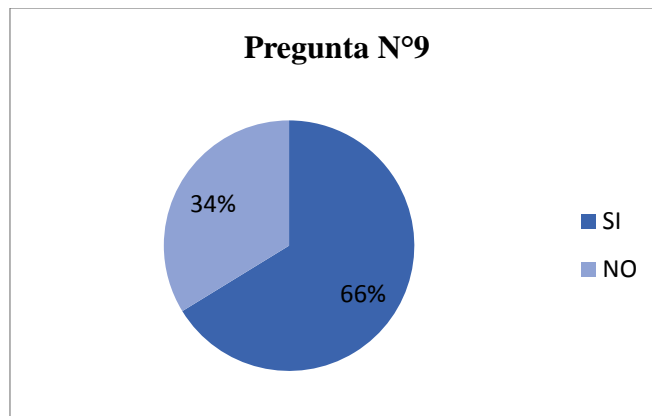
TABLA N° 4.14

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| SI | 157 | 66,24 |
| NO | 80 | 33,76 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.9



Fuente: Tabla N° 4.14

Elaborado por: Cáceres, V.

ANÁLISIS:

El 66% de los encuestados entregan una cosecha menor o igual a 100 libras, mientras que el 34% entregan mayor a 100 libras.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se puede evidenciar que la cosecha entregada por parte de los encuestados es mínima debido que su cosecha es orgánica.

PREGUNTA N° 10

Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica de exportación?

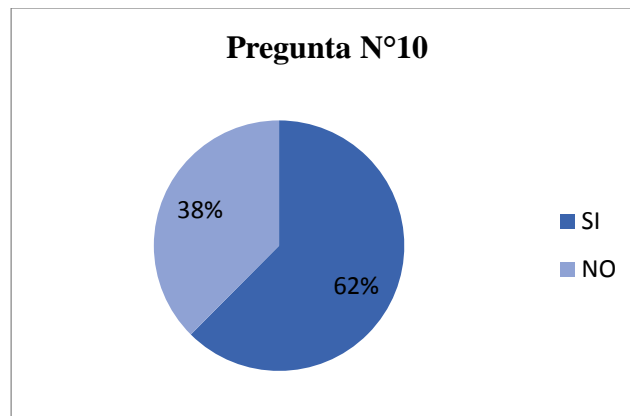
TABLA N° 4.15

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| SI | 148 | 62,45 |
| NO | 89 | 37,55 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.10



Fuente: Tabla N° 4.15

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 62% de los encuestados confirman que se encuentran conformes con el precio que perciben por su cosecha, mientras que el 38% no lo están.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se puede observar que el precio que paga kallari a sus socios agricultores es de acuerdo al precio de mercado. Por encontrarse en renovación de certificado internacional de cacao orgánico, ha tenido que bajar el precio que paga por libra en baba del cacao.

PREGUNTA N° 11

Cuáles son los meses de mayor cosecha?

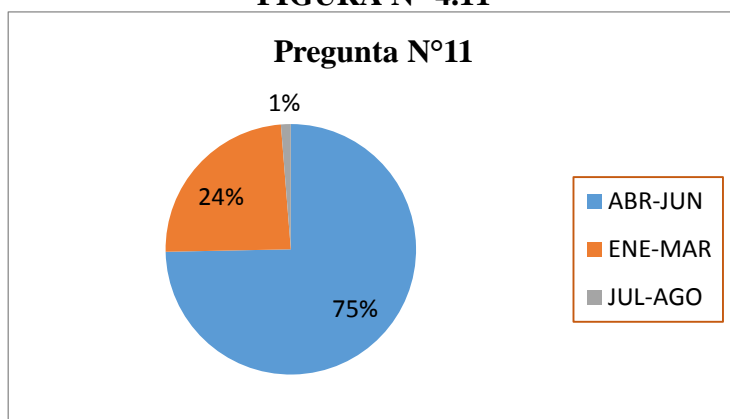
TABLA N° 4.16

| ALTERATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| ABR-JUN | 177 | 74,68 |
| ENE-MAR | 57 | 24,05 |
| JUL-AGO | 3 | 1,27 |
| TOTAL | 237 | 100,00 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

FIGURA N° 4.11



Fuente: Tabla N° 4.16

Elaborado por: Cáceres, V.

ANALISIS:

El 33% de los encuestados confirman que Abril es el mes de mayor cosecha.

INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se puede observar que la cosecha de cacao es estacionaria y el mejor mes es Abril y el resto del año es mínima su cosecha.

4.2. Comprobación de la hipótesis

Luego de haber realizado la presentación de los resultados obtenidos con los respectivos análisis e interpretaciones, para ello se utilizara el método Chi-cuadrado. Para el cálculo se lo realiza a partir de los valores de las preguntas N° 1 y N° 10 aplicada en la encuesta, las mismas que guardan relación con las variables estudiadas.

Tabla de frecuencias

Tabla de Contingencias

| | PREGUNTAS | 1. Área del cultivo? | |
|---|-----------|----------------------|------|
| | | -1ha | +1ha |
| 10. Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica para exportación? | SI | 57 | 51 |
| | NO | 91 | 38 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

Frecuencias Observadas

| | PREGUNTAS | 1. Área del cultivo? | |
|---|-----------|----------------------|------|
| | | -1ha | +1ha |
| 10. Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica para exportación? | SI | 57 | 51 |
| | NO | 91 | 38 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

Frecuencia Esperada

| | PREGUNTAS | 1. Área del cultivo? | |
|---|-----------|----------------------|------|
| | | -1ha | +1ha |
| 10. Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica para exportación? | SI | 57 | 51 |
| | NO | 91 | 38 |

Fuente: Encuesta aplicada a socios agricultores. (Mayo -2016)

Elaborado por: Cáceres, V.

Formulación de la Hipótesis

H0 = La capacidad de producción no constituye el factor primordial para elevar la cobertura de las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

H1 = La capacidad de producción constituye el factor primordial para elevar la cobertura de las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

Modelo Matemático

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Elección de la prueba estadística

Chi - Cuadrado.

Nivel de significancia

Se trata con un nivel de significancia del 5% (0.05), valor que es considerado normal para la presente investigación.

Distribución Muestral

$$Gl = k - 1$$

$$Gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$Gl = (2 - 1) (2 - 1)$$

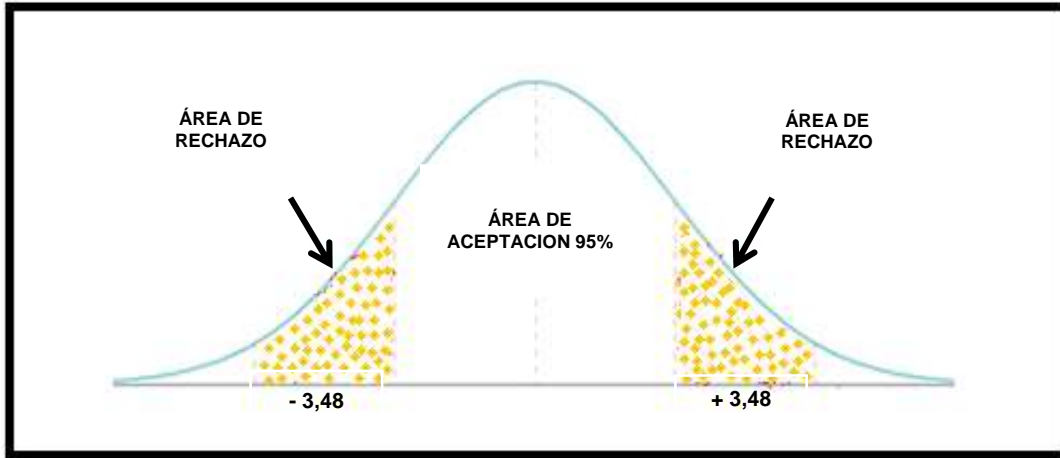
$$Gl = (1) (1)$$

$$Gl = 1$$

Por lo tanto, con 1 Grado de Libertad, tenemos un valor de la tabla estadística de 3,84.

Definición de la zona de rechazo

FIGURA N°4.12: Zona de rechazo



Cálculo Matemático

| PREGUNTAS | O | E | O - E | (O-E)2 | (O-E)2/E |
|---|------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| 1. Área del cultivo? | 57 | 67,44 | -10,44 | 109,06 | 1,62 |
| 10. Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica para exportación? | 91 | 80,56 | 10,44 | 109,06 | 1,35 |
| 1. Área del cultivo? | 51 | 40,56 | 10,44 | 109,06 | 2,69 |
| 10. Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica para exportación? | 38 | 48,44 | -10,44 | 109,06 | 2,25 |
| TOTAL | 237 | 237,00 | 0,00 | 436,23 | 7,91 |

Decisión y conclusión

Si X^2 calculado $\geq X^2$, se rechaza la hipótesis nula (H_0)

7.91 > 3.84 por lo que se rechaza H_0 y se acepta H_1

Entonces:

La capacidad de producción constituye el factor primordial para elevar la cobertura de las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La Asociación Artesanal de Producción de Bienes Agrícolas, Pecuarios y Piscícolas de Napo “KALLARI” actualmente conocida como “Asociación Agro Artesanal KALLARI”, es una organización mediana, porque su capacidad productiva y personal, siendo el cacao orgánico y su derivado el chocolate el principal producto de exportación, está conformada por 21 comunidades que abarcan más de 850 familias de la zona, ubicada en la provincia de Napo.
- Las exportaciones de cacao y chocolate de la Organización Kallari en los últimos tres años han declinado debido a causas, como: retrasos en los tiempos de entrega y confusión en las líneas de producción; la dependencia de las maquiladoras para la transformación del producto y el abastecimiento de materia prima. A pesar de esto, siguen teniendo gran aceptación por la calidad y aroma únicos en el mundo.
- De acuerdo a la presente investigación, podemos indicar que existen las políticas gubernamentales que apoyan la producción. En el nuevo modelo de la matriz productiva, entre estas tenemos el apoyo y asesoramiento del MIES para impulsar la producción nacional y promocionar nuestros productos en ferias inclusivas en el exterior, contando además con la exoneración de los impuestos arancelarios.
- No cuenta con asesoramiento continuo sobre líneas de crédito, por lo que solo un 7% de los encuestados afirman que tienen un crédito productivo. Esto se debe a la falta de convenios entre las financieras.

- Actualmente, la mayoría de los socios Agricultores dependen de la cosecha del cacao. Por el clima, las prácticas agropecuarias se ven afectadas en gran cantidad por plagas y enfermedades provocando que sus ingresos estén por debajo del salario básico unificado.
- De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que la capacidad de producción constituye el factor primordial para elevar la cobertura de las exportaciones en la Organización KALLARI de la provincia de Napo.

5.2 Recomendaciones

- Si aún continúa maquilando la organización, es recomendable que en la cadena de producción supervise personal de Kallari e inspeccione continuamente los cultivos de los socios.
- Se recomienda que la Organiza Kallari realice un plan de expansión de inversión con el fin de aprovechar las fuentes de financiamiento públicas (a través del Ban Ecuador), privadas y extranjeras para lograr una producción sostenible de cacao, para que continúe con la construcción de una planta de producción y se promocióne a la Organización.
- Apoyarse en el modelo de la matriz productiva las leyes gubernamentales para elevar las exportaciones de la marca de chocolates Kallari.
- Capacitar y supervisar constantemente a los socios Agricultores sobre mejores técnicas de cuidado de las plantaciones para que la producción arroje una cosecha mayor a la esperada.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD. (24 de Abril de 2015). *AGROCALIDAD*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/emision-de-certificado-fitosanitario-de-exportacion/>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD. (2011). Manual de Requisitos para los Usuarios de Agrocalidad. En F. y Dirección Administrativa. Quito: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- Arbones, E. (1990). *Logística Empresarial*. España: Boixanu editores.
- Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: Registro Oficial 449.
- Asamblea Nacional. (miércoles 29 de diciembre de 2010). Código de la producción. 351. Quito: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional. (Miércoles 29 de Diciembre de 2010). Código de la Producción. *Nro. 351*. Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. (2008). Boletín Técnico N° 15. Quito: Asociación Nacional de Exportadores de Cacao.
- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao-Ecuador. (21 de agosto de 2015). *ANECACAO*. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/>
- Barrietos, J. (2009). *Diccionario Internacional de Economía, Banca y Fiananzas*. México: Trillas.
- Basagaña, E. (1988). *Temas de Administración Financiera* (Cuarta ed.). Buenos Aires: Ediciones Macchi.

- Batista, L. (2009). *Guía técnica El cultivo de cacao*. Santo Domingo: Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal, Inc.
- Briones, G. (2002). *Metodología de la Investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: Instituto Colombiano para el fomento de la Educación Superior.
- Burke, E. (1776). *Los Fundamentos de la Economía* (Capítulo I ed.). Paris: Mc Graw-Hill. Obtenido de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448151542.pdf>
- Calduch, R. (2004). *Curso de Comercio Internacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Crespo, J., & Salvatierra, P. (2012). *Nuevos Mercados para la Exportación del cacao fino de aroma producido en los cantones Portoviejo y Santa Ana y su incidencia en el desarrollo local. Tesis Inédita*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2013). *Análisis del sector cacao y elaborados*. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- El Comercio. (05 de diciembre de 2014). Suplemento comercial. *El Ecuador Produce grandes empresas*, pág. 4.
- El Universo. (2010). Ecuador registra 5,9 millones de hectáreas de tierra cultivada.
- Frutos, A., & Miranda, M. (2006). *Análisis de canales y redes de distribución internacional aplicables a empresas florícolas exportadoras en el Ecuador*. Quito: QUITO/ EPN/ 2006.
- García, G. (2009). *Estudio de Factibilidad de Exportación de granadilla al mercado Alemán, Tesis Inédita*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

- Harrington, H. (1996). *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Santa fe de Bogotá: Nomos S.A.
- Heinz, D. (1996). *Nueva guía para la investigación científica*. México: Planeta Mexicana.
- Hernández, R. (2002). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. La Habana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrarte, A. (Febrero de 2004). *La Balanza de Pagos*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica* (Vol. Cuarta Edición). Ambato: Gráficas Corona Quito.
- Iglesias, M., & Molina, D. (2008). La estrategia marca país: los casos de España y Ecuador. 109. Cádiz: Universidad de Cádiz. Obtenido de [file:///C:/Users/VERO%20C/Downloads/Dialnet-LaEstrategiaMarcaPaisEnLaSociedadInformacional-2719256%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/VERO%20C/Downloads/Dialnet-LaEstrategiaMarcaPaisEnLaSociedadInformacional-2719256%20(1).pdf)
- PROEcuador (22 de agosto de 2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- Jaramillo, J. P. (2014). La matriz productiva 2014. *Perspectiva Económica del Ecuador*, 9.
- Katz, M. (2011). *Epistemología e historia de la Química*. Buenos Aires: Instituto Superior del Profesorado Dr. Joaquín V. González.
- Larrea, C. (2004). *Pobreza, Dolarización y crisis en el Ecuador* (1era ed.). Quito: Abya Yala.

- Líderes. (2014). El Cacao ecuatorino su historia empezo antes del siglo XV.
- Loayza, J. (2013). La Axiología. Lima: Universidad Alas Peruanas. Obtenido de <http://dued.uap.edu.pe/books/35/350135207/35207-04-645309skgynlupbw.pdf>
- Manthans, C. (1986). *Enciclopedia de la Logística Empresarial*. Quito: Ediciones Buho.
- Martín, E. (2011). Manual de Proyecto de Plantas. *Sección I*. Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Rosario, Departamento de Ingeniería Química.
- Martínez, L., Bello, P., & Castellanos, O. (2012). *Sostenibilidad y Desarrollo: El valor agregado de la cultura orgánica*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Mendez, J. (2011). *La Economía de la Empresa* (Cuarta ed.). México: McGraw Hill.
- Negre, M. (1988). Fundamentación Ontológica del sujeto en Kierkegaard. *Anuario Filosófico*, 51. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10171/2301>
- Olalla, A. (2009). La intergración de procesos de producción. *Perspectiva Empresarial*, 56.
- Ordozgoiti De la Rica, R., & Pérez, I. (2003). *Imagen de Marca*. España: ESIC Editorial.
- Pérez, M. (2014). *Estudio Económico de las Exportaciones de Rosas y el impacto en el financiamiento del sector florícola de la parroquia de Mulalillo. Tesis Inédita*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Porto, N. (2004). *Economía del Turismo un enfoque desde la Teoría del Comercio Internacional*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.

Rojas Soriano, R. (2006). Guía para realizar Investigaciones Sociales. Mexico: Plaza y Valdez Editores .

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito: Senplades.

Smith, A. (1776). *Investigación de la Naturaleza y Causas de la riqueza de las Naciones* (Primera ed.). Londres: Viuda e Hijos de Santander, Valladolid 1794 .



ANEXO 1
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENTREVISTA



**PROYECTO: LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE LA ORGANIZACIÓN
KALLARI DE LA PROVINCIA DE NAPO**

DIRIGIDO A: Al Departamento Financiero y ventas de la Organización Kallari
de la Provincia de Napo.

OBJETIVO:

Determinar el grado de relación que existe entre la capacidad de producción y las exportaciones de la Organización Kallari de la provincia de Napo.

INSTRUCTIVO:

Lea detenidamente y sírvase marcar con una X en el paréntesis de la derecha según su criterio y responder las preguntas según corresponda.

Nombre del Encuestado: _____

1. ¿Cuánto exporto en los años 2013, 2014 y 2015 en dólares FOB?

| | | | | | |
|------|----------|------|----------|------|----------|
| 2013 | \$...... | 2014 | \$...... | 2015 | \$...... |
|------|----------|------|----------|------|----------|

2. ¿Cuántas barras de chocolate exporto en los años 2013, 2014 y 2015?

| | | | | | |
|------|-------|------|-------|------|-------|
| 2013 | | 2014 | | 2015 | |
|------|-------|------|-------|------|-------|

3. ¿La Organización mantiene convenios comerciales con sus clientes?

SI NO

4. ¿Marque con una X cuál de las siguientes barreras usted considera que afectan a la comercialización del chocolate fino de aroma?

- CONTINGENTES ()
- ARANCELARIAS ()
- ADMINISTRATIVAS ()

5. ¿Cuáles son los meses de temporada alta de exportación?

| | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
| | | | | | | | | | | | |

6. Qué porcentaje de reclamos sufrieron sus exportaciones de los años 2013, 2014, 2015?

| AÑOS | 1% - 25% | 26% - 50% | 10% - 15% |
|------|----------|-----------|-----------|
| 2013 | | | |
| 2014 | | | |
| 2015 | | | |

7. ¿Qué porcentaje de sus activos son financiados por fondos ajenos?

| 1% - 25% | 26% - 50% | 51% - 75% | 76% - 100% |
|----------|-----------|-----------|------------|
| | | | |

8. ¿A qué plazo concede la mayoría de créditos a sus clientes?

30 DÍAS ()
90 DÍAS ()
120 DÍAS ()

9. ¿A qué plazo le conceden crédito la mayor parte de sus proveedores?

30 DÍAS ()
90 DÍAS ()
120 DÍAS ()

10. ¿Cuál es el origen preferencial de su Financiamiento?

INSTITUCIONES FINANCIERAS ()
BOLSA DE VALORES ()
APORTE ACCIONISTAS ()

11. ¿Cuántos créditos bancarios mantiene?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



ANEXO 2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA



PROYECTO: LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE LA ORGANIZACIÓN KALLARI DE LA PROVINCIA DE NAPO

DIRIGIDO A: Agricultores de Cacao

OBJETIVO: Determinar la realidad social y económica de las jurisdicciones de la provincia de Napo para la comercialización del grano de cacao, estableciendo el grado de competencia que tiene la Organización Kallari de la provincia de Napo.

INSTRUCCIÓN: Las preguntas deberán ser contestadas con un visto (✓) en el casillero correspondiente, evitar cualquier tipo de tachón o corrección

1. Área del cultivo:

- a) Menor a 1 Ha
- b) Mayor a 1 Ha

2. El almacenamiento se lo hace en?

- a) Balde
- b) Sacos

3. Cuenta con incentivos del Gobierno Local?

- a) SI
- b) NO

4. Cuenta con asesoramiento técnico y logístico de kallari?

- a) SI
- b) NO

5. Su cosecha se ve afectada en mayor cantidad por?

- a) Enfermedades
- b) Plagas

6. Utiliza Abono Orgánico?

- a) SI
- b) NO

7. Tiene créditos con alguna Institución Financiera?

- a) SI
- b) NO

8. Cada que tiempo entrega su cosecha?

- a) Quincenal
- b) Mensual

9. La cantidad entregada de su cosecha es menor o igual a 100 libras?

- a) SI
- b) NO

10. Está conforme con el precio que reciben por su cosecha orgánica de exportación?

- a) SI
- b) NO

11. Cuáles son los meses de mayor cosecha?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 3

**“ASOCIACIÓN AGROARTESANAL DE PRODUCCIÓN DE BIENES AGRÍCOLAS,
PECUARIOS, PISCÍCOLAS DE NAPO - KALLARI”**

**ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL
2014 Y 2013 (Expresados en dólares americanos)**

| | <u>NOTAS</u> | <u>2014</u> | <u>2013</u> |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ACTIVOS | | | |
| ACTIVOS CORRIENTES: | | | |
| Efectivo y equivalentes | 6 | 19.728,96 | 37.125,51 |
| Cuentas por cobrar | 7 | 242.768,61 | 254.057,69 |
| Inventarios | 8 | 115.018,56 | 13.816,67 |
| Otros activos Corrientes | 9 | <u>142.506,31</u> | <u>185.276,96</u> |
| Total activos Corrientes | | <u>520.022,44</u> | <u>490.276,83</u> |
| ACTIVOS NO CORRIENTES: | | | |
| Propiedad, planta y equipo | 10 | 632.892,06 | 653.960,97 |
| Total activos no Corrientes | | <u>632.892,06</u> | <u>653.960,97</u> |
| TOTAL ACTIVOS | | <u>1.152.914,50</u> | <u>1.144.237,80</u> |
| PASIVOS Y PATRIMONIO | | | |
| PASIVOS CORRIENTES: | | | |
| Proveedores | | 20.071,79 | 7.068,98 |
| Cuentas por pagar donantes | 11 | 400.953,19 | 400.953,19 |
| Otras cuentas por pagar | 12 | <u>15.789,82</u> | <u>35.794,86</u> |
| Total pasivos Corrientes | | <u>436.814,80</u> | <u>443.817,03</u> |
| PATRIMONIO | | | |
| Capital | | 612.025,70 | 605.587,70 |
| Resultados de años anteriores | | 108.360,75 | 53.296,89 |
| Resultado del ejercicio | | -4.286,75 | 41.536,18 |
| TOTAL Patrimonio | | 716.099,70 | 700.420,77 |
| TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | | <u>1.152.914,50</u> | <u>1.144.237,80</u> |

ANEXO 4

“ASOCIACIÓN AGROARTESANAL DE PRODUCCIÓN DE BIENES AGRÍCOLAS,

PECUARIOS, PISCÍCOLAS DE NAPO - KALLARI”

ESTADOS DE RESULTADOS POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE

DEL 2014 Y 2013 (Expresados en dólares americanos)

| INGRESOS: | 2014 | 2013 |
|--|-------------|-------------|
| Ventas de cacao | 214.744,65 | 273.672,05 |
| Ventas de barras | 243.755,95 | 214.729,72 |
| Ventas de plantas | 970,00 | 156.281,20 |
| Cafeteria | 10.087,20 | 15.841,08 |
| Artesanias | 1.158,53 | 3.048,33 |
| Tours chocolates | 2.837,53 | 4.934,15 |
| Cobertura | 14.495,26 | 8.754,51 |
| Vainilla | 1.189,42 | |
| Otros ingresos | 56.752,50 | 130.744,78 |
| Total | 545.991,04 | 808.005,82 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Cacao | 183.204,39 | 232.839,95 |
| Barras de chocolates | 176.646,78 | 143.365,05 |
| Plantas | 2.272,50 | 135.099,30 |
| Cafeteria | 3.488,75 | 5.942,19 |
| Artesanias | 135,31 | 1.181,60 |
| Tours chocolates | 2.362,14 | 1.400,90 |
| Cobertura | 1.151,14 | 0,00 |
| Vainilla | 1.189,42 | 0,00 |
| | 370.450,43 | 519.828,99 |
| MARGEN BRUTO | 175.540,61 | 288.176,83 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS | -179.827,36 | -246.640,65 |
| UTILIDAD (PÉRDIDA) EN OPERACIONES | -4.286,75 | 41.536,18 |
| | | |

ANEXO 5



ASOCIACION KALLARI BALANCE GENERAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

| | | |
|---|-------------|----------------------------|
| ACTIVOS | | 1.094.607,75 |
| Activos Corrientes | | 492.584,19 |
| Activos Disponibles | | 8.008,58 |
| Caja –bancos | 8.008,58 | |
| Activos Exigibles | | 322.656,68 |
| Clientes | 30.853,61 | |
| Cuentas x cobrar FUCONA | 158.411,00 | |
| Anticipo honorarios | 2.265,10 | |
| Negociadores | 1.379,18 | |
| Anticipo proveedores | 5.600,00 | |
| Ctas por cobrar directorio | 111,00 | |
| Credito tributario IVA | 114.916,49 | |
| Crédito tributario retenciones en la fuente | 9.120,30 | |
| Activos Realizables | | 161.918,93 |
| Inventarios | 161.918,93 | |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | | |
| Activos Fijos, Neto | | 602.023,56 |
| Activos fijos – Costo | 679.369,93 | |
| Depreciación acumulada | -77.346,37 | |
| PASIVOS | | 582.366,64 |
| Pasivos Corrientes | | 181.413,45 |
| Proveedores | 29.681,86 | |
| Impuestos por pagar | 8.220,00 | |
| Cxp compañía kallari EEUU | 6.811,78 | |
| Sueldos y provisiones | 16.699,81 | |
| Prestamos proyectos | 45.000,00 | |
| Prestamos Exterior | 75.000,00 | |
| Pasivos no Corrientes | | 400.953,19 |
| Donantes | 400.953,19 | |
| PATRIMONIO | | 512.241,11 |
| Donaciones-Activos | 601.320,50 | |
| Donaciones-Proyectos | 18.305,20 | |
| Resultados años anteriores | 40.024,37 | |
| Resultado del ejercicio | -147.408,96 | |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | | <u>1.094.607,75</u> |



ANEXO 6

ASOCIACION KALLARI ESTADO DE RESULTADOS

DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

| | qq | US\$ Dólares |
|---|------------------|---------------------------|
| Convencional | 174,68 | 16.371,67 |
| Orgánico | <u>502,03</u> | <u>94.702,36</u> |
| | 676,71 | 111.074,03 |
| | unidades | |
| Coberturas | 623,20 | 4.456,07 |
| Cocoa en polvo | 870,00 | 3.528,90 |
| Manteca de cacao | 2.350,00 | 29.950,98 |
| Trufas | | 23,13 |
| Cafeteria | | 15.840,05 |
| Plantas de cacao | | 1.062,08 |
| Tours-Chocolate cacao | | 16.499,36 |
| Vainillas | | 595,49 |
| Artesanias | | 893,51 |
| Café | | 809,01 |
| Otros ingresos | | 760,00 |
| Intereses financieros | | 5,86 |
| TOTAL INGRESOS | | 340.024,49 |
| (-) COSTO PRODUCCION | | |
| Cacao | | 144.888,93 |
| Barras chocolates Kallari | | 48.527,56 |
| Barras chocolates Sacha | | 48.107,80 |
| Cobertura | | 4.214,94 |
| Polvo de cacao | | 1.703,75 |
| Manteca de cacao | | 14.513,98 |
| Trufas | | 200,37 |
| Costo producción cafeteria | | 6.934,78 |
| Costo producción plantas | | 344,75 |
| Costo tours | | 10.959,76 |
| Costo vainillas | | 1.771,56 |
| Costo artesanias | | 884,79 |
| Total costo de producción y ventas | | <u>283.052,97</u> |
| MARGEN BRUTO | | 56.971,52 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS | | |
| Gastos de personal | | 122.761,91 |
| Gastos de oficina | | 16.712,27 |
| Gastos de ventas | | 34.700,72 |
| Depreciacion de activos fijos | | 24.783,13 |
| Otros gastos | | <u>5.422,45</u> |
| Subtotal | | 204.380,48 |
| PERDIDA DEL EJERCICIO | | <u>-147.408,96</u> |
| Barras Kallari | 40.511,00 | 70.568,68 |
| Barras Sacha | <u>51.818,00</u> | <u>83.957,34</u> |

ANEXO 7: SRI

| | | |
|---|--|--|
|  | REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES |  |
| NUMERO RUC: | 1591702021001 | |
| RAZON SOCIAL: | ASOCIACION AGRO ARTESANAL DE PRODUCCION DE BIENES AGRICOLAS, PECUARIOS, Y PISCICOLAS DE NAPO KALLARI | |
| NOMBRE COMERCIAL: | | |
| CLASE CONTRIBUYENTE: | OTROS | |
| TIPO DE CONTRIBUYENTE | POPULAR Y SOLIDARIO(SECTOR DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA) ASOCIATIVOS | |
| REPRESENTANTE LEGAL: | POZO NUÑEZ CARLOS MARCELO | |
| CONTADOR: | ALVARADO CERDA YADIRA IRENE | |
| FEC. INICIO ACTIVIDADES: | 10/12/2003 | FEC. CONSTITUCION: 10/12/2003 |
| FEC. INSCRIPCION: | 19/02/2004 | FECHA DE ACTUALIZACION: 02/05/2016 |
| ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL: | | |
| VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN SUPERMERCADOS. | | |
| DOMICILIO TRIBUTARIO: | | |
| Provincia: NAPO Cantón: TENA Parroquia: TENA Barrio: SAN JORGE Calle: HUACHIYACU Número: SN Referencia ubicación: FRENTE AL AREA VERDE DE LOS TERRENOS DEL MUNICIPIO Celular: 0987213955 Telefono Trabajo: 062847050 Email: yadi-alvarado@hotmail.com | | |
| DOMICILIO ESPECIAL: | | |
| OBLIGACIONES TRIBUTARIAS: | | |
| * ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES | | |
| * ANEXO RELACION DEPENDENCIA | | |
| * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO | | |
| * DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA, SOCIEDADES | | |
| * DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE | | |
| * DECLARACION MENSUAL DE IVA | | |
| # DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: | del 001 al 003 | ABIERTOS: 2 |
| JURISDICCION: | ZONA 2 NAPO | CERRADOS: 0 |
|  | |  |
| FIRMA DEL CONTRIBUYENTE | | SERVICIO DE RENTAS INTERNAS |
| Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 37 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC). | | |
| Usuario: DLJP120406 | Lugar de emisión: TENA/AV. 15 DE NOVIEMBRE | Fecha y hora: 02/05/2016 08:22:10 |
| Página 1 de 3 | | |



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 1591702021001
RAZON SOCIAL: ASOCIACION AGRO ARTESANAL DE PRODUCCION DE BIENES AGRICOLAS, PECUARIOS, Y PISCICOLAS DE NAPO KALLARI

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO **MATRIZ** **FEC. INICIO ACT.:** 10/12/2003
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE RECUERDO, SOUVENIRS, ARTESANIAS.
 VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN SUPERMERCADOS.
 CULTIVO Y VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS AGRICOLAS DE LA ZONA.
 ELABORACION DE CHOCOLATE

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: NAPO Cantón: TENA Parroquia: TENA Barrio: SAN JORGE Calle: HUACHIYACU Número: SN Referencia: FRENTE AL AREA VERDE DE LOS TERRENOS DEL MUNICIPIO Celular: 0987213955 Telefono Trabajo: 062847050 Email: yadi-alvarado@hotmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **ESTADO:** ABIERTO **LOCAL COMERCIAL** **FEC. INICIO ACT.:** 26/10/2004
NOMBRE COMERCIAL: CAFETERIA Y CHOCOLATES KALLARI **FEC. CIERRE:**
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERIAS PARA SU CONSUMO INMEDIATO.
 VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN SUPERMERCADOS.
 VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE RECUERDO, SOUVENIRS, ARTESANIAS.
 ELABORACION DE CHOCOLATE

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SAN BLAS Calle: JUAN LEON MERA Número: E4-266 Intersección: WILSON Referencia: JUNTO AL DELICATESEN EL ESPAÑOL Telefono Trabajo: 022236009 Telefono Trabajo: 062847050 Email: yadi-alvarado@hotmail.com

SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
 DIRECCION ZONAL 2
 SE VERIFICA QUE LOS DOCUMENTOS DE IDENTIDAD Y CERTIFICADO DE VERIFICACION ORIGINALES PRESENTADOS PERTENECEN AL CONTRIBUYENTE

02/05/2016
 Firma del Servicio Responsable
 Usuario: ... Agencia:

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: DLJP120408 **Lugar de emisión:** TENA/AV. 15 DE NOVIEMBRE **Fecha y hora:** 02/05/2016 08:22:10



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC:
RAZON SOCIAL:

1591702021001

ASOCIACION AGRO ARTESANAL DE PRODUCCION DE BIENES
AGRICOLAS, PECUARIOS, Y PISCICOLAS DE NAPO KALLARI

No. ESTABLECIMIENTO: 003 ESTADO CERRADO LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT. 19/06/2007
NOMBRE COMERCIAL: CHOCOLATES KALLARI FEC. CIERRE: 15/12/2014
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR Y MAYOR DE CHOCOLATE.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: NAPO Cantón: TENA Parroquia: TENA Barrio: SAN JORGE Número: S/N Referencia: AL FRENTE DEL AREA VERDE DEL MUNICIPIO

SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
DIRECCION ZONAL 1
SE VERIFICA QUE LOS DOCUMENTOS DE
IDENTIDAD Y CERTIFICADO DE VOTACION
ORIGINALES PRESENTADOS PERTENECEN AL
SUSCRIBIENTE

02/11/2016

Firma del Servicio Responsable

Usuario: Agencia:

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se
deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: DLJP120406

Lugar de emisión: TENA/AV. 15 DE NOVIEMBRE Fecha y hora: 02/05/2016 08:22:10

ANEXO 8: TARJETA DE IDENTIFICACIÓN

| | | |
|---|--|--|
| BANCO CENTRAL DEL ECUADOR | COMERCIO EXTERIOR | FECHA REGISTRO: 02 |
| 01 | TARJETA DE IDENTIFICACION | 013781 |
| IMPORTADOR - EXPORTADOR | | |
| NOMBRE O RAZON SOCIAL: | | RUC: 04 |
| 03 | | C.I.: 05 |
| DIRECCION: | | CATASTRO: 07 |
| 06 | | CODIGO C.I.C.: 08 |
| CIUDAD: 09 | PROVINCIA: 10 | TELEFONO: 11 |
| | | FAX: 12 |
| REPRESENTANTE LEGAL: 13 | | C.I.: 14 |
| DIRECCION: 15 | | |
| CIUDAD: 16 | PROVINCIA: 17 | TELEFONO: 18 |
| | | FAX: 19 |
| ACTIVIDAD ECONOMICA CII (DE ACUERDO CON EL INSTRUCTIVO DEL SISTEMA INFORMATICO DEL SERVICIO ANILANERO) | | |
| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | CODIGO |
| PRINCIPAL: | 20 | 21 |
| SECUNDARIA: | 22 | 23 |
| OTRAS SECUNDARIAS: | 24 | 25 |
| | | |
| SECTOR INSTITUCIONAL AL QUE PERTENECE 26 | | |
| 1. PUBLICO: 26.1 | 2. PRIVADO: 26.2 | NACIONALIDAD: 27 |
| 1.1 GOBIERNO CENTRAL: <input type="checkbox"/> | 2.1 EMPRESA NO FINANCIERA: <input type="checkbox"/> | ECUATORIANA: <input type="checkbox"/> |
| 1.2 GOBIERNO LOCAL (MUNICIPIOS Y COM. PROV): <input type="checkbox"/> | 2.2 INSTITUCION FINANCIERA: <input type="checkbox"/> | EXTRANJERA: <input type="checkbox"/> |
| 1.3 SEGURIDAD SOCIAL: <input type="checkbox"/> | 2.3 COMPANIA DE SEGURO: <input type="checkbox"/> | Especifique: |
| 1.4 EMPRESA PUBLICA: <input type="checkbox"/> | 2.4 INSTITUCION SIN FIN DE LUCRO: <input type="checkbox"/> | |
| 1.5 INSTITUCION FINANCIERA: <input type="checkbox"/> | 2.5 PRODUCTOR INDIVIDUAL: <input type="checkbox"/> | |
| 1.6 OTROS ORGANISMOS: <input type="checkbox"/> | 2.6 PERSONA NATURAL: <input type="checkbox"/> | |
| 28 | | |
| Firma Imp./Exp./Representante Legal | | Firma Autorizada Banco Corresponsal |

ANEXO 9: CERTIFICADO DE ORIGEN

| APENDICE | | | |
|---|-----------------------|--|--|
| CERTIFICADO DE ORIGEN | | | |
| 1.- País Exportador: | | 2. País Importador: | |
| 3.- N/o (1). | 4.- NABANDINA | 5.- Denominación de las mercancías: | |
| <p>6.- DECLARACION DE ORIGEN</p> <p>Declaramos que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la factura comercial No. _____ Cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) _____ de conformidad con el siguiente desglose:</p> | | | |
| 3.- N/o (1). | 7.- NORMAS (3) | | |
| 8.- Fecha: | | 9.- Razón social del exportador o productor: | |
| Día | Mes | Año | |
| | | | 10.-Firma y sello del exportador o productor |
| 11.-Observaciones: _____ | | | |
| <p>12. CERTIFICADO DE ORIGEN</p> <p>Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de: _____ a los _____</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Nombre, firma y sello Entidad Certificadora</p> | | | |
| <p>Notas : (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente Certificado. En caso de ser insuficiente,</p> <p>(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional o de Alcance Parcial, indicando el número de estó.</p> <p>(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.</p> <p>- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.</p> | | | |

ANEXO 10: CERTIFICADO SANITARIO



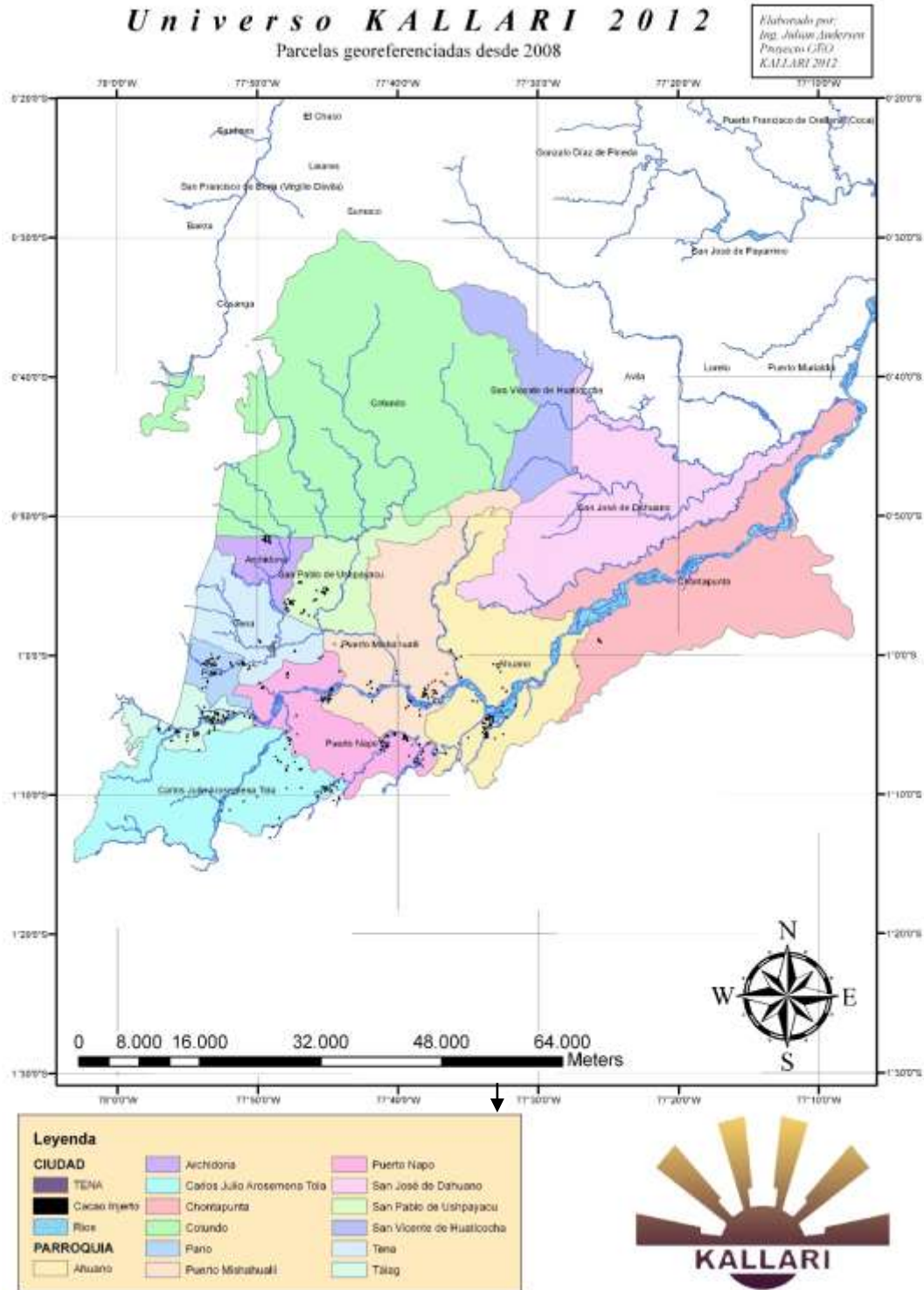
REPUBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA
DIVISION DE INSPECCION, CERTIFICACION Y CONTROL CUARENTENARIO
CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA LA EXPORTACION
EXPORTING PHYTOSANITARY CERTIFICATE



No. 343121

Form with sections: Sección I (DESCRIPTION DEL ENVIO), Sección II (DECLARACION ADICIONAL), Sección III (TRATAMIENTO DE DESINFESTACION O DESINFECCION), and DECLARACION ADICIONAL (D.A.).

ANEXO 11: UNIVERSO KALLARI



ANEXO 12: OFICINAS DE LA ADMINISTRACIÓN



CENTRO DE ACOPIO DE LA ASOCIACIÓN KALLARI



VIVERO DE LA ASOCIACIÓN KALLARI





AREA DE CAJAS PARA LA FERMENTACIÓN ETAPA INICIAL



MARQUEZINA



EMPAQUE DE CACAO PARA EXPORTACIÓN



BODEGA



GRANO LISTO PARA SU TRASFORMACIÓN



SECADORA

ANEXO 13: PRODUCTOS TERMINADOS

