



UNIVERSIDAD
TECNICA DE
MANABI



Centro de Estudios de
POSGRADO

Centro de Estudios de Posgrado

TESIS

PREVIA A LA OBTENCION DEL GRADO ACADEMICO DE:

Magíster en Administración de Empresas

T E M A:

“Producción de Cacao para la Agroindustria
y el aprovechamiento de las oportunidades
de mercado”

AUTORES:

Ing. Rómulo Carrillo Alvarado
Ing. Teresa Vega Bermúdez

T U T O R :

ING. WHIMPPER NARVAEZ

PORTOVIEJO - MANABI - ECUADOR
2008

RESUMEN EJECUTIVO

En la provincia de Manabí la actividad productiva de cacao es muy importante por la alta calidad del producto, muy apreciado en mercados internacionales para la obtención de chocolates para consumidores exigentes.

Tomando en consideración esta fortaleza se presenta la temática “Como utilizar la producción de cacao para la agroindustria y aprovechar las oportunidades de mercado” para la cual se formuló como objetivo general realizar un estudio económico para implementar un proyecto de inversión agroindustrial asociativa y como específicos identificar agentes y canales de comercialización tendentes a diseñar un sistema eficiente de comercialización; identificar gustos y preferencias de los consumidores por los tipos de chocolates comercializados en Manabí; e identificar empresas elaboradoras de chocolates que comercializan sus productos en Manabí.

Las características del mercado de cacao en el país se asemejan a una competencia imperfecta. En los canales de comercialización los productores venden sus productos en centros de acopio de sus organizaciones en algunos casos y en otros a los acopiadores mayoristas rurales y urbanos que comercializan a las 50 compañías dedicadas a la exportación y también a las industrias procesadores de cacao nacional. La fundación Maquita Cushunchic

es la mayor comercializadora de cacao en Manabí, compra el producto a cuatro organizaciones de segundo grado que la integra 659 productores, esta fundación tiene márgenes de utilidad variable que van desde \$ 6.64 a \$ 26.10 según el lugar de destino. Otra organización importante es Fortalezas del Valle que comercializa directamente a Suiza cacao orgánico, obteniendo mayores utilidades. La organización APROLICC cuya comercialización lo realizan en diferentes lugares de las áreas urbanas más cercanas a sus centros de producción.

En el estudio de consumidores se tomó como muestra representativa 475 estudiantes, de los cuales el 46% fueron de educación media y el 54% de ocho Universidades de Manabí; de los resultados obtenidos el 98% de los encuestados tienen predisposición de consumir chocolates; este grupo meta sus gustos y preferencias son por chocolates negros, blancos con leche y dulces; dentro de estos los universitarios prefieren con saborizantes de leche y maní y en los colegios con leche y almendras con formas de presentación en barras y bombones de tamaños medianos y pequeños. Estos consumidores preferentemente compran en sus centros de estudios; prefieren los chocolates nacionales por su variada presentación, calidad y precio.

En el estudio y análisis de competidores se identificó que en el mercado de Manabí existen 69 empresas de 12 países que comercializan los chocolates en diferentes presentaciones, peso y precio; siendo los provenientes de Italia, Alemania, EEUU y Canadá, que son vendidos para un mercado selectivo; lo

que no ocurre con los chocolates de Colombia que son similares a los nacionales y que se les puede considerar un fuerte competidor.

Del Ecuador 13 empresas comercializan en Manabí, siendo la Nestlé y la Universal las de mayor posicionamiento de sus productos en el mercado consumidor, con precios muy accesibles a los consumidores, especialmente adolescentes que son el grupo meta del proyecto.