



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN DE GOBIERNOS**  
**SECCIONALES**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE LA PRODUCCIÓN DE CACAO Y CAFÉ EN  
LA PARROQUIA TARACOA CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA  
2016

**AUTOR:**

PEDRO ALEJANDRO VALLADOLID CASTILLO

**ORELLANA– ECUADOR**  
**2017**

## **CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Pedro Alejandro Valladolid Castillo, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

Ing. Milton Ignacio Sanmartín Martínez.  
**DIRECTOR DEL TRIBUNAL**

---

Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Pedro Alejandro Valladolid, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Riobamba, 24 de Abril del 2017.

---

Pedro Alejandro Valladolid Castillo  
C.C. 2100386933

## **DEDICATORIA**

Al creador de todas las cosas, que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios

De igual forma, dedico esta tesis a mis padres, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mis Padres y hermanos porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

*Pedro Alejandro Valladolid Castillo*

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por darme la oportunidad de estudiar y ser profesional.

Gracias de corazón a mi director de tesis, Ing. Milton Ignacio Sanmartín Martínez y al Ing. Carlos Raúl García por su esfuerzo y dedicación, quienes, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer de manera general a cada uno de los docentes que durante mi vida politécnica han compartido sus sabios conocimientos, de tal forma que me permitirá crecer como profesional y desenvolver en el ámbito laboral con excelencia

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

*Pedro Alejandro Valladolid Castillo*

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación de tribunal .....	1
Declaración de autenticidad.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Índice general.....	5
Índice de cuadros .....	11
Índice de gráficos.....	14
Abstract.....	17
Introducción .....	18
<b>CAPITULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>20</b>
1.1. <b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>20</b>
1.1.1.    Formulación del problema .....	20
1.1.2.    Delimitación del problema.....	20
1.2. <b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>21</b>
1.3. <b>OBJETIVOS .....</b>	<b>21</b>
1.3.1.    Objetivo General.....	21
1.3.2.    Objetivos Específicos .....	22
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>23</b>
2.1. <b>ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....</b>	<b>23</b>
2.1.1.    Antecedentes Históricos .....	23
2.1.1.1.  Antecedentes de la Investigación.....	23
2.1.1.2.  Gobierno Parroquial Taracoa.....	23
2.2. <b>FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....</b>	<b>29</b>
2.2.1.    Constitución de la República del Ecuador .....	29
2.2.2.    Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas .....	31
2.2.3.    Código Orgánico De Organización Territorial.....	34
2.2.4.    Plan Nacional de Desarrollo .....	38
2.2.5.    Plan de Buen Vivir.....	38
2.3. <b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>39</b>
2.3.1.    Centro de Acopio .....	39

2.3.1.1.	Definición .....	39
2.3.1.2.	Características del Centro de Acopio.....	39
2.3.1.3.	Función del Centro de Acopio .....	40
2.3.1.4.	Beneficios de los Centros de Acopio .....	40
2.3.2.	Comercialización de Productos Agrícolas.....	40
2.3.2.1.	Definición de Productos Agrícolas .....	40
2.3.2.2.	Tipos de Productos Agrícolas .....	41
2.3.2.2.1.	Cacao .....	41
2.3.2.2.2.	Tipos de Cacao.....	41
2.3.2.2.3.	Café.....	42
2.3.2.2.4.	Variedad.....	42
2.3.3.	La Oferta.....	43
2.3.3.1.	Definición .....	43
2.3.3.2.	El precio del producto.....	43
2.3.3.3.	El precio de los factores.....	44
2.3.3.4.	Las expectativas .....	44
2.3.3.5.	La curva de oferta .....	45
2.3.4.	Demanda .....	45
2.3.4.1.	Definición .....	45
2.3.4.2.	Tipos de Demanda .....	46
2.3.4.3.	Factores que afectan la demanda .....	46
2.3.4.4.	Ley de la Demanda .....	46
2.3.4.5.	Tipos de Demanda .....	47
2.3.5.	Canales de Distribución .....	48
2.3.5.1.	Definición .....	48
2.3.5.2.	Tipos de Canales de Distribución .....	48
2.3.5.3.	Funciones de los intermediarios .....	49
2.3.5.4.	Clases de Intermediarios .....	49
2.3.6.	Valor Neto Actual.....	50
2.3.7.	Tasa Interna de Retorno.....	50
2.4.	ESTRUCTURA DEL PROYECTO .....	52
2.5.	IDEA A DEFENDER.....	53
2.6.	VARIABLES .....	53

2.6.1.	Variable Dependiente .....	53
2.6.2.	Variable Independiente .....	53
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		54
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	54
3.1.1.	Deductivo.....	54
3.1.2.	Inductivo .....	54
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	54
3.2.1.	Investigación de Campo.....	54
3.2.2.	Investigación Bibliográfica o Documental .....	54
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	54
3.3.1.	Población .....	54
3.3.2.	Muestra .....	55
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	56
3.4.1.	Métodos .....	56
3.4.1.1.	Deductivo.....	56
3.4.2.	Técnicas .....	56
3.4.2.1.	Observación .....	56
3.4.2.2.	Entrevista .....	56
3.4.2.3.	Encuesta .....	56
3.4.3.	Instrumentos.....	57
3.5.	RESULTADOS .....	58
3.5.1.	Análisis FODA .....	58
3.5.2.	Segmento de Mercado (Población Total) .....	59
3.5.2.1.	Análisis e Interpretación de las encuestas dirigidas a Comerciantes del cantón Francisco de Orellana. ....	59
3.5.3.	Agricultores de Francisco de Orellana.....	67
3.5.3.1.	Encuestas realizadas a los Agricultores del cantón Francisco de Orellana. ....	68
CAPÍTULO IV: PROPUESTA .....		78
4.1.	INTRODUCCIÓN .....	78
4.2.	ALCANCE DEL PROYECTO.....	79
4.3.	OBJETIVO GENERAL.....	79
4.4.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	79
4.5.	ESTUDIO DE MERCADO .....	80



4.5.1.	Objetivos del estudio de mercado .....	80
4.5.2.	Características del Centro de Acopio Campo Limpio .....	80
4.5.3.	Logo tipo del Centro de Acopio .....	80
4.5.4.	Servicios Sustitutos.....	81
4.5.5.	Segmento de Mercado .....	81
4.5.5.1.	Niveles Socioeconómicos y Posición Geográfica. ....	82
4.6.	MERCADO META .....	82
4.6.1.	Análisis de la Demanda .....	82
4.6.1.1.	Demanda Actual de los Productos .....	82
4.6.1.2.	Proyección de la Demanda .....	83
4.6.2.	Análisis de la Oferta .....	84
4.6.2.1.	Oferta Actual del Producto .....	84
4.6.3.	Proyección de la Oferta.....	85
4.6.5.	Marketing Mix .....	85
4.6.5.1.	Determinación del Precio de los Productos .....	85
4.6.5.2.	Comercialización de los Productos.....	86
4.6.5.3.	Promoción y Publicidad.....	87
4.7.	ESTUDIO TÉCNICO .....	87
4.7.1.	Tamaño del Proyecto .....	87
4.7.2.	Tamaño del Mercado .....	87
4.7.3.	Capacidad de Carga .....	88
4.7.4.	Localización del Centro de Acopio. ....	88
4.7.5.	Macro Localización .....	88
4.7.6.	Micro Localización .....	89
4.8.	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	90
4.8.1.	Flujograma de Proceso de comercialización de Cacao y Café. ....	90
4.8.1.1.	Recepción.....	91
4.8.1.2.	Selección.....	91
4.8.1.3.	Pesado .....	92
4.8.1.4.	Ensacado .....	93
4.8.1.5.	Almacenamiento .....	93
4.8.2.	Recursos.....	95
4.8.2.1.	Maquinaria y Equipos de Operación .....	95

4.8.2.2.	Muebles y Equipos de Oficina.....	95
4.8.2.3.	Equipos de Computación.....	96
4.8.2.4.	Vehículo.....	96
4.8.2.5.	Talento Humano.....	96
4.8.3.	Obras Civiles.....	96
4.8.3.1.	Terreno.....	96
4.8.3.2.	Infraestructura Física.....	97
4.8.3.3.	Distribución del Centro de Acopio Campo Limpio.....	98
4.8.3.4.	Resumen de la Inversión Fija.....	98
4.8.3.5.	Inversión Diferida.....	99
4.9.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.....	99
4.9.1.	Determinación de Ingresos Projectados.....	99
4.9.2.	Determinación de Egresos.....	100
4.9.3.	Costos de Operación.....	100
4.9.4.	Mano de Obra.....	100
4.9.5.	Costos Indirectos de Operación.....	101
4.9.6.	Gastos Administrativos.....	101
4.9.6.1.	Sueldo al Personal Administrativo.....	101
4.9.6.2.	Suministros y Materiales de Oficina.....	102
4.9.6.3.	Gastos Generales de Administración.....	102
4.9.6.4.	Gasto de Publicidad.....	102
4.9.6.5.	Movilización y Transporte.....	103
4.9.7.	Tabla de Amortización.....	103
4.9.7.1.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	104
4.10.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	105
4.10.1.	Flujo de Caja.....	105
4.10.2.	Costo de Oportunidad.....	105
4.10.3.	Valor Actual Neto.....	106
4.10.4.	Tasa Interna de Retorno.....	107
4.10.5.	Relación Beneficio Costo.....	109
4.10.6.	Punto de Equilibrio.....	110
4.10.7.	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	111
4.11.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	112

4.11.1. La empresa.....	112
4.11.2. Misión.....	112
4.11.3. Visión.....	112
4.11.4. Políticas.....	112
4.11.5. Valores Corporativos.....	113
4.11.6. Organización Estructural.....	114
4.11.6.1. Funciones y descripción del Puesto - Directorio.....	115
4.11.6.2. Funciones y descripción del Puesto – Gerente.....	115
4.11.6.3. Funciones y descripción del Puesto – Contador.....	116
4.11.6.4. Funciones y descripción del Puesto – Bodeguero.....	117
4.11.6.5. Funciones y descripción del Puesto – Secretaria.....	117
4.11.6.6. Manual de Higiene y Seguridad.....	118
CONCLUSIONES.....	119
RECOMENDACIONES.....	120
BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXOS.....	122

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Generalidades de la Parroquia Taracoa.....	25
Cuadro 2: Autoridades GAD Parroquial Taracoa.....	25
Cuadro 3: Parroquias del cantón Francisco de Orellana.....	26
Cuadro 4: Comerciantes Francisco de Orellana. ....	55
Cuadro 5: Comerciantes de Mercados Francisco de Orellana.....	59
Cuadro 6: De que parroquia provienen con más frecuencia los productos. ....	59
Cuadro 7: Precios de Productos.....	61
Cuadro 8: Disponibilidad de Compra.....	62
Cuadro 9: Calidad de los productos Agrícolas (cacao y café).....	63
Cuadro 10: Promedio de compra de productos agrícolas (cacao y café).....	64
Cuadro 11: Con qué frecuencia compra los productos.....	64
Cuadro 12: A qué precio compra usted el quintal de cacao.....	64
Cuadro 13: A qué precio compra usted el quintal de café.....	64
Cuadro 14: Agricultores del cantón Francisco de Orellana.....	67
Cuadro 15: Productos del cantón Francisco de Orellana.....	68
Cuadro 16: Lo que usted produce, vende y en cantidad.....	69
Cuadro 17: Producción de café y cacao semanal del cantón Francisco de Orellana.....	70
Cuadro 18: El pago que recibe de sus productos es:.....	71
Cuadro 19: Existe un lugar para la comercialización.....	72
Cuadro 20: Conoce que es un centro de acopio.....	73
Cuadro 21: Formaría parte de un centro de acopio.....	74
Cuadro 22: Principales problemas para la comercialización.....	75
Cuadro 23: Centro de Acopio dinamizará la economía.....	76
Cuadro 24: Existiría una mejoría en la calidad de la población de Taracoa.....	77
Cuadro 25: Segmento de Mercado- Niveles Socioeconómicos.....	82
Cuadro 26: Demanda Actual de Productos Agrícolas (Café y Cacao).....	83
Cuadro 27: Demanda Anual.....	83
Cuadro 28: Proyección de la Demanda.....	83
Cuadro 29: Producción Anual del cantón Francisco de Orellana año 2016.....	84
Cuadro 30: Proyección de la Oferta con 0.45% de crecimiento.....	85
Cuadro 31: Precio Promedio 2016.....	86

Cuadro 32: Proyección del precio de los productos (Café y Cacao) .....	86
Cuadro 33: Tamaño del Mercado Café.....	87
Cuadro 34: Tamaño del Mercado Cacao. ....	88
Cuadro 35: Variables para la determinación de la Micro-localización. ....	89
Cuadro 36: Maquinaria y Equipo de Operación. ....	95
Cuadro 37: Muebles y Equipos de Oficina.....	95
Cuadro 38: Equipo de Computación.....	96
Cuadro 39: Adquisición de Vehículo.....	96
Cuadro 40: Talento Humano.....	96
Cuadro 41: Construcción de las Instalaciones y de la Planta. ....	97
Cuadro 42: Inversión Fija. ....	98
Cuadro 43: Inversión Diferida. ....	99
Cuadro 44: Precio de Venta de Mercadería. ....	99
Cuadro 45: Ingresos por Ventas Proyectadas. ....	99
Cuadro 46: Costo del Producto.....	100
Cuadro 47: Costo de Ventas. ....	100
Cuadro 48: Proyección del Salario Básico Unificado Personal Producción. ....	100
Cuadro 49: Costos Indirectos de Operación. ....	101
Cuadro 50: Otros costos Indirectos de Operación. ....	101
Cuadro 51: Proyección Sueldo Personal Administrativo. ....	101
Cuadro 52: Suministros y Materiales de Oficina.....	102
Cuadro 53: Gastos Generales de Administración.....	102
Cuadro 54: Gasto Publicidad.....	102
Cuadro 55: Movilización y Transporte.....	103
Cuadro 56: Tabla de Amortización del Préstamo.....	103
Cuadro 57: Estado de Pérdidas y Ganancias .....	104
Cuadro 58: Flujo de Caja.....	105
Cuadro 59: Costo de Oportunidad .....	105
Cuadro 60: Calculo Valor Actual Neto.....	106
Cuadro 61: VAN Tasa Inferior .....	107
Cuadro 62: VAN Tasa Superior.....	108
Cuadro 63: Relación Beneficio Costo .....	109
Cuadro 64: Punto de Equilibrio en dólares .....	110

Cuadro 65: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	111
Cuadro 66: Funciones del Directorio.....	115
Cuadro 67: Funciones del Gerente.....	115
Cuadro 68: Funciones del Contador .....	116
Cuadro 69: Funciones Bodeguero.....	117
Cuadro 70: Funciones Secretaria .....	117

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ubicación Geográfica de la Parroquia Taracoa.....	24
Gráfico 2: Estructura del Proyecto.....	52
Gráfico 3: Análisis FODA.....	58
Gráfico 4: De que parroquia provienen con más frecuencia los productos.....	60
Gráfico 5: Precios de Productos.....	61
Gráfico 6: Disponibilidad de Compra.....	62
Gráfico 7: Calidad de los productos Agrícolas (cacao y café). ....	63
Gráfico 8: Promedio de compra de productos agrícolas (cacao y café). ....	65
Gráfico 9: Con qué frecuencia compra los productos.....	65
Gráfico 10: A qué precio compra usted el quintal de cacao. ....	65
Gráfico 11: A qué precio compra usted el quintal de café.....	66
Gráfico 12: Productos Francisco de Orellana. ....	68
Gráfico 13: Lo que usted produce, vende y en cantidad.....	69
Gráfico 14: Producción de café y cacao semanal de Francisco de Orellana. ....	70
Gráfico 15: El pago que recibe de sus productos es: .....	71
Gráfico 16: Existe un lugar para la comercialización.....	72
Gráfico 17: Conoce que es un centro de acopio. ....	73
Gráfico 18: Formaría parte de un centro de acopio. ....	74
Gráfico 19: Principales problemas para la comercialización.....	75
Gráfico 20: Centro de Acopio dinamizará la economía. ....	76
Gráfico 21: Existiría una mejoría en la calidad de la población de Taracoa. ....	77
Gráfico 22: Logo tipo Centro de Acopio Campo Limpio.....	80
Gráfico 23: Comercialización de los Productos .....	86
Gráfico 24: Mapa Político de Francisco de Orellana.....	88
Gráfico 25: Parroquia Taracoa-Centro de Acopio.....	89
Gráfico 26: Diagrama de flujo del proceso interno de la comercialización de cacao y café.....	90
Gráfico 27: Recepción del Cacao y Café.....	91
Gráfico 28: Selección de cacao y café. ....	91
Gráfico 29: Máquina para el pesado de cacao y café. ....	92
Gráfico 30: Maquina transportador de carga y descarga. ....	92

Gráfico 31: Costales de 100 libras. ....	93
Gráfico 32: Cosedora. ....	93
Gráfico 33: Carretilla Hidráulica. ....	94
Gráfico 34: Almacenamiento Café y Cacao. ....	94
Gráfico 35: Distribución del Centro de Acopio Campo Limpio. ....	98
Gráfico 36: Estructura Orgánica Centro de Acopio Campo Limpio. ....	114

## **GRÁFICO DE ANEXOS**

Anexo 1: Encuestas dirigida a los comerciantes del cantón Francisco de Orellana. ....	122
Anexo 2: Encuestas dirigida a los Agricultores del cantón Francisco de Orellana. ....	124
Anexo 3: Encuesta a los Agricultores de la Parroquia Taracoa. ....	126
Anexo 4: Encuesta a los Agricultores de la Parroquia Shuar San Vicente. ....	126
Anexo 5: Socializando el proyecto en la parroquia Taracoa. ....	127
Anexo 6: Entrega de Proyecto de Factibilidad al Presidente de la Parroquia Taracoa. ....	127



## **RESUMEN**

Proyecto de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio en la parroquia de Taracoa, Provincia de Orellana, tiene como finalidad ayudar al desarrollo social y económico del sector y apoyar a los pequeños productores de cacao y café. Se realizó un estudio de mercado que determinó la oferta, la demanda y el mercado meta, un diagnóstico FODA, encuestas a comerciantes y agricultores de la provincia para conocer la situación del sector, en el desarrollo del proyecto se realizó un estudio técnico una evaluación financiera del estudio económico con una rentabilidad considerable. De la tasa interna de retorno del 25.85% y un valor actual neto de 847,563.84 valores que nos demuestran que el proyecto es factible. Se recomienda desarrollar y fomentar dentro de la zona una cultura organizativa en desarrollo de las familias del sector y que se pueda cristalizar la propuesta planteada.

Palabras claves: PROYECTO DE FACTIBLE. FODA. CENTRO DE ACOPIO. VALOR ACTUAL NETO. LA TASA INTERNA DE RETORNO.

## **ABSTRACT**

The Feasibility project for the creation of a Collection Center in the parish of Taracoa, Province of Orellana, aims to help the social and economic development of the sector and support small producers of cocoa and coffee. A market study was conducted which determined the supply, the demand and the target market. A SWOT diagnosis was also carried out, traders and farmers of the province were surveyed to know the situation of the area. For the development of the project a technical study was carried out as well as a financial evaluation of the economic study with a considerable profitability. The internal rate of return of 25.85% and a net present value of 847,563.84, which values show that the project is feasible. It is recommended to develop and promote in the area an organizational culture to help the development of the families of the sector and implement the suggested proposal.

**Keywords:** FEASIBILITY PROJECT. SWOT. COLLECTION CENTER. NET PRESENT VALUE. INTERNAL RATE OF RETURN.

## INTRODUCCIÓN

El cacao y el café son productos de relevante importancia en la economía de nuestro país por ser unos de los productos que cautivan los mercados internacionales (Países bajos, Estados Unidos, Bélgica, entre otros). El cacao además se constituye como materia prima para la industria de chocolates especiales y sus derivados, de igual manera que el café. Durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao y café.

En la parroquia Taracoa, es considerado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia de Orellana, por su extraordinario avance en la actividad agrícola, comercial, industrial, ganadero, entre otros. Su fértil suelo acoge una gran producción agropecuaria, siendo su principal producto el café que en grandes extensiones se encuentra cultivado. Enfocándonos en el sector cacaotero, existen 400 familias que de generación en generación se han dedicado a la explotación de este producto, atribuyéndolo como uno de sus principales rubros de ingresos. Sin embargo para éstos pequeños productores se les ha complicado atravesar los canales de comercialización y exponer sus productos a los grandes mayoristas. El cacao y el café constituye una fuente de empleo para 20,000 (datos parroquiales Taracoa 2016) habitantes aproximadamente, que participan en los procesos de producción.

En base a esa necesidad decidimos implementar un sistema de asistencia a los pequeños productores de cacao y café para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos así como la búsqueda permanente de mejores oportunidades de crecimiento económico, a través de un centro de acopio donde controlamos y garantizamos la comercialización, sustentabilidad, naturalidad y sobre todo la calidad de la cosecha y postcosecha del cacao y café seco. A continuación detallamos el contenido de los capítulos.

Capítulo I: Se realizó un diagnóstico situacional el cual permitió determinar la situación del entorno en donde se ubicó el proyecto, se verificó la situación socio-económica, mediante una investigación de campo tomando en cuenta información primaria que

permitió establecer con exactitud la realidad del sector, para esto se tuvo que utilizar diferentes técnicas para la recolección de datos como son las encuestas y las entrevistas.

Capítulo II: Trata del marco teórico, los conceptos fundamentales a ser aplicados en los capítulos posteriores, se describe lo que es un centro de acopio y sus posibles teorías mercadológicas que se pondrán en práctica. Adicionalmente a esto se encuentra un contenido completo en lo referente a la comercialización cuales son los canales de comercialización. Estas bases teóricas van a respaldar el presente estudio a través de una investigación bibliográfica y documentada, de fuentes secundarias como son libros, revistas, periódicos e Internet.

Capítulo III: Se utilizó las diferentes metodologías de la investigación como los métodos deductivo, de campo, inductivo para conocer la realidad del sector donde se va a ejecutar el proyecto. Además se realizó un estudio de mercado, el cual ayudó a determinar el nivel de aceptación de los productos (café y cacao) en el mercado que van a ser comercializados, este estudio tomó en cuenta algunas variables que son producto, comercialización, canales de distribución, oferta y demanda, esto se llevó cabo con la aplicación de encuestas realizadas a los agricultores y a los comerciantes de la zona de los distintos mercados de la ciudad Orellana.

Capítulo IV: Se desarrolló la propuesta del proyecto de factibilidad en el cual determinamos el precio de los productos, la comercialización del producto, logotipo del Centro de Acopio, promoción y publicidad, estudio técnico, ingeniería del proyecto, Obras civiles, presupuesto técnico, estructura organizacional o el orgánico funcional con la que va a contar el centro de acopio, que se conformó por los accionistas, un administrador que domine aspectos contables y tributarios y finalmente la evaluación económica y financiera del proyecto para determinar la viabilidad del proyecto se realizó el respectivo estudio financiero, con el fin de conocer el tiempo de recuperación de la inversión, como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna De Retorno, el Beneficio Costo y el Punto De Equilibrio económico financiero, indicadores que demostraron ser factible el proyecto que se llevó a cabo.

## **CAPITULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La explotación del petróleo y de la palma africana se ha incrementado para generar divisas, mientras que el resto de la producción, como ganadería de carne, maíz, pitahaya, naranjilla, café, cacao, entre otros, colaboran para el abastecimiento de los mercados internos. Los productores de cacao y café no cuentan con mercados cautivos y se someten en su mayoría a los intermediarios dejándolos sin capacidad de negociación.

La problemática de la falta de apoyo de la economía popular y solidaria de los pequeños productores de cacao y café en la zona en medio de la crisis que enfrenta la provincia de Orellana complica que se generen posibilidades de desarrollo del gremio de pequeños productores.

Es así que el GAD Parroquial de Taracoa proyecta la posibilidad de la implementación de un centro de acopio que permita la consolidación de los productores de cacao y café y le permita generar posibilidades de posicionamiento del producto en el mercado, de igual forma en posibilidades de valor agregado.

#### **1.1.1. Formulación del problema**

¿De qué manera ayudará el estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio para la producción de cacao y café en la parroquia Taracoa, provincia de Orellana 2016, en el mejoramiento socioeconómico de los pequeños productores?

#### **1.1.2. Delimitación del problema**

<b>Campo:</b>	Proyecto de Factibilidad.
<b>Área:</b>	Proyectos
<b>Aspecto:</b>	Desarrollo socioeconómico

**Límite Espacial:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Taracoa.

**Límite Temporal:** 2016.

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

**TEÓRICO.-** Para la realización de este trabajo de titulación, se procederá a estudiar las bases conceptuales de estudios de factibilidad por medio de fuentes primarias bibliográficas y a la vez por medio de revisión directa de libros, revistas, periódicos e internet como fuentes secundarias.

**PRÁCTICO.-** El trabajo de titulación propone diseñar un plan de factibilidad para la creación de un centro de acopio, realizando un análisis de la oferta y demanda insatisfecha, realizando un estudio de mercado y posteriormente desarrollando el informe técnico, el presupuesto, los materiales el mismo que será necesario para el desarrollo socioeconómico de la parroquia Taracoa.

**METODOLÓGICO.-** La investigación se lo realizará por medio de constantes estudios de mercado, entrevistas a los pobladores de la parroquia, por medio de la investigación de campo accedemos a conocer la realidad del problema que tienen los pequeños productores de café y cacao.

**ACADÉMICO.-** El desarrollo del presente proyecto de investigación se lo realizará mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica y con la guía de docentes tutores del trabajo de titulación.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de la producción de cacao y café en la parroquia Taracoa cantón Francisco de Orellana 2016.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Realizar el marco teórico conceptual para sustentar las bases teóricas aplicadas al proyecto de factibilidad.
- Realizar un estudio de mercado para determinar niveles de producción, oferta y demanda, estudio técnico y localización del proyecto.
- Desarrollar el estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de la producción de cacao y café en la parroquia Taracoa, cantón Francisco de Orellana 2016.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1. Antecedentes Históricos**

##### **2.1.1.1. Antecedentes de la Investigación**

Basado en el estudio de factibilidad, realizado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón – JICA, el Proyecto Mercadeo Agrícola, dependiente de la Secretaria de Desarrollo Productivo, en el periodo 2005-2007, se encargó de la construcción de seis Centros de Acopio, Selección, Empaque y Procesamiento de Quinua y/o hortalizas; cinco en Municipios de la sierra centro, los mismos que durante las gestiones 2008-2010 fueron implementados con maquinaria y equipos adecuados para el mejoramiento de la sanidad e inocuidad de los productos.

##### **2.1.1.2. Gobierno Parroquial Taracoa.**

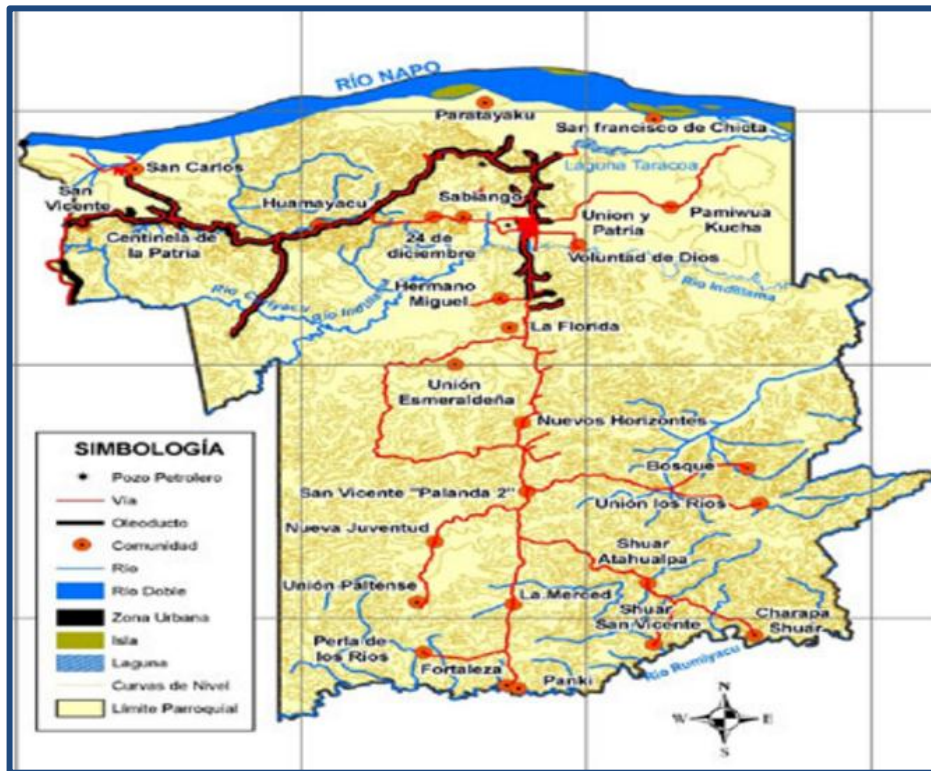
###### **✓ Antecedentes históricos GAD Parroquial Taracoa**

De acuerdo con los datos establecidos en el PDOT del Cantón Orellana, el 30 de abril de 1.969, con Registro Oficial No. 169, se crea el cantón Francisco de Orellana. Esta fecha marca un hito de la transformación del territorio, en su organización administrativa, política y económica; conjuntamente con el inicio de la explotación petrolera y de la colonización de tierras. Según el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA)1 hasta el año 1.969, en Puerto Francisco de Orellana, había algo más de 300 pobladores y en el año 1.970, ya había más de mil pobladores. En los años 70 y 80 se registra un acelerado crecimiento de la población que no se detiene hasta la actualidad: según el último censo el cantón posee las tasas de crecimiento poblacional más altas del país. En estas décadas, la sequía en Loja y la escasez de tierras en otras provincias de la Sierra, provocan la llegada de migrantes a las nuevas áreas de colonización.



✓ Ubicación Geográfica

Gráfico 1: Ubicación Geográfica de la Parroquia Taraoa.



Fuente: GAD Parroquial Taraoa.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid.

✓ **Generalidades de la parroquia Taracoa**

**Cuadro 1:** Generalidades de la Parroquia Taracoa.

<b>Nombre del GAD Parroquial</b>	GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE TARACOA.
<b>Fecha de Creación</b>	Según Registro Oficial 792, la Parroquia Taracoa se crea el 17 de octubre de 1991.
<b>Extensión</b>	411.41 km <sup>2</sup>
<b>Localización</b>	Se encuentra localizada en la Provincia de Orellana, Cantón Orellana, al norte de la región amazónica del Ecuador. Geográficamente se encuentra en las coordenadas de latitud Sur 0° 28' 1,74" y 0° 35' 11,17" y, entre 76° 46' 26,24" y 76° 50' 19,07" de longitud oeste.
<b>Limites</b>	<b>Norte:</b> Cantón Joya de los Sachas <b>Sur:</b> Parroquia Dayuma <b>Este:</b> Parroquia Alejandro Labaka y Parroquia Dayuma <b>Oeste:</b> Parroquia Dayuma, Parroquia El Dorado y Parroquia Puerto Francisco de Orellana.
<b>Rango Altitudinal</b>	La parroquia se encuentra ubicada entre los 150 msnm y 300 msnm.
<b>Población Total</b>	Según datos del CPV 2010, la parroquia tiene una población total de 2616 habitantes, de acuerdo con el siguiente detalle: <b>Hombres</b> 1403 <b>Mujeres</b> 1213

Fuente: GAD Parroquial Taracoa.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid.

✓ **Autoridades Parroquia Taracoa 2014-2019**

**Cuadro 2:** Autoridades GAD Parroquial Taracoa.

<b>Presidente</b>	Sr. José Medardo Zhingre Robles
<b>Vicepresidente</b>	Srta. Mayra Jhoanna Troya Guamán
<b>Vocal 1</b>	Sr. Romel Leonardo Grefa Narváez
<b>Vocal 2</b>	Sr. Orlando Vinicio Jiménez Jiménez
<b>Vocal 3</b>	Sra. Celina Amparo Baren Castillo
<b>Tesorera</b>	Ing. Zara Mercedes Moreno Flores
<b>Promotora</b>	Sra. Sonia Abigail Salazar Jiménez
<b>Técnico</b>	Ing. José Ángel Barzallo Gutiérrez.
<b>Secretaría</b>	Sra. Nelly Alexandra Alvarado Aguilar
<b>Conserje</b>	Sr. José Vicente Pintado

Fuente: GAD Parroquial Taracoa –Dirección de Tesorería.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid.

## ✓ Parroquias del cantón Francisco de Orellana

**Cuadro 3:** Parroquias del cantón Francisco de Orellana.

COMUNIDADES	
1. Nueva Juventud	2. Perla de los Ríos
3. 24 de Diciembre	4. Sabiango
5. Bosque	6. San Carlos
7. Centinela de la Patria	8. San Francisco Chicta
9. Centro Shuar Atahualpa	10. San Vicente
11. Charapa Shuar	12. San Vicente Palanda 2
13. Fortaleza	14. Shuar San Vicente
15. Hermano Miguel	16. Unión Esmeraldeña
17. Huamayacu	18. Unión Paltense
19. La Merced	20. Unión y Patria
21. Nuevos Horizontes	22. Voluntad de Dios
23. PamiwuaKucha	24. El Pantanal
25. Panki	26. 27 de Julio
27. Paratuyacu	28. Taracoa – Cabecera Parroquial

Fuente: GAD Parroquial Taracoa.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid.

## ✓ Planificación Estratégica

### Misión

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Taracoa, procurando la articulación de los objetivos y estrategias con los otros niveles de Gobiernos, velando por la preservación de la Autonomía. A través de Asesoramiento, Asistencia y Fortalecimiento de los Proyectos de Capacitación y Formación, de Desarrollo Económico, las Artes, la Cultura y el Deporte, en beneficio del Sector Rural.

### Visión

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Taracoa Dorado, mediante la ejecución de Proyectos en beneficio de sus Comunidades y delegaciones establece un modelo de Gestión, que promueven el buen vivir de los habitantes del Sector Rural.

## ✓ Funciones del GAD Parroquial Taracoa

- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:
- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de política públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

- b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial;
- d) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas, ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y; realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- e) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la Ley;
- f) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia;
- g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;
- h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;
- Promover y patrocinar las culturas, as artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;
- j) Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad; accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución;
- k) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias;
- l) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de su circunscripción territorial en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario;
- m) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias: y,
- n) Las demás que determine la ley.

✓ **Competencias del GAD Parroquial Taracoa.**

Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.- Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- a) Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.
- b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- c) Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial.
- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- e) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno;
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base;
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias; y,
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Taracoa en la actualidad se encuentra en un proceso de cambio, siguiendo lo estipulado en el actual marco legal de la Constitución de la República del Ecuador, la COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización), el COPYFP (Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas) y el PNBV (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013- 2017),

Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias.

Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados:

- a) Los de las regiones;
- b) Los de las provincias;
- c) Los de los cantones o distritos metropolitanos; y,
- d) Los de las parroquias rurales.

En las parroquias rurales, cantones y provincias podrán conformarse circunscripciones territoriales indígenas, afroecuatorianas y montubias, de conformidad con la Constitución y la Ley.

### **2.2.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la República Del Ecuador establece en sus artículos:

**Art. 100.-** En todos los niveles de gobierno se conformarán instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de gobierno, que

funcionarán regidas por principios democráticos. La participación en estas instancias se ejerce para:

1. Elaborar planes y políticas nacionales, locales y sectoriales entre los gobiernos y la ciudadanía.
2. Mejorar la calidad de la inversión pública y definir agendas de desarrollo.
3. Elaborar presupuestos participativos de los gobiernos.
4. Fortalecer la democracia con mecanismos permanentes de transparencia, rendición de cuentas y control social.
5. Promover la formación ciudadana e impulsar procesos de comunicación.

**Art. 241.-** La planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados.

**Art. 264.-** Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

- Planificar el desarrollo Cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y ocupación del suelo urbano y rural.
- Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón
- Planificar, construir y mantener la vialidad urbana.
- Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley.
- Crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras.
- Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte público dentro de su territorio cantonal.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.
- Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

- Formar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales.
- Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley.
- Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.
- Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras.
- Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de Incendios.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

**Art. 280.-** El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

### **2.2.2. Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas**

**Art. 2.-** Lineamientos para el desarrollo. Para la aplicación de este código, a través de la planificación del desarrollo y las finanzas públicas, se considerarán los siguientes lineamientos:

- Fomentar la participación ciudadana y el control social en la formulación de la política pública, que reconozca la diversidad de identidades; así como los derechos de comunidades, pueblos y nacionalidades;
- Aportar a la construcción de un sistema económico social, solidario y sostenible, que reconozca las distintas formas de producción y de trabajo, y promueva la transformación de la estructura económica primario exportador, las formas de acumulación de riqueza y la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo;
- Promover el equilibrio territorial, en el marco de la unidad del Estado, que reconozca la función social y ambiental de la propiedad y que garantice un reparto equitativo de las cargas y beneficios de las intervenciones públicas y privadas;



- Fortalecer el proceso de construcción del Estado plurinacional e intercultural, y contribuir al ejercicio de derechos de los pueblos, nacionalidades y comunidades y sus instituciones;
- Fortalecer la soberanía nacional y la integración latinoamericana a través de las decisiones de política pública; y,
- Propiciar a través de la política pública, la convivencia armónica con la naturaleza, su recuperación y conservación.

**Art. 12.-** Planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. La planificación del desarrollo y el ordenamiento territorial es competencia de los gobiernos autónomos descentralizados en sus territorios. Se ejercerá a través de sus planes propios y demás instrumentos, en articulación y coordinación con los diferentes niveles de gobierno, en el ámbito del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.

**Art. 12.1.** Planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. La planificación del desarrollo y el ordenamiento territorial es competencia de los gobiernos autónomos descentralizados en sus territorios. Se ejercerá a través de sus planes propios y demás instrumentos, en articulación y coordinación con los diferentes niveles de gobierno, en el ámbito del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa.

**Art. 13.-** Planificación participativa. El gobierno central establecerá los mecanismos de participación ciudadana que se requieran para la formulación de planes y políticas, de conformidad con las leyes y el reglamento de este código. El Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa acogerá los mecanismos definidos por el sistema de participación ciudadana de los gobiernos autónomos descentralizados, regulados por acto normativo del correspondiente nivel de gobierno, y propiciará la garantía de participación y democratización definida en la Constitución de la República y la Ley.

**Art. 41.-** Planes de Desarrollo. Los planes de desarrollo son las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo en el territorio. Éstos tendrán una visión de largo plazo, y serán implementados a través del ejercicio de sus competencias asignadas por la Constitución

de la República y las Leyes, así como de aquellas que se les transfieran como resultado del proceso de descentralización.

**Art. 42.-** Contenidos Mínimos de los Planes de Desarrollo. En concordancia con las disposiciones del Código de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD), los planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados deberán contener, al menos, lo siguiente:

- Diagnostico
- Propuesta
- Modelo de Gestión

**Art. 43.-** Planes de Ordenamiento Territorial. Los planes de ordenamiento territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tienen por objeto el ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto de los asentamientos humanos, las actividades económico productivas y el manejo de los recursos naturales en función de las cualidades territoriales, a través de la definición de lineamientos para la materialización del modelo territorial de largo plazo, establecido por el nivel de gobierno respectivo.

Los planes de ordenamiento territorial deberán articular las políticas de desarrollo y las directrices de ordenamiento del territorio, en el marco de las competencias propias de cada nivel de gobierno y velarán por el cumplimiento de la función social y ambiental de la propiedad. Los gobiernos parroquiales rurales podrán formular un solo plan de desarrollo y ordenamiento territorial.

Los planes de ordenamiento territorial regionales, provinciales y parroquiales se articularán entre sí, debiendo observar, de manera obligatoria, lo dispuesto en los planes de ordenamiento territorial cantonal y/o distrital respecto de la asignación y regulación del uso y ocupación del suelo.

**Art. 50.-** Seguimiento y Evaluación de los Planes de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial. Los gobiernos autónomos descentralizados deberán realizar un monitoreo

periódico de las metas propuestas en sus planes y evaluarán su cumplimiento para establecer los correctivos o modificaciones que se requieran.

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, conjuntamente con los gobiernos autónomos descentralizados, formulará los lineamientos de carácter general para el cumplimiento de esta disposición, los mismos que serán aprobados por el Consejo Nacional de Planificación.

**Art. 51.-** Información Sobre el Cumplimiento de Metas. Con el fin de optimizar las intervenciones públicas y de aplicar el numeral 3 del Art. 272 de la Constitución los gobiernos autónomos descentralizados reportarán anualmente a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo el cumplimiento de las metas propuestas en sus respectivos planes.

### **2.2.3. Código Orgánico De Organización Territorial, Autonomía Y Descentralización**

**Art. 53.-** Naturaleza jurídica. ⇨ Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización: y, ejecutiva prevista en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.

**Art. 54.-** Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de

fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, ¿asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales;

d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal;

e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;

f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, Subsidiariedad, participación y equidad;

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo:

h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;

i) Implementar el derecho al hábitat, vivienda, desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el territorio cantonal;

j) Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales, lo cual incluirá la conformación de los consejos cantonales, juntas cantonales y redes de protección de derechos de los grupos de atención prioritaria. Para la atención en las zonas rurales coordinará con los gobiernos autónomos parroquiales y provinciales;

k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales;

l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración,

manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;

m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;

n) Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional, la comunidad y otros organismos relacionados con la materia de seguridad, los cuales formularán y ejecutarán políticas locales, planes y evaluación de resultados sobre prevención, protección, seguridad y convivencia ciudadana:

o) Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres;

p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales. ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad:

q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;

r) Crear las condiciones materiales para la aplicación de políticas integrales y participativas en torno a la regulación del manejo responsable de la fauna urbana;

s) (Sustituido por el Art. 5 de la Ley s/n, R.O. 166-S, 21-I-2014). - Fomentar actividades orientadas a cuidar, proteger y conservar el patrimonio cultural y memoria social en el campo de la interculturalidad y diversidad del cantón; y,

t) (Agregado por el Art. 5 de la Ley s/n, R.O. 166-S, 21-I-2014). - Las demás establecidas en la ley.

**Art. 55.-** Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal. Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;

- b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;
- d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;
- g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;
- h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;
- i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;
- j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;
- k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;
- l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;
- m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios;
- n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

**Art. 296.-** Ordenamiento Territorial. El ordenamiento territorial comprende un conjunto de políticas democráticas y participativas de los gobiernos autónomos descentralizados que permiten su apropiado desarrollo territorial, así como una concepción de la planificación con autonomía para la gestión territorial, que parte de lo local a lo regional en la interacción de planes que posibiliten la construcción de un proyecto nacional, basado en el reconocimiento y la valoración de la diversidad cultural y la proyección espacial de las políticas sociales, económicas y ambientales, proponiendo un nivel adecuado de bienestar a la población en donde prime la preservación del ambiente para las futuras generaciones.

#### **2.2.4. Plan Nacional de Desarrollo**

**Art. 280.-** El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados.

Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores<sup>3</sup>.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 está constituido por tres ejes:

- Poder popular y estado
- Derechos, libertades para el Buen Vivir
- Transformación Económica y Productiva

#### **2.2.5. Plan de Buen Vivir**

**Objetivo 1.** Consolidar el estado democrático y la construcción del poder popular.

**Objetivo 8.** Consolidar el sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscar equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

**Objetivo 10.** Impulsar la transformación de la matriz productiva.

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.3.1. Centro de Acopio**

#### **2.3.1.1. Definición**

Según, Baca, (1998) considera que:

Define al centro de acopio: “a la instalación física permanente o temporal, destinada a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaqueta y prepara, para su venta.

El centro de acopio es un lugar físico que permite reunir una gran cantidad y variedad de productos agrícolas para mejorar la comercialización directa entre productores y consumidores, brindando así productos de mejor calidad y precios justos (p. 98)

#### **2.3.1.2. Características del Centro de Acopio**

Según, Rivera, & Hernández, (2000) manifiesta que:

Las características del centro de acopio sirven para: “Organizar a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productores a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio. Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.”

Las características más relevantes que brinda el centro de acopio son aquellas que ayudara a elevar el nivel de ingresos de los productores como también tener precios competitivos en el mercado, además de racionalizar los canales de distribución, con el fin de que los productos puedan salir de los lugares que sean de difícil acceso y así exista mayor diversificación de los productos (pp. 78-79)



### **2.3.1.3.Función del Centro de Acopio**

Según, Baca, (1998) considera que:

La función de los centro de acopio debe entenderse como uno de los medios para mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo en que actúen estos centros. Esto implica que estos centros de acopio deben entenderse como una red orgánica que abarque cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos.

La función primordial del centro de acopio es mejorar el sistema de comercialización y distribución, estimulando el incremento en la productividad y así brindar un mayor abastecimiento y variedad de productos a todos los mercados locales y regionales (p.102)

### **2.3.1.4.Beneficios de los Centros de Acopio**

Según, Rivera, & Hernández, (2000: 89) dice que “se trata de identificar a los beneficiarios directos e indirectos de los centro de acopio para conocer su número e ingresos antes y después de creado el centro de acopio, determinándose las acciones que se realizarían con ellos. Además se trataría de estimar los efectos sociales y económicos”

## **2.3.2. Comercialización de Productos Agrícolas.**

Para la comercialización de los productos agrícolas se ha tomado en consideración lo siguiente:

### **2.3.2.1.Definición de Productos Agrícolas**

Según, Lesur, & Esquivel, (2016:56) “el proceso de producción agrícola consolida una economía de exportación de materias primas agropecuarias. Puede realizarse un recorrido muy somero por la reciente historia agropecuaria latinoamericana.

### **2.3.2.2. Tipos de Productos Agrícolas**

#### **2.3.2.2.1. Cacao**

Según, Lesur, & Esquivel, (2016) manifiesta que:

El cacao es una fruta de origen tropical que proviene del árbol de cacao y que es el componente básico del chocolate. Las semillas de cacao son las que se utilizan en la elaboración del chocolate, concretamente mediante la extracción de estas semillas de cacao de dos productos derivados: la pasta de cacao, que es una materia sólida y la manteca de cacao, materia grasa. Hagamos un repaso de cuáles son los tipos de plantas de cacao y cuáles son los principales países productores de cacao (p.75)

#### **2.3.2.2.2. Tipos de Cacao**

Según, Lesur, & Esquivel, (2016) considera los tipos de cacao:

- **Forastero:** es la planta principal de cacao utilizada en la producción en masa de las barras de chocolate. Los productores de cacao confían en la resistencia a las enfermedades y en la amplia producción de grano de estas plantas para lograr el cultivo a gran escala que el mercado requiere, ya que además estas plantas son fáciles de cuidar, pues requieren el mínimo mantenimiento y proporcionan a su vez un sabor muy consistente a chocolate. Es por esto que las variedades de cacao Forastero, es decir, de cacao ordinario, representan el 95 % de la producción mundial de cacao.
- **Criollo:** estas plantas de cacao producen un grano que posee un complejo sabor aromático, que es muy apreciado. La planta de cacao Criollo es más difícil de cultivar, ya que está plagado de varias enfermedades. Además, debido a la baja tasa de producción, muchos agricultores han dejado de cultivar esta variedad, lo que hace que aumente el valor de cada grano producido.
- **Trinitario:** La planta de cacao Trinitario es un híbrido de las plantas de cacao Forastero y Criollo. Esta planta surgió en un intento de combinar la resistencia de la

planta de cacao Forastero con el sabor de los granos de cacao Criollo, para así poder producir un grano sabroso que sea a la vez más fácil de cultivar, resistente a las enfermedades y apreciado como grano de sabor (p. 82)

#### **2.3.2.2.3. Café**

Según, Lesur, & Esquivel, (2016) considera los tipos de cacao:

La etimología del vocablo café deja al descubierto un extenso recorrido que comienza con el árabe clásico qahwah, continúa con el turco kahve y llega hasta el italiano caffè, antes de adquirir la forma que lo distingue en el idioma español.

El café, cuenta su definición, es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. El cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto, presenta hojas opuestas de tonalidad verduzca, sus flores son blancas y sus frutos se exhiben en baya roja.

La semilla de este árbol, es decir, el café, suele medir cerca de un centímetro, siendo plana por una parte y convexa por la otra, con un surco longitudinal. Su color es amarillo verdoso.

#### **2.3.2.2.4. Variedad**

Desde el punto de vista económico, dos son las especies de mayor importancia en el mundo: *Coffea arábica* y *Coffea canephora*.

##### **- Coffea arábica**

Es la especie más difundida y a ella pertenecen la mayoría de variedades comerciales que se conocen.

##### **- Coffea canephora (Robusta)**

Más difundida en los países africanos, en Guatemala hay pocas plantaciones de Robusta. Su principal uso en nuestro medio es como patrón para el Injerto Reyna.

## - **Variedades Comerciales**

Orden descendente de productividad (En qq Oro/Mz), Catuaí, Caturra, Mundo Novo, Bourbón, Pache, Typica (pp.71-72)

### **2.3.3. La Oferta**

#### **2.3.3.1. Definición**

Según, Cifuentes, (2008) responde a la oferta como:

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado. Cuando las condiciones vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta. Hay que diferenciar por tanto la curva de oferta, de una oferta actual o cantidad ofrecida (que en general sería un punto concreto de dicha oferta), que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos. y en cuanto a cada una de ellas. En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio. El sistema de economía de mercado, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda (p.108)

#### **2.3.3.2. El precio del producto**

Según, Córdova, (2009: 28) “dice que el precio del producto de acuerdo con el modelo neoclásico de la oferta en una situación de competencia perfecta, el precio del producto es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por

tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada. Si el precio del bien disminuye la rentabilidad esperada por la venta disminuye y por tanto la cantidad que los fabricantes están dispuestos a vender”

### **2.3.3.3. El precio de los factores**

Según, Costales, (2000: 98) manifiesta que la oferta es una función compuesta de diversos factores que afectan tanto la cantidad como el precio de un bien. Es importante recordar que los productores siempre buscan maximizar utilidades a menores costos, por tanto, el productor siempre buscara producir aquellos bienes que reporten la mayor utilidad posible y tengan el menor costo de producción. El precio de los factores productivos. Cuando suben los precios de los factores que intervienen en la producción de un bien, como puede ser la energía, las materias primas o la mano de obra, la producción del bien referido se hace menos rentable por lo que las empresas fabricantes ofrecen menos cantidad de producto”

### **2.3.3.4. Las expectativas**

Según, Dornbusch, et al (2008) manifiesta que:

Las expectativas que tengan los empresarios fabricantes de bienes y servicios sobre el futuro influyen directamente en la oferta. Opiniones o creencias que los agentes económicos tienen acerca del comportamiento futuro de la economía o de algunas de sus variables más relevantes. Toda decisión económica descansa en unas determinadas expectativas acerca de la evolución futura de aquellas variables que de forma más significativa afectan o condicionan el resultado de dicha decisión. En toda decisión de compra hay que tener en cuenta no sólo los precios actuales, sino también su previsible evolución en el futuro (expectativas de precios), así como la posible aparición en el mercado en un futuro próximo de productos más modernos sustitutivos de los actuales (expectativas de innovación) (p.108).

### **2.3.3.5.La curva de oferta**

Según, Miranda, (1998) considera la curva de oferta:

La curva de oferta es la que muestra el vínculo existente entre el precio de uno o dos bienes y la cantidad ofrecida del mismo. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Se denomina elasticidad de la curva de oferta a la variación porcentual experimentada por la cantidad ofrecida de un bien cuando varía su precio en 1%, manteniéndose constantes los demás factores que lleguen a afectar la cantidad ofrecida.

La ley de la oferta establece que: Ante un aumento en el precio de un bien o servicio, la cantidad ofertada que exista de ese bien o servicio va a ser mayor; es decir, aquellos que los producen tendrán un incentivo mayor (pp. 12-13)

### **2.3.4. Demanda**

#### **2.3.4.1.Definición**

Según, Gray & Larson, (2008) considera que:

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). La demanda es una función matemática. Puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda (p. 58)

#### **2.3.4.2. Tipos de Demanda**

Según, Miranda, (1998) dice que:

En relación con la elasticidad, la demanda se divide en tres tipos:

- **Elástica**, cuando la elasticidad de la demanda es mayor que 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente superior a la del precio.
- **Inelástica**, cuando la elasticidad de la demanda es menor que 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente inferior a la del precio.
- **Elasticidad unitaria**, cuando la elasticidad de la demanda es 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente igual a la del precio (p.97)

#### **2.3.4.3. Factores que afectan la demanda**

Según, Miranda, (1998) dice que:

- Gusto personal
- Precio del producto
- Precio de otros bienes
- Factores sociológicos
- El futuro (p. 66)

#### **2.3.4.4. Ley de la Demanda**

Según, Morales, & Morales (1999: 157) “relación negativa entre el precio y la magnitud de la demanda: La relación entre la cantidad demandada y el precio es inversa, esto se refleja en la pendiente negativa de la Curva de demanda, es decir: a mayor precio ceteris paribus (permaneciendo constante todo lo demás), menor cantidad demandada y a menor precio mayor cantidad demandada. Esto se conoce con el nombre de Ley de la Demanda

de Pendiente Negativa. Hay que tener en cuenta que la variable independiente es siempre el precio”

#### **2.3.4.5. Tipos de Demanda**

Según, Morales, & Morales (1999: 198) manifiesta que:

- Demanda Negativa.
- Demanda Cero.
- Demanda Latente.
- Demanda Declive.
- Demanda Irregular.
- Demanda Plena.
- Sobre-demanda



### **2.3.5. Canales de Distribución**

#### **2.3.5.1. Definición**

Según, González, & Martínez (2005) considera los canales de distribución:

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante. Según los tipos de canales de distribución que son "Directos" e "Indirectos" enfatizan los canales cortos y largos mismos que traen beneficios diferentes, puesto que es parte de la logística buscar beneficio en ambas partes, es decir, dependiendo del tipo de canal (pp.23-24)

#### **2.3.5.2. Tipos de Canales de Distribución**

Según, González, & Martínez (2005) dice que:

- En el directo se usan canales cortos, mismos que benefician a los consumidores principalmente ya que los costos de producción tienden a bajar, y beneficia a los productores o empresarios ya que el producto para llegar a manos del consumidor o usuario final gasta menos recursos y esto beneficia tanto al consumidor como al productor o empresario.
- Y en los canales de distribución indirectos donde existen intermediarios la empresa enfatiza mayores gastos y el producto(s) por ende tiende a tener un costo mayor (p. 28)

### 2.3.5.3. Funciones de los intermediarios

Según, Miranda, (1998) considera que:

Algunas de las funciones que desarrollan los intermediarios son:

Investigación: recabar información necesaria para planear y facilitar el intercambio.

Promoción: crear y difundir mensajes persuasivos acerca del producto.

Contacto: encontrar a compradores potenciales y comunicarse con ellos.

Adaptación: modelar y ajustar el producto a las exigencias del consumidor. Para ello se necesitan actividades como fabricación, clasificación, montaje y empaque.

Negociación: tratar de encontrar un precio mutuamente satisfactorio a fin de que se efectúe la transferencia de propiedad o posesión.

Distribución física: transportar y almacenar los bienes.

Financiamiento: obtener y usar los fondos para cubrir los costos de sus actividades.

Aceptación de riesgos: va el riesgo que supone realizar las funciones propias del canal de distribución (p. 57)

### 2.3.5.4. Clases de Intermediarios

Según, Miranda, (1998) considera que:

- **Mayorista.** El comercio mayorista es un intermediario que se caracteriza por vender a los detallistas, a otros mayoristas o fabricantes, pero nunca al consumidor o usuario final. Los mayoristas pueden comprar a un productor o fabricante y también a otros mayoristas.
- **Minorista o detallista.** Los detallistas o minoristas son los que venden productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado. Son importantes porque pueden alterar, frenando o potenciando, las acciones de marketing y merchandising de los fabricantes y mayoristas. Son capaces de influir en las ventas y resultados finales de los artículos que comercializan.

### **2.3.6. Valor Neto Actual**

Pindyck, & Rubinfeld (2010) considera que:

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja (en inglés cash-flow) futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización (k) o de descuento (d) es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado (pp. 76-77)

### **2.3.7. Tasa Interna de Retorno**

Según, Ochoa, & Saldívar (2012) manifiesta que:

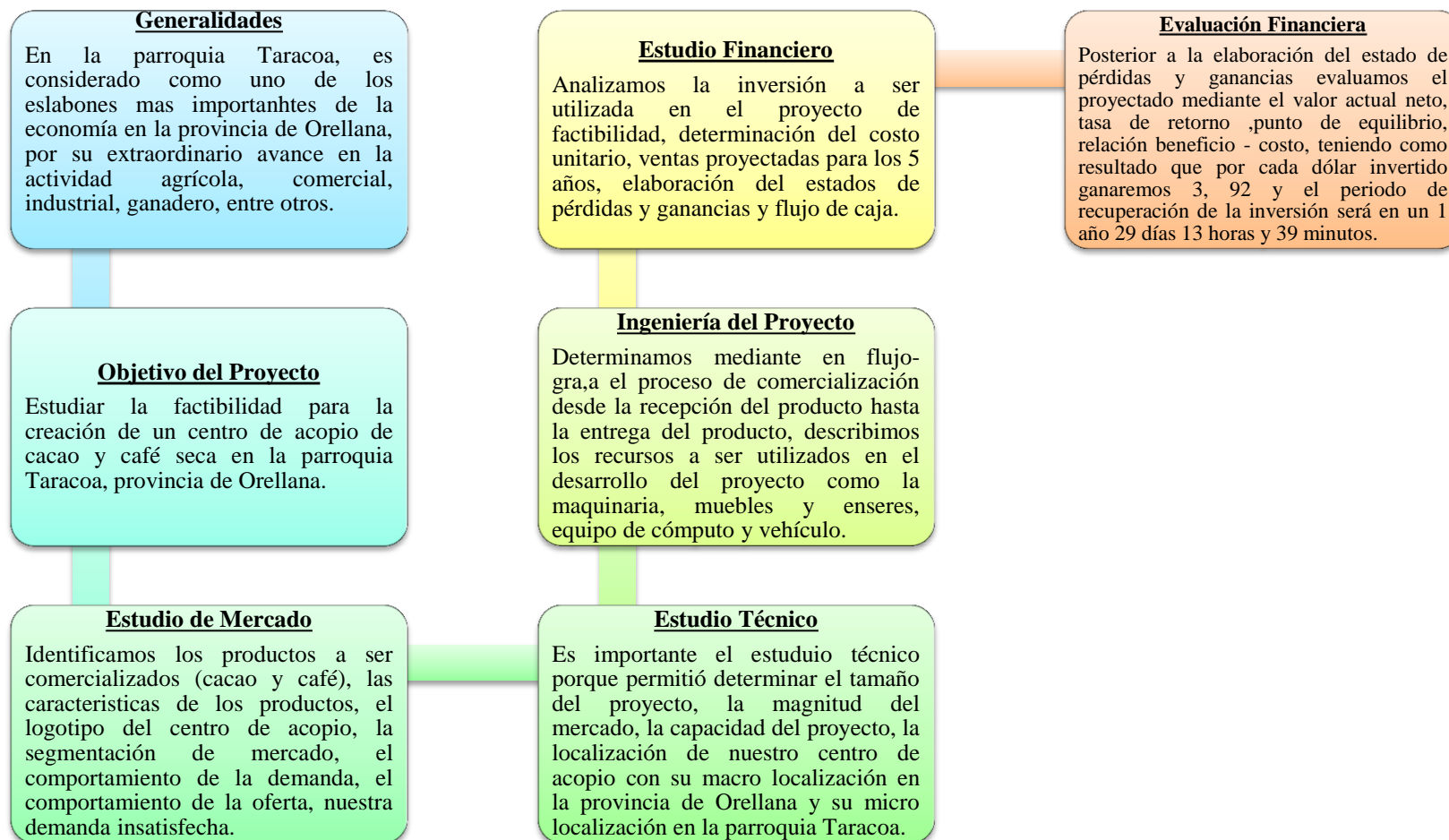
La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.<sup>1 2</sup>

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; <sup>3 4</sup> así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.<sup>5</sup> Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la

TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza (pp. 51-52)

## 2.4. ESTRUCTURA DEL PROYECTO

Gráfico 2: Estructura del Proyecto



Fuente:Capítulo IV Desarrollo del propuesta.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

## **2.5. IDEA A DEFENDER**

Como la realización de un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de la producción de cacao y café en la parroquia Taracoa cantón Francisco de Orellana 2016, ayudará en el desarrollo económico.

## **2.6. VARIABLES**

### **2.5.1. Variable Dependiente**

Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio.

### **2.5.2. Variable Independiente**

Permitirá el desarrollo económico y social en la parroquia Taracoa.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.1. Deductivo**

Con la utilización de este método se analizó el comportamiento de la evaluación financiera del Centro de Acopio Campo Limpio.

#### **3.1.2. Inductivo**

Con el apoyo de este método se realizó la construcción del marco teórico y la formulación y comprobación de las ideas a defender.

### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1. Investigación de Campo**

La investigación de campo consistió en la recolección de datos de la empresa donde se incurrirá a la técnica de la observación, entrevistas y encuestas a los funcionarios y clientes del GAD Parroquial, agricultores y comerciantes.

#### **3.2.2. Investigación Bibliográfica o Documental**

Consistió en investigar la viabilidad del proyecto mediante la revisión de documentos en el GAD Parroquial.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.3.1. Población**

Para la realización de este trabajo de investigación se ha tomado como referencia los comerciantes de Francisco de Orellana detallados a continuación. Debido a que la población es pequeña se ha considerado la totalidad.

**Cuadro 4:** Comerciantes Francisco de Orellana.

Mercados	Número de Comerciantes de Café y Cacao
Mercado Santa Clara	12
Mercado Central	27
Mercado Santa Lucía	8
Otros Sectores	15
<b>TOTAL</b>	<b>62 comerciantes que compran por mayoría.</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Francisco de Orellana, Comisaría Municipal 2016.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 3.3.2. Muestra

Para la realización de las encuestas la población es de 245 agricultores de la zona, en lo cual determinaremos la muestra que es de 80.

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

#### Simbología:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población. 245

E = Error muestral 5%:100= 0.05

Z = Nivel de confianza 9.99

p = Probabilidad de ocurrencia 50%= 0.5

q= 1-p= Probabilidad de no ocurrencia 50%= 0.5

#### Cálculo de la muestra

$$n = \frac{9.99^2 * 0.5 * 0.5 * 245}{0.5^2(245 - 1) + 9.99^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{6112.76}{76.56}$$

$$n = 79.84 = 80$$



## **3.4.MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

### **3.4.1. Métodos**

#### **3.4.1.1.Deductivo**

Se aplicó debido a que nos ayudó en la formulación del problema, en el estudio de mercado, así como en el análisis de la información de las encuestas y entrevistas aplicadas.

#### **3.4.1.2.Inductivo**

Este método se empleó para la elaboración del diagnóstico, puesto que se fue buscando información relevante al tema de estudio entre las partes para llegar a lo general.

#### **3.4.1.3.Analítico**

Este método se aplicó en el proyecto específicamente en el estudio financiero y formulación de conclusiones y recomendaciones.

### **3.4.2. Técnicas**

#### **3.4.2.1.Observación**

La observación fue otra forma de recolección de información tanto en las zonas de producción como en las de comercialización.

#### **3.4.2.2.Entrevista**

Fue aplicada al presidente de la parroquia, para recabar información relevante en cuanto a los agricultores del sector así como la forma de trasladar en cuanto a los agricultores del sector así como la forma de trasladar los productos hacia otros mercados.

#### **3.4.2.3.Encuesta**

Se aplicó a los productores agrícolas minoristas de la zona, para determinar la producción, oferta y demanda de los mismos.

### **3.4.3. Instrumentos**

#### **3.4.3.1. Cuestionarios**

Este instrumento consistirá en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información directa de la necesidad de agricultores y comerciantes de la parroquia Taracoa y del cantón Francisco de Orellana.

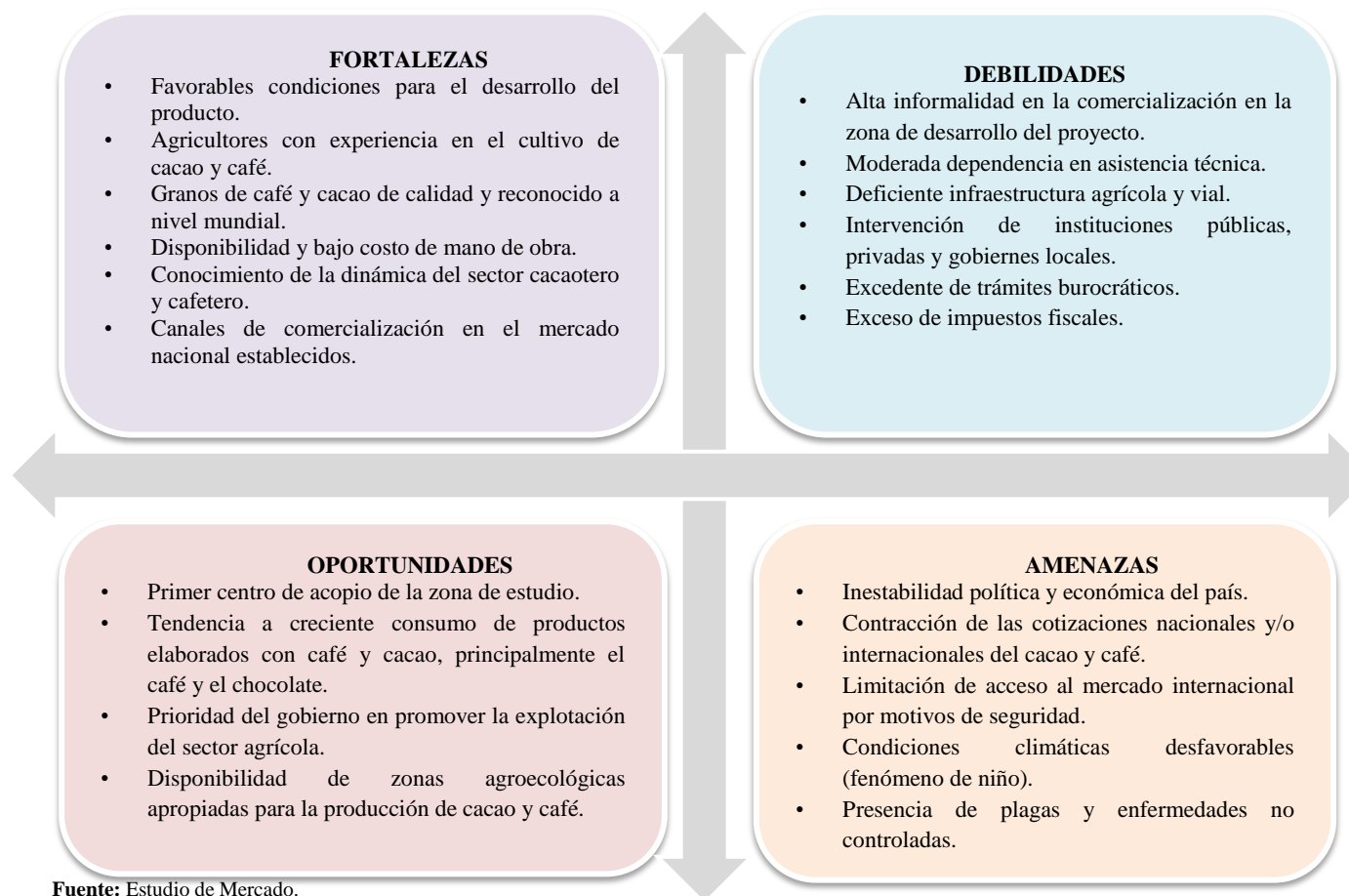
#### **3.4.3.2. Guía de Entrevista**

Es una ayuda de memoria para el entrevistador, tanto en un sentido temático (ayuda a recordar los temas de la entrevista) como conceptual (presenta los tópicos de la entrevista en un lenguaje cotidiano, propio de las personas entrevistadas).

### 3.5.RESULTADOS

#### 3.5.1. Análisis FODA

Gráfico 3: Análisis FODA



Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 3.5.2. Segmento de Mercado (Población Total)

Mediante la identificación de la población se pretende crear un centro de acopio que se dedique a la comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Taracoa, cantón Francisco de Orellana.

**Cuadro 5:** Comerciantes de Mercados Francisco de Orellana.

Mercados	Número de Comerciantes de Café y Cacao
Mercado Santa Clara	12
Mercado Central	27
Mercado Santa Lucía	8
Otros Sectores	15
<b>TOTAL</b>	<b>62 comerciantes que compran por mayoría.</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Francisco de Orellana, Comisaría Municipal 2016.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

Debido a que la población es pequeña se tomará en cuenta el total de población.

#### 3.5.2.1. Análisis e Interpretación de las encuestas dirigidas a Comerciantes del cantón Francisco de Orellana.

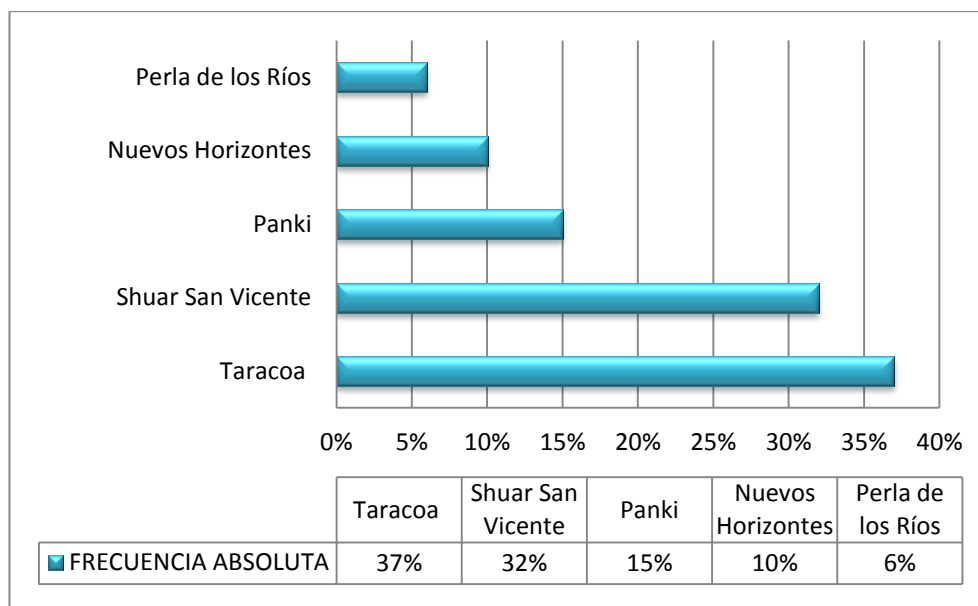
##### 1. ¿De qué parroquia provienen con más frecuencia los productos que usted adquiere?

**Cuadro 6:** De que parroquia provienen con más frecuencia los productos.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Taracoa	23	37%
Shuar San Vicente	20	32%
Panki	9	15%
Nuevos Horizontes	6	10%
Perla de los Ríos	4	6%
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 4:** De que parroquia provienen con más frecuencia los productos.



**Fuente:** Cuadro 06: De que parroquia provienen con más frecuencia los productos.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Análisis:** Del total de encuestados el 37% manifiesta que de la parroquia Taracoa llega la mayoría de los productos, el 32% representa la comunidad Shuar San Vicente, 15% el Panki, 10% de la parroquia Nuevos Horizontes y finalmente el 6% de la Perla de los Ríos.

**Interpretación:** La mayor parte de la producción agrícola provienen de la parroquia Taracoa, en esta parroquia existe una producción considerable de productos agrícolas como el cacao y el café lo cual indica la necesidad de implementar la creación de un centro de acopio para los productores de la parroquia Taracoa, seguido por las diferentes parroquias del cantón Francisco de Orellana.

## 2. ¿Los precios en el mercado son?

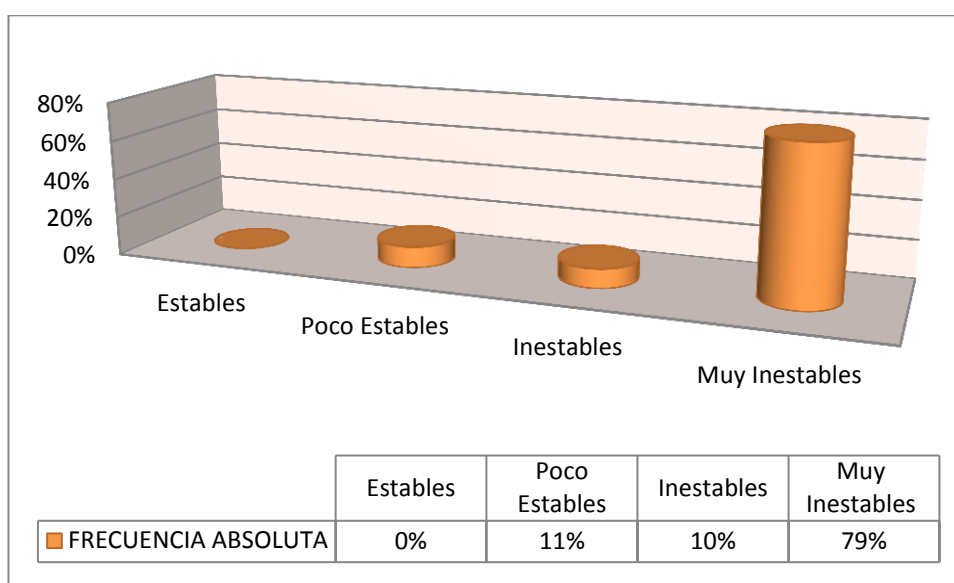
**Cuadro 7:** Precios de Productos.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Estables	0	0%
Poco Estables	7	11%
Inestables	6	10%
Muy Inestables	49	79%
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 5:** Precios de Productos.



**Fuente:** Cuadro 07: Precios de Productos.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Análisis:** Del total de encuestados el 79% manifiestan que los precios en los mercados son muy inestables, seguido del 11% que dicen que son poco estables y finalmente 11 10% que son inestables.

**Interpretación:** La mayoría de encuestados coinciden que los precios en el mercado son muy inestables puesto que al tratarse de productos agrícolas no existe estabilidad de precios por factores como sobreproducción, escases, clima, entre otros, es por eso que tanto comerciantes como agricultores no tienen estabilidad económica y están sometidos a la variación de precios en el mercado. Por lo tanto, ningún encuestado afirma tener precios estables ya que los precios de estos productos no pueden ser fijados a un tiempo determinado.

### 3. Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas (café y cacao) de un centro de acopio ubicado en la parroquia Taracoa?

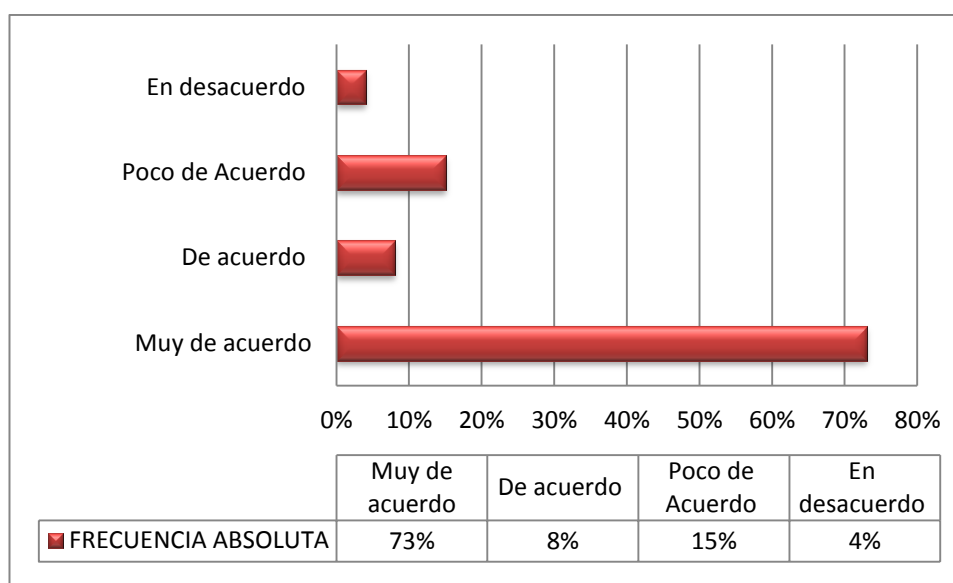
**Cuadro 8:** Disponibilidad de Compra.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy de acuerdo	45	73%
De acuerdo	5	8%
Poco de Acuerdo	9	15%
En desacuerdo	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 6:** Disponibilidad de Compra.



**Fuente:** Cuadro N° 08: Disponibilidad de Compra.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Análisis:** Del total de encuestados el 73% está muy de acuerdo en adquirir el cacao y café de un centro de acopio, seguido del 15% que está poco de acuerdo, el 8% está de acuerdo y finalmente el 4% en desacuerdo.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados que se dedican a la comercialización de productos agrícolas (café y cacao) en los diferentes mercados de la ciudad de Orellana afirman que están muy de acuerdo en adquirir café y cacao en grandes cantidades de un centro de acopio ubicada en la parroquia Taracoa debido a que a una cantidad significativa de productos provienen de dicha parroquia, ya que conocen la calidad de estos productos que son muy cotizados en los diferentes mercados de diversas provincias. Aunque existen pocas personas en estar de acuerdo a formar parte de este proyecto ya que no saben o desconocen los beneficios que brinda un centro de acopio.

#### 4. ¿Los productos que son transportados a su sector llegan en buenas condiciones?

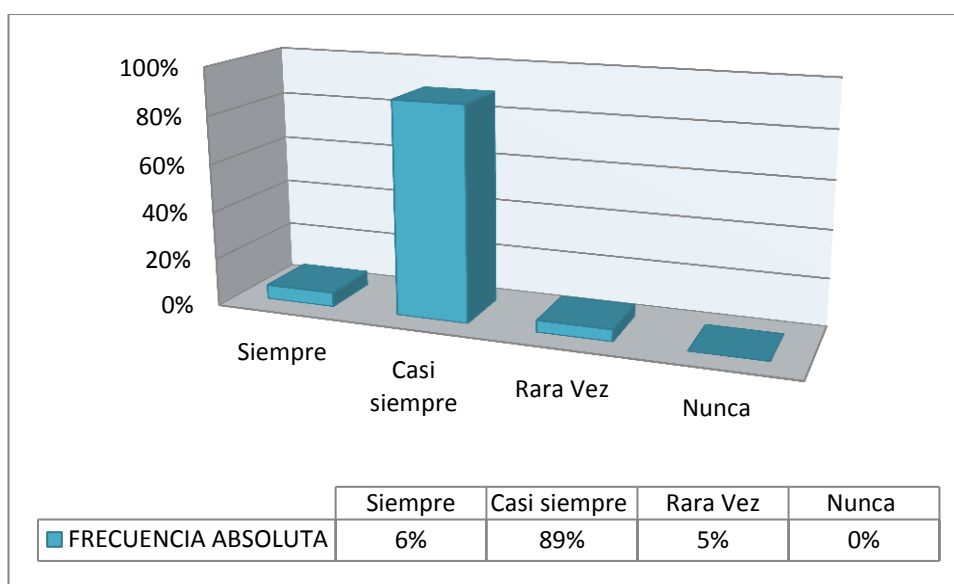
**Cuadro 9:** Calidad de los productos Agrícolas (cacao y café).

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	4	6%
Casi siempre	55	89%
Rara Vez	3	5%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 7:** Calidad de los productos Agrícolas (cacao y café).



**Fuente:** Cuadro 09: Calidad de los productos Agrícolas (cacao y café).

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Análisis:** Del total de los encuestados el 89% de los comerciantes manifiestan que los productos no llegan en las mejores condiciones, el 6% dicen que siempre llegan los productos en buen estado, mientras que el 5% rara vez.

**Interpretación:** El mayor porcentaje que corresponde al 89% de los encuestados afirman que casi los productos llegan en buenas condiciones, esto se debe a que no existe una buena selección del producto al momento del empaclado, como también existe el maltrato del producto al momento de ser transportado al lugar de su destino, lo cual genera una significativa pérdida para el comerciante.



5. ¿En promedio qué cantidad, con qué frecuencia y a qué precio compra los productos?

**Cuadro 10:** Promedio de compra de productos agrícolas (cacao y café).

ALTERNATIVAS	Producción Semanal
Café	210 qq
Cacao	182 qq

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Cuadro 11:** Con qué frecuencia compra los productos.

ALTERNATIVAS	Frecuencia
1 vez a la semana	0
2 veces a la semana	62
3 veces a la semana	0
5 veces a la semana	0

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Cuadro 12:** A qué precio compra usted el quintal de cacao.

Cacao	Precio	Porcentaje
50-100	15	24.19%
100-150	39	62.90%
150-200	8	12.90%
200-250	0	0%
<b>TOTAL</b>	62	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

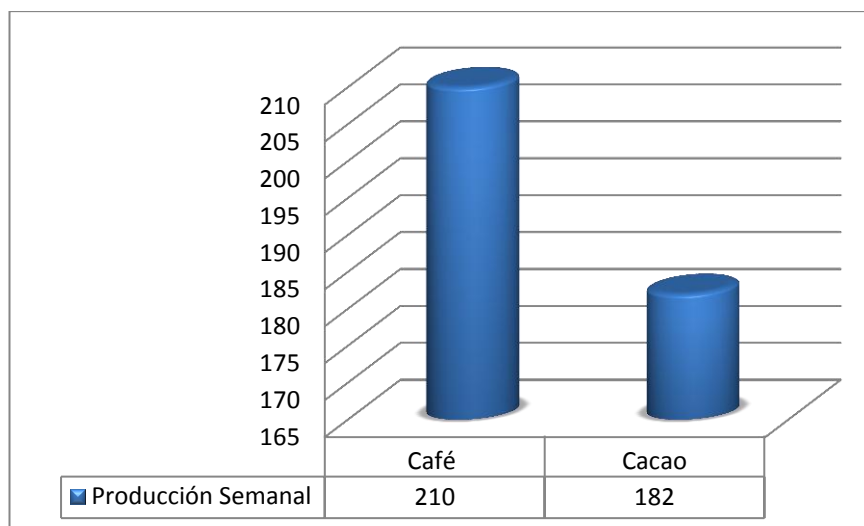
**Cuadro 13:** A qué precio compra usted el quintal de café.

Café	Precio	Porcentaje
10-15	14	22.58%
15-20	42	67.74%
20-25	4	6.45%
25-30	2	3.23%
<b>TOTAL</b>	62	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los comerciantes de Francisco de Orellana.

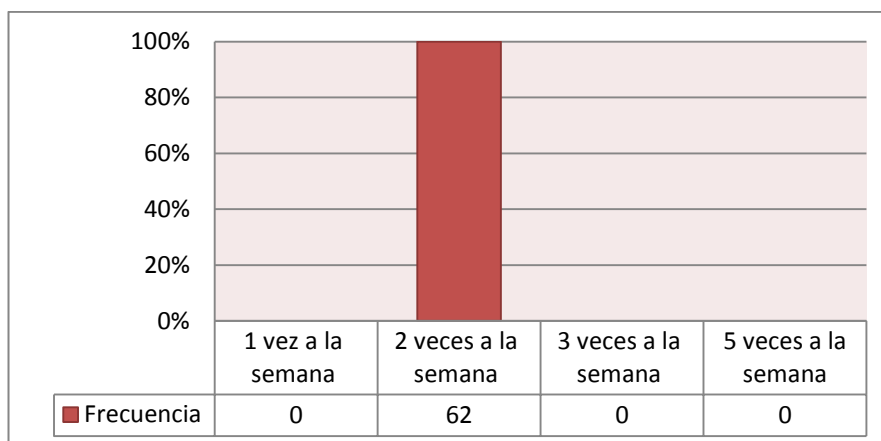
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 8:** Promedio de compra de productos agrícolas (cacao y café).



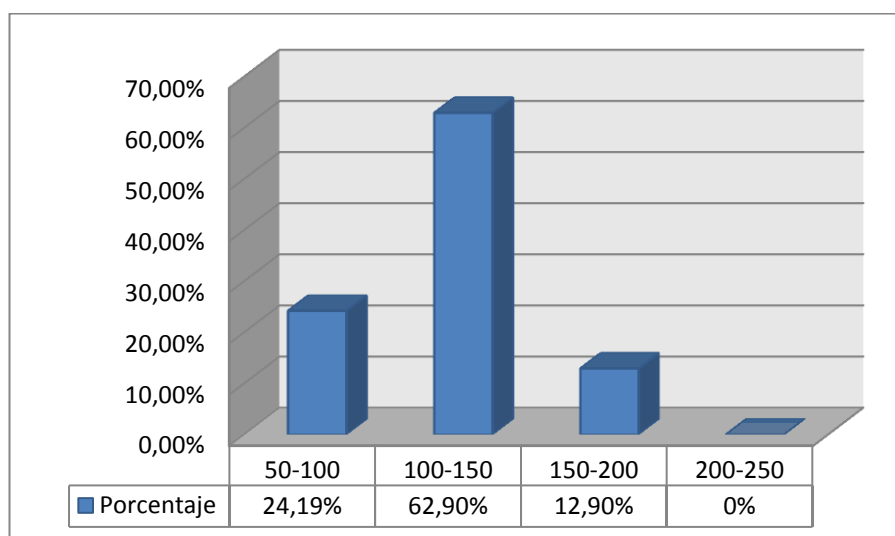
Fuente: Cuadro N° 10: Promedio de Compra.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 9:** Con qué frecuencia compra los productos.



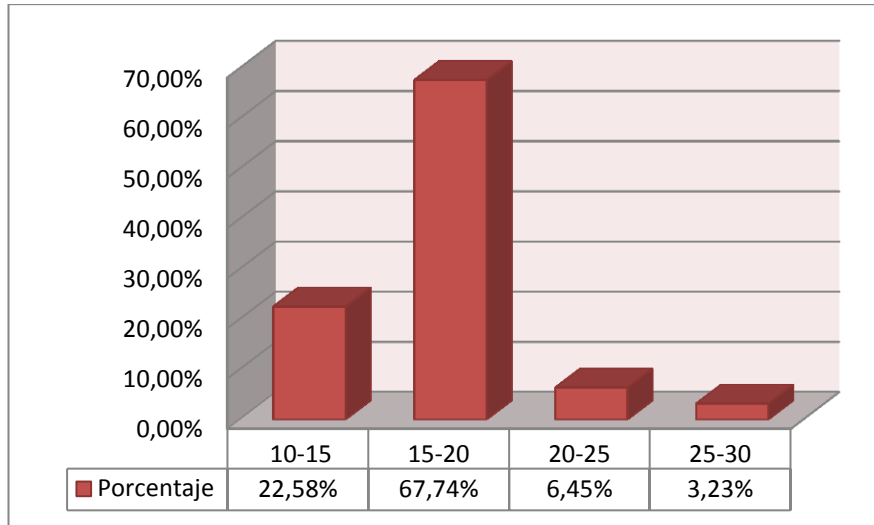
Fuente: Cuadro N° 11: Promedio de Compra.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 10:** A qué precio compra usted el quintal de cacao.



Fuente: Cuadro N° 12: Promedio de Compra.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Gráfico 11:** A qué precio compra usted el quintal de café.



**Fuente:** Cuadro N° 13: Promedio de Compra.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castrillo.

**Análisis:** En promedio de compra según el total de encuestados de cacao es 210 quintales y 182 quintales semanal, en frecuencia de 2 veces a la semana, los encuestados al referirse al precio que compran el cacao el 62,90% entre \$100-150, el 24,19% entre \$50-100, el 12,90% entre \$150-200, mientras que en cuanto al precio del café el 67,74% entre \$15-20 manifiesta y el precio del café, el 67,74% entre \$15-20, el 22,58% entre \$10-15, el 6,45% entre \$20-15, el 3,23% entre \$25-30.

**Interpretación:** Los comerciantes de los mercados de la ciudad de Francisco de Orellana compran los productos 2 veces por semana en pequeñas y grandes cantidades que son abastecidas por las cinco parroquias más significativas de la región como: Taracoa, Shuar San Vicente. Panki, Nuevos Horizontes y Perla de los Ríos. En cuanto a los precios del cacao y café los precios son flexibles y podemos observar que los comerciantes en su mayoría adquieren los productos a un precio inferior al del mercado actual.

### 3.5.3. Agricultores de Francisco de Orellana

Mediante la identificación de la población se pretende crear un centro de acopio que se dedique a la comercialización de café y cacao en la parroquia Taracoa. Cantón Francisco de Orellana.

**Cuadro 14:** Agricultores del cantón Francisco de Orellana.

Nueva Juventud	0	Perla de los Ríos	15
24 de Diciembre	8	Sabiango	12
Bosque	9	San Carlos	10
Centinela de la Patria	7	San Francisco Chicta	7
Centro Shuar Atahualpa	5	San Vicente	8
Charapa Shuar	5	San Vicente Palanda 2	7
Fortaleza	6	Shuar San Vicente	20
Hermano Miguel	9	Unión Esmeraldeña	9
Huamayacu	8	Unión Paltense	4
La Merced	2	Unión y Patria	7
Nuevos Horizontes	12	Voluntad de Dios	8
PamiwuaKucha	9	El Pantanal	4
Panki	21	27 de Julio	5
Paratuyacu	3	Taracoa – Cabecera Parroquial	25
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>		<b>141</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Francisco de Orellana, Comisaria Municipal 2016.  
Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 3.5.3.1. Encuestas realizadas a los Agricultores del cantón Francisco de Orellana.

Una vez identificado el segmento a ser estudiado y mediante la utilización de la fórmula de la muestra hemos determinado realizar las encuestas a 80 agricultores del cantón Francisco de Orellana.

#### 1. ¿Qué productos agrícolas se producen en este sector?

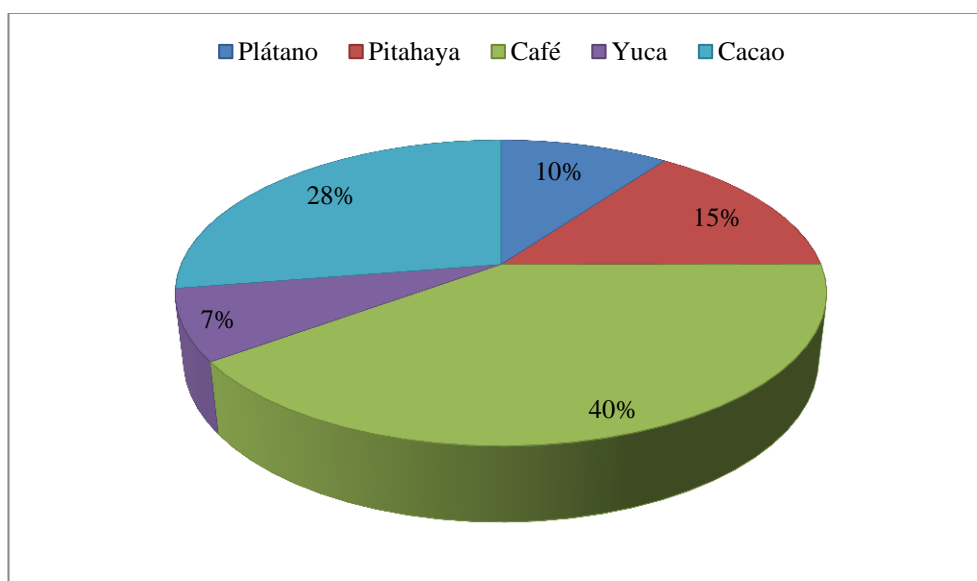
**Cuadro 15:** Productos del cantón Francisco de Orellana.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Plátano	8	10%
Pitahaya	12	15%
Café	32	40%
Yuca	6	7.50%
Cacao	22	27.50%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 12:** Productos Francisco de Orellana.



**Fuente:** cuadro N° 15: Productos de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis:** Del total de encuestas de Francisco de Orellana el 40% y el 32% manifestó que el café y el cacao son los productos que más se cultivan en la zona, seguido por la Pitahaya con el 15%, el plátano el 10% y la yuca el 7%.

**Interpretación:** El cacao y el café son los dos productos principales de la zona lo que más los agricultores se dedican a sembrar.

## 2. ¿Lo que usted produce, vende y en qué cantidad?

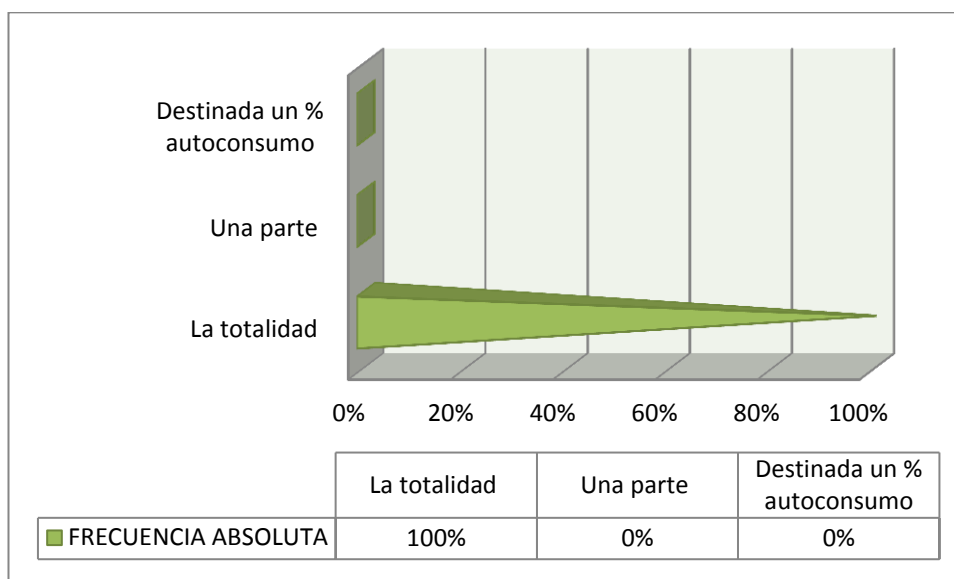
**Cuadro 16:** Lo que usted produce, vende y en cantidad.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
La totalidad	80	100%
Una parte	0	0%
Destinada un % autoconsumo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 13:** Lo que usted produce, vende y en cantidad.



**Fuente:** Cuadro N°16: Lo que usted produce vende y en qué cantidad.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis:** Del total de los encuestados el 100% manifiesta que los productos que cultivan lo comercializan en su totalidad.

**Interpretación:** Los agricultores venden sus productos agrícolas en su totalidad, eso quiere decir que existe una gran demanda de dichos productos de este sector que son muy pretendidos en el mercado, mientras que nadie responde que los agricultores consumen una parte o para el autoconsumo ya que no lograrían recuperar la inversión así dejen vender en pequeñas cantidades.

3. ¿Cuál es la producción de café y cacao semanal del cantón Francisco de Orellana que usted oferta?

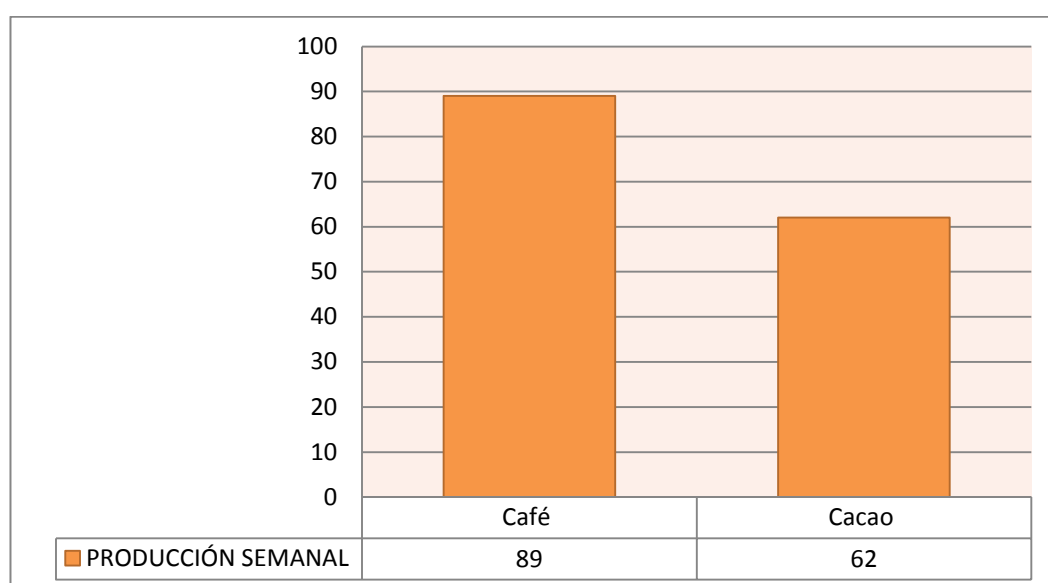
**Cuadro 17:** Producción de café y cacao semanal del cantón Francisco de Orellana.

PRODUCTOS	# DE AGRICULTORES	PRODUCCIÓN SEMANAL
Café	48	89 qq
Cacao	32	62 qq
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>151qq</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Gráfico 14:** Producción de café y cacao semanal de Francisco de Orellana.



**Fuente:** Cuadro N° 17: Producción de café y cacao.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Análisis:** Del total de los agricultores que corresponde a 80, 48 agricultores manifiestan que producen 90 quintales de café a la semana, mientras que 32 agricultores producen 62 quintales de cacao a la semana.

**Interpretación:** La producción de cacao y café es tomada de la tercera parte de los agricultores teniendo en cuenta que es un número bastante considerado lo que da viabilidad al proyecto.

#### 4. ¿El pago que recibe de sus productos es?

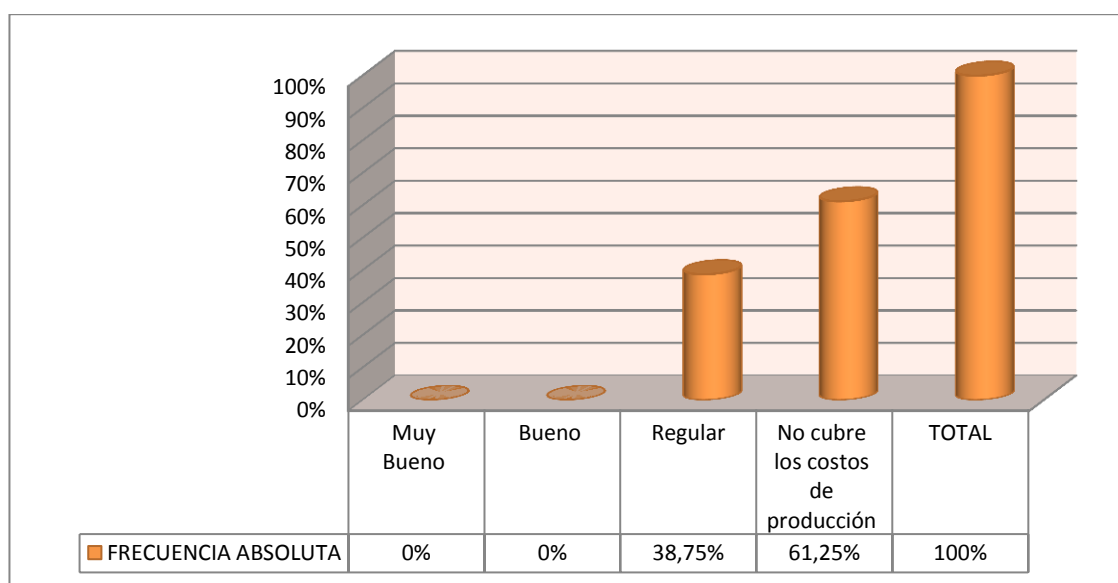
**Cuadro 18:** El pago que recibe de sus productos es:

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy Bueno	0	0%
Bueno	0	0%
Regular	31	38.75%
No cubre los costos de producción	49	61.25%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 15:** El pago que recibe de sus productos es:



**Fuente:** Cuadro N°18: El pago que recibe de sus productos es:

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis:** Del total de los encuestados el 61,25% manifiesta que el precio al que venden no cubre los costos de producción, mientras que el 38,75% dice que los precios son regulares.

**Interpretación:** Existe una mayoría de agricultores, manifiestan que existen días buenos que se recupera la inversión en un par de cosechas, pero también declaran que existen días que el precio disminuye hasta que no cubren ni los costos de producción, es por ello que manifiestan que el precio es bueno ya que compensan lo uno con lo otro aunque esta respuesta no es tan correcta ni tampoco es analizada rigurosamente por que los productores no llevan contabilidad y su estimación es al alzar.



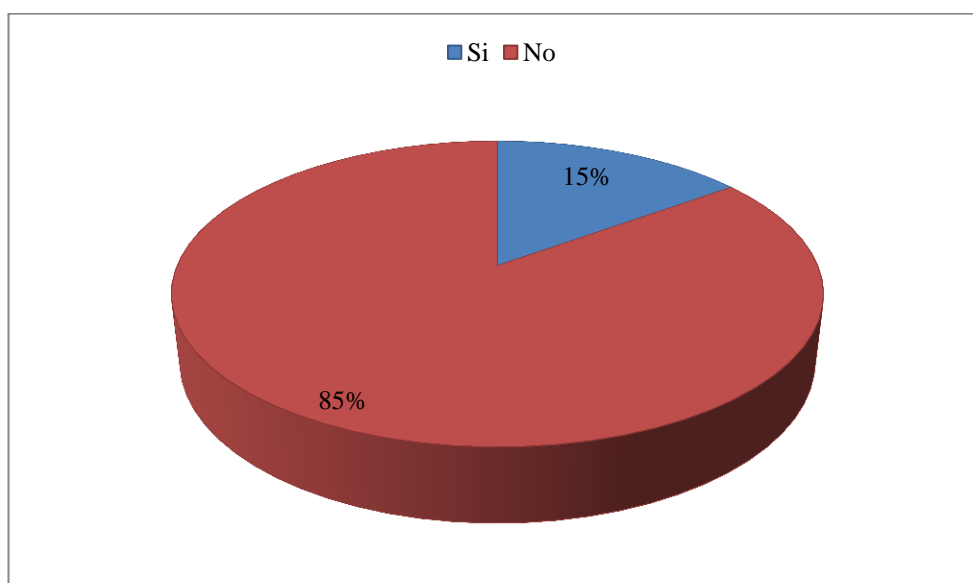
5. ¿Existe un lugar adecuado que se dedique a la comercialización de los productos cultivados.

**Cuadro 19:** Existe un lugar para la comercialización.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	12	15%
No	68	85%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 16:** Existe un lugar para la comercialización.



**Fuente:** Cuadro N° 19: Existe algún lugar de comercialización.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis.** Del total de los encuestados el 85% que corresponde al mayor porcentaje manifiesta que no existe un lugar adecuado para la comercialización, mientras que el 15% contestó que comercializan sus productos en el mercado del cantón aunque no abastece para toda la producción.

**Interpretación:** la mayoría manifiesta que no existe un lugar adecuado para expender sus productos, lo hacen en el mercado central pero no con los mejores precios.

## 6. ¿Conoce usted que es centro de acopio?

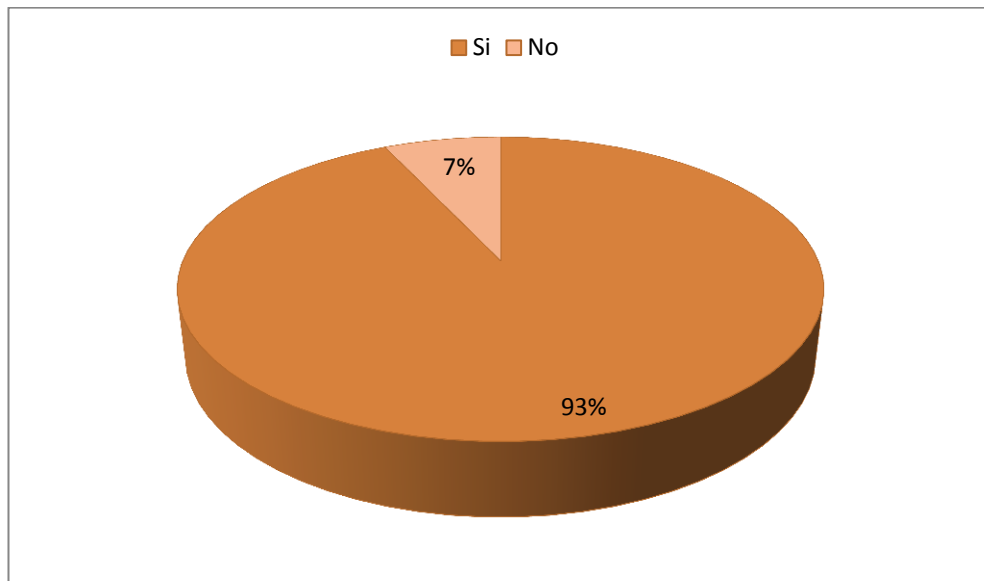
**Cuadro 20:** Conoce que es un centro de acopio.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	74	93%
No	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 17:** Conoce que es un centro de acopio.



**Fuente:** Cuadro N° 20: Conoce que es un centro de acopio.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis.-** Del total de los encuestados el 93% manifiesta que si tiene conocimiento de que es un centro de acopio, mientras que el 7% contestó que no.

**Interpretación:** Los agricultores tienen conocimiento de lo que significa un centro de acopio y de todos los beneficios que tendrán al momento que se lo cree.

## 7. ¿Estaría usted de acuerdo en formar parte de un centro de acopio?

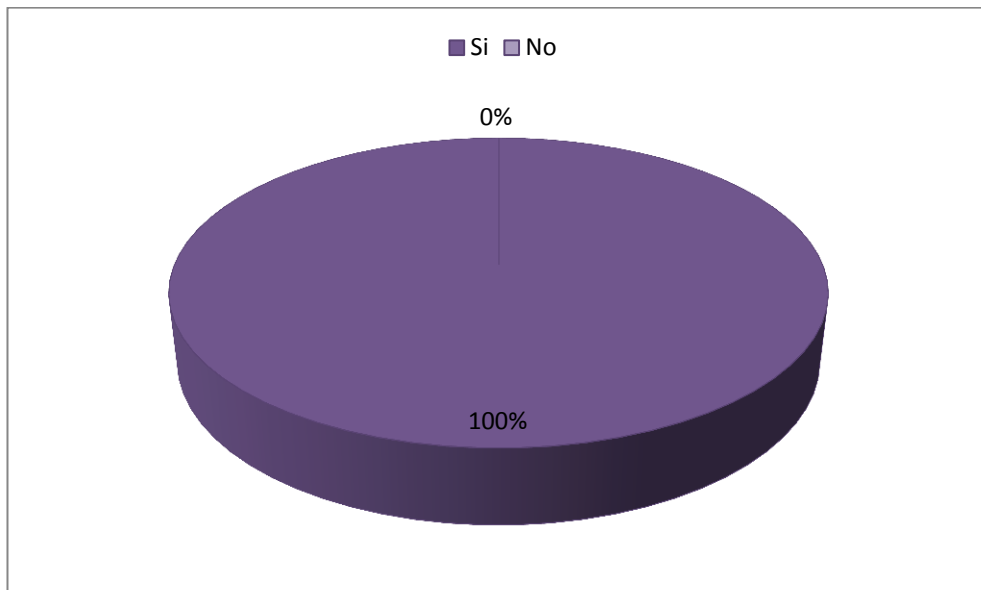
**Cuadro 21:** Formaría parte de un centro de acopio.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	80	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 18:** Formaría parte de un centro de acopio.



**Fuente:** Cuadro N° 21: Formaría parte de un centro de acopio.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis.-** El 100% de los encuestados contestaron que si estarían dispuestos a formar parte de un Centro de Acopio

**Interpretación:** La totalidad de los agricultores están de acuerdo en formar parte de un centro de acopio y mediante ello mejorar la calidad de vida de sus familias.

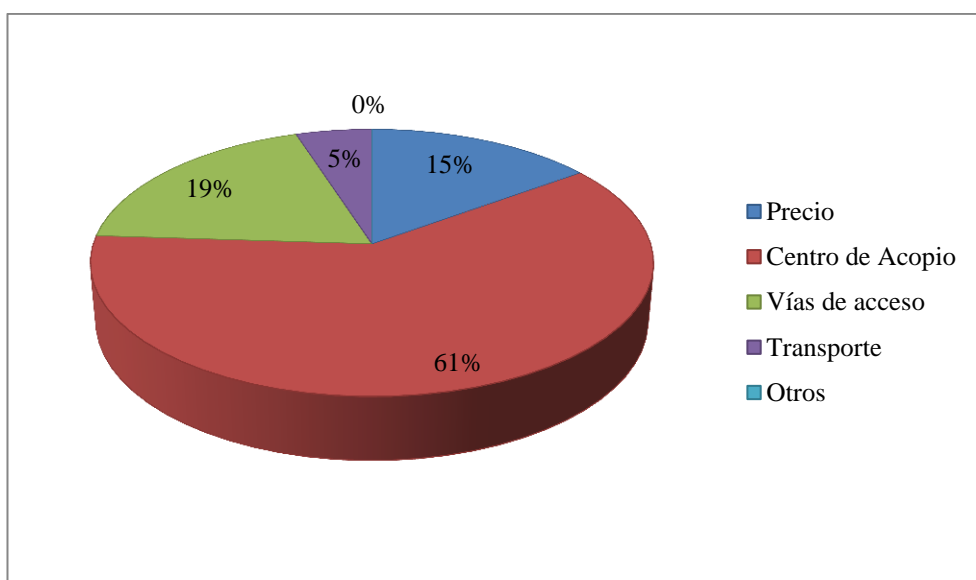
**8. ¿Cuáles cree que son los principales problemas para la comercialización de sus productos agrícolas?**

**Cuadro 22:** Principales problemas para la comercialización.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Precio	12	15%
Centro de Acopio	49	61%
Vías de acceso	15	19%
Transporte	4	5%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 19:** Principales problemas para la comercialización.



**Fuente:** cuadro N° 22: Principales problemas de comercialización.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis.** El 61% de los agricultores encuestados dijeron que el principal problema para la comercialización es la falta de un centro de acopio en la parroquia para poder comercializar los productos, el 19% manifiestan que las vías no están en condiciones perfectas, el 15% es el precio, mientras que el 5% es el transporte.

**Interpretación:** El principal problema de los agricultores es no contar con un lugar en donde puedan expender sus productos todo el año además las vías de acceso no se encuentran en perfectas condiciones debido al clima en tiempo de invierno.

**9. ¿Cree usted que se dinamizaría la economía en este sector una vez implementado el centro de acopio?**

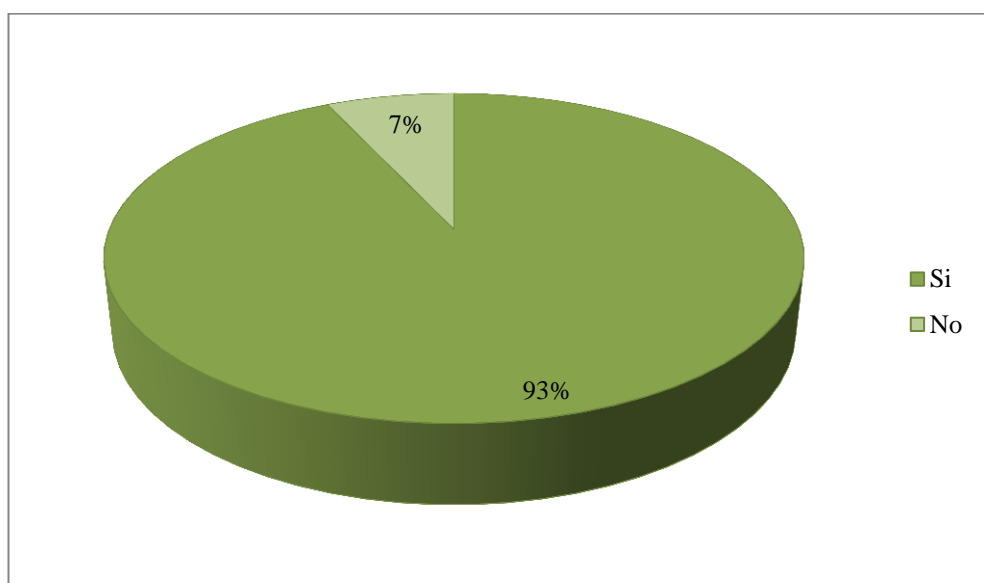
**Cuadro 23:** Centro de Acopio dinamizará la economía.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	74	93%
No	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 20:** Centro de Acopio dinamizará la economía.



**Fuente:** Cuadro N° 23: El Centro de Acopio dinamizará la economía.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis.-** El 93% de los encuestados cree que mejorará la economía de la parroquia con la creación de un centro de acopio, mientras que el 7% contestó que no mejorará la economía de la zona.

**Interpretación:** La mayoría manifiesta que la economía mejoraría en sus familias en las parroquias y en el cantón mismo porque el desarrollo tanto social como económico se va a notar y también se va a incentivar a pequeños agricultores.

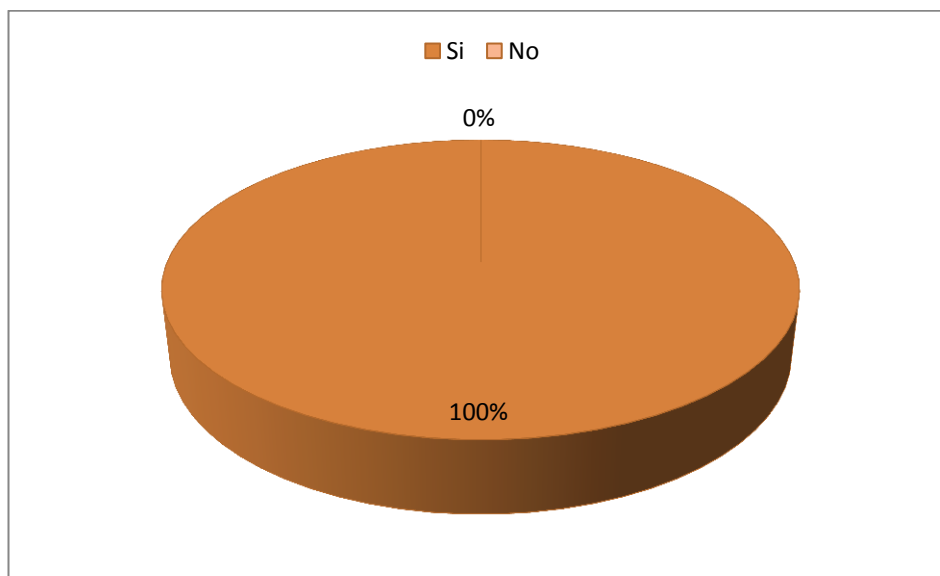
**10. ¿Cree usted que existiría una mejoría en la calidad de vida en la población al implementar un centro de acopio en la Parroquia de Taracoa?**

**Cuadro 24:** Existiría una mejoría en la calidad de la población de Taracoa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	80	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los agricultores de Francisco de Orellana.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Gráfico 21:** Existiría una mejoría en la calidad de la población de Taracoa.



**Fuente:** Cuadro N° 24: Existiría una mejoría en la calidad de la población.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid.

**Análisis:** Del total de los encuestados el 100% de la población manifiesta que existirá una mejor calidad de vida con la creación de un centro de acopio.

**Interpretación:** La mayoría manifiesta que la economía mejoraría en sus familias en las parroquias y en el cantón mismo porque el desarrollo tanto social como económico se va a notar y también se va a incentivar a pequeños agricultores.

## **CAPÍTULO IV: PROPUESTA**

### **4.1. INTRODUCCIÓN**

El cacao y el café son productos de relevante importancia en la economía de nuestro país por ser unos de los productos que cautivan los mercados internacionales (Países bajos, Estados Unidos, Bélgica, entre otros).

El cacao además se constituye como materia prima para la industria de chocolates especiales y sus derivados, de igual manera que el café. Durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao y café.

En la parroquia Taracoa, es considerado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia de Orellana, por su extraordinario avance en la actividad agrícola, comercial, industrial, ganadero, entre otros. Su fértil suelo acoge una gran producción agropecuaria, siendo su principal producto el café que en grandes extensiones se encuentra cultivado.

Enfocándonos en el sector cacaotero, existen 800 familias que de generación en generación se han dedicado a la explotación de este producto, atribuyéndolo como uno de sus principales rubros de ingresos. Sin embargo para éstos pequeños productores se les ha complicado atravesar los canales de comercialización y exponer sus productos a los grandes mayoristas.

El cacao y el café constituye una fuente de empleo para 10,000 (datos parroquiales Taracoa 2016) habitantes aproximadamente, que participan en los procesos de producción, postcosecha, acopio, industrialización, exportación y servicios en la cadena.

En base a esa necesidad decidimos implementar un sistema de asistencia a los pequeños productores de cacao y café para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos así como la búsqueda permanente de mejores

oportunidades de crecimiento económico, a través de un centro de acopio donde controlamos y garantizamos la comercialización, sustentabilidad, naturalidad y sobre todo la calidad de la cosecha y postcosecha del cacao y café seco.

#### **4.2.ALCANCE DEL PROYECTO**

El proyecto pretende mejorar la eficiencia en la cadena de comercialización de la producción de cacao y café en la parroquia Taracoa, tanto en sus áreas con potencial de producción y los agricultores circundantes de la zona, a fin de que en forma conjunta puedan generar volúmenes de producción considerables que permitan su fácil colocación en los mercados nacionales.

Las cosechas serán procesadas en el Centro de Acopio propuesto, para posteriormente ser comercializados, ofreciendo productos de buena calidad y sanidad, facilitando con ello la venta a nuevos mercados, sobre todo los especializados. Los beneficiarios directos son 800 familias, entre pobladores del cantón Francisco de Orellana y las parroquias, quienes recibirán apoyo en la comercialización de sus productos, charlas de capacitación y asistencia técnica.

#### **4.3.OBJETIVO GENERAL**

Estudiar la factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao y café seco en la parroquia Taracoa, provincia de Orellana.

#### **4.4.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✚ Caracterizar las variables de mayor incidencia en la localización geográfica de un centro de acopio y beneficio de cacao y café en la parroquia Taracoa, provincia de Orellana.
- ✚ Factibilidad técnica y económica del centro de acopio de cacao y café con el fin de comercializar o establecer negociaciones directas con empresas exportadoras o industrias nacionales.



- ✚ Estimar requerimientos económicos inherentes a los equipos como materiales y suministros requeridos para la puesta en operación del mencionado centro de acopio.

## 4.5. ESTUDIO DE MERCADO

### 4.5.1. Objetivos del estudio de mercado

- ✚ Identificar la demanda insatisfecha en el mercado.
- ✚ Determinar el precio que el cliente está dispuesto a pagar por el producto.
- ✚ Identificar los canales de comunicación más efectivos para promocionar el producto.

### 4.5.2. Características del Centro de Acopio Campo Limpio

Las características del Centro de Acopio sirven para “organizar” a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productos a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio.

Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.

### 4.5.3. Logo tipo del Centro de Acopio

La presentación ilustrada es el logotipo que regirá en el centro de acopio para dar a conocer en el mercado local, provincial y nacional.

**Gráfico 22:** Logo tipo Centro de Acopio Campo Limpio.



**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### **4.5.4. Servicios Sustitutos**

En la actualidad la parroquia Taracoa cuenta con una pequeña feria donde se comercializa verduras, frutas, comida, entre otros la cual se beneficia la población en una pequeña proporción dejando así una demanda insatisfecha, debido a que no se cuenta con infraestructura como ambiente y lugar, su espacio es reducido y no existe gran variedad de productos para ofrecer al consumidor.

Además esta feria se realiza los fines de semana en especial los días domingos, puesto que existe una mayor concurrencia de la gente de los alrededores y turistas que visitan los balnearios de la zona, los mismos que demandan a estos productos, pero que no logra abastecer a todos los consumidores por las condiciones que tiene este lugar en cuanto a su dimensión.

#### **4.5.5. Segmento de Mercado**

Mediante la investigación se puede afirmar que los productores del cantón Francisco de Orellana tienen un mercado meta, en el cual abastecen de forma masiva sus productos agrícolas los días Lunes y Jueves, en donde la mayor cantidad de demandantes se reúnen en las afueras del Mercado Mayorista.

Es en ese lugar donde ocurre toda clase de personas y comerciantes de diferentes sitios de la ciudad, como también de diferentes provincias del país para demandar los productos de café y cacao los mismos que son pagados a un mínimo precio lo que no justifica para el agricultor de la zona.

A continuación se presenta criterios empleados para determinar el segmento de mercado.

#### 4.5.5.1. Niveles Socioeconómicos y Posición Geográfica.

**Cuadro 25:** Segmento de Mercado- Niveles Socioeconómicos.

<b>CRITERIO DE SEGMENTO</b>	<b>SEGMENTO DE MERCADO</b>
<b><u>Geografía</u></b>	
Región	Oriente
Provincia	Francisco de Orellana
Parroquia	Taracoa
<b><u>Demográfica</u></b>	
Sexo	Masculino Femenino (Productores Agrícolas)
<b><u>Conductuales</u></b>	
Variedad de producción y consumo.	Cacao Café
<b><u>Variedad socio-Económico</u></b>	
Nivel económico	Dirigido para todo extracto social.

**Fuente:** Segmentación de Mercado.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.6.MERCADO META

El mercado meta estará constituido por todos los productores agrícolas del cantón Francisco de Orellana, debido a que siembran productos agrícolas (cacao y café) en gran cantidad, y al momento de comercializar en los mercados locales los comerciantes aprovechan los precios, lo cual no permite que el agricultor obtenga ganancia por el cultivo de los productos.

##### 4.6.1. Análisis de la Demanda

###### 4.6.1.1. Demanda Actual de los Productos

De acuerdo a las encuestas realizadas a los comerciantes del cantón Francisco de Orellana se pudo concluir que existe una demanda mensual, expresada en el siguiente cuadro:

**Cuadro 26:** Demanda Actual de Productos Agrícolas (Café y Cacao).

Detalle	Demanda Semanal de la Muestra	Demanda Mensual	Demanda Anual
Café	210 qq	840	10080
Cacao	182 qq	728	8736

**Fuente:** Encuestas dirigidas a Comerciantes, 2016.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Cuadro 27:** Demanda Anual.

Detalle	Demanda Anual
Café	10080
Cacao	8736

**Fuente:** Encuestas dirigidas a Comerciantes, 2016.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

Los comerciantes de productos agrícolas (Café y Cacao) de la ciudad de Orellana adquieren la mercadería 2 veces por semana en los mercados anteriormente mencionados, toda la carga que los productores sacan al mercado es adquirida por dichos comerciantes.

#### 4.6.1.2. Proyección de la Demanda

##### **Formula:**

$D_p$ =Proyección de la Demanda

Donde:

$D_p$ = Demanda Proyectada

$D_A$ = Demanda Actual

$1$ = Valor Constante

$i$ = Tasa de Crecimiento o Poblacional.

$n$ = Tiempo

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se tomó la tasa de crecimiento del PIB agrícola corresponde al año 2016, según el Banco Central es de 0.45%.

**Cuadro 28:** Proyección de la Demanda.

Detalle	Demanda Anual	2017	2018	2019	2020	2021
Café	10080	10125,36	10170,92	10216,69	10262,67	10308,85
Cacao	8736	8775,31	8814,80	8854,47	8894,31	8934,34

**Fuente:** Estudio de Mercado. 2016.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Fórmula:**

$$D_p = DA(1 + i)^n$$

$$D_p = 10080(1 + 0.0045)^1$$

$$D_p = 10125.36$$

**4.6.2. Análisis de la Oferta**

Para realizar el análisis de la oferta se realizó un estudio en el cantón Francisco de Orellana donde se conoció la existencia de un mercado dedicado a vender productos agrícolas al por mayor y menos, debido a la considerable producción agrícola del sector los agricultores trasladan el producto hacia los mercados de la ciudad de Orellana, a los tres mercados existentes en la ciudad.

**4.6.2.1. Oferta Actual del Producto**

En el mercado existente de la parroquia de Taracoa, los comerciantes venden los productos cacao y café solo al por menos, lo cual facilita la creación del centro de acopio debido a que los potenciales demandantes de los productos agrícolas (café y cacao) que el centro de acopio abarcará son comerciantes de la ciudad de Orellana, que adquieren los productos por quintales.

Es por esto que se pudo conocer la producción actual, la misma que servirá para realizar los cálculos de abastecimiento de productos para el centro de acopio. Según la encuesta realizada a los productores de cacao y café del cantón Francisco de Orellana existen 245 agricultores de la parroquia con una producción que se encuentra expresada en el siguiente cuadro.

**Cuadro 29:** Producción Anual del cantón Francisco de Orellana año 2016.

Detalle	# de Agricultores	Totalidad de agricultores	Producción Semanal	Producción Mensual	Producción Anual
Café	48	89*3=268	268	1072	12864
Cacao	32	62*3=186	186	744	8928

Fuente: Estudio de Mercado. 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 4.6.3. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la producción se tomó la tasa de crecimiento del PIB Agrícola del Ecuador, de acuerdo al Banco Central es el 0.45% correspondiente al 2016.

#### Formula:

Op=Proyección de la Oferta

Donde:

Op= Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i= Tasa de Crecimiento o Poblacional.

n= Tiempo

**Cuadro 30:** Proyección de la Oferta con 0.45% de crecimiento.

Detalle	Producción Total	2017	2018	2019	2020	2021
Café	12864	12922	12980	13038	13097	13156
Cacao	8928	8968	9009	9049	9090	9131

Fuente: Estudio de Mercado. 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### Cálculo Café:

$$Op = OA(1 + i)^n$$

$$Op = 12864(1 + 0.0045)^1$$

$$Op = 12922$$

#### Cálculo Cacao:

$$Op = OA(1 + i)^n$$

$$Op = 8928(1 + 0.0045)^1$$

$$Op = 8968$$

### 4.6.4. Marketing Mix

#### 4.6.4.1. Determinación del Precio de los Productos

Para la determinación del precio de los productos, se analizó el comportamiento del mercado, llegando a la conclusión que los precios de los productos son muy inestables;

de acuerdo al administrador del mercado mayorista los precios de los productos varían en horas, dependiendo de la cantidad que ingrese a dicho mercado, en base al comportamiento del mercado los comerciantes oscilan los precios en promedio establecidos en el siguiente cuadro:

**Cuadro 31:** Precio Promedio 2016.

Detalle	Precio
Café	27,00
Cacao	229,53

**Fuente:** Administrador Mercado \_Mayorista.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

El centro de acopio se encargará de adquirir los productos agrícolas a precio de mercado, estableciendo un margen de utilidad por producto de un 10%, y el costo de adquisición de la mercadería se lo proyectará en base a la inflación del Ecuador, de acuerdo al Banco Central del Ecuador en el periodo diciembre 2016, la inflación se cerró en 1.12%.

**Cuadro 32:** Proyección del precio de los productos (Café y Cacao)

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Café	27.00	29.70	32,67	35,94	39,53	43,48
Cacao	229.53	252,48	277,73	305,50	336,05	369,66

**Fuente:** Estudio de Mercado 2016.  
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.6.4.2. Comercialización de los Productos

La comercialización de los productos se lo realizará a través de los contactos con los comerciantes de la siguiente forma:

**Gráfico 23:** Comercialización de los Productos



**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

Dependerá de la administración del Centro de Acopio buscar convenios con empresas que elaboren café instantáneo y empresas chocolateras para entregarles la materia prima (café y cacao).

#### 4.6.4.3.Promoción y Publicidad

- A través de la radio de mayor audiencia en la provincia, dar a conocer la ubicación del centro de acopio y los productos que los demandantes podrán adquirir.
- Dar a conocer las ventajas de los productos agrícolas (café y cacao) en el centro de acopio por medio de volantes.
- A través de los comerciantes.

#### 4.7. ESTUDIO TÉCNICO

##### 4.7.1. Tamaño del Proyecto

Después de haber determinado los datos de la oferta y la demanda insatisfecha, a través del estudio de mercado, se determina los parámetros precisos para definir el tamaño del estudio diseñado, el tipo de maquinaria y equipos, el proceso productivo a utilizar para establecer un óptimo rendimiento que permita al Centro de Acopio para alcanzar los objetivos trazados.

##### 4.7.2. Tamaño del Mercado

La determinación del tamaño de mercado se lo realizará a través de un análisis tomando en cuenta la demanda y la oferta, este proyecto tiene como objetivo comercializar cacao y café para el cantón Francisco de Orellana.

**Cuadro 33:** Tamaño del Mercado Café.

Año	Demanda	Oferta	100% Mercado a cubrir de café
2016	10080	12864	2784
2017	10125,36	12922	2796,64
2018	10170,92	12980	2809,08
2019	10216,69	13038	2821,31
2020	10262,67	13097	2834,33
2021	10308,85	13156	2847,15

**Fuente:** Estudio de Mercado 2016.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.



**Cuadro 34:** Tamaño del Mercado Cacao.

Año	Demanda	Oferta	100% Mercado a cubrir de café
2016	8736	8928	192
2017	8775,31	8968	192.69
2018	8814,80	9009	194.20
2019	8854,47	9049	194.53
2020	8894,31	9090	195.69
2021	8934,34	9131	196.66

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.7.3. Capacidad de Carga

Según la investigación de campo, se establece que la capacidad de carga anual que podrá tener el centro de acopio “Campo Limpio” será de cacao 12.864 qq y café 8.928 qq.

#### 4.7.4. Localización del Centro de Acopio.

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un estudio analítico de macro y micro localización, a través de métodos cualitativos y cuantitativos, con el objetivo de elegir el lugar más conveniente que contribuya al buen funcionamiento del proyecto.

#### 4.7.5. Macro Localización

Para la macro localización se determinó el sector con una producción agrícola considerable, ubicado en la provincia de Orellana.

**Gráfico 24:** Mapa Político de Francisco de Orellana.



Fuente: Gobierno Parroquial Taracoa.

#### 4.7.6. Micro Localización

Para la localización del Centro de Acopio hemos considera algunas variables: en donde vamos a calificar del 1 al 5 según corresponda.

**Cuadro 35:** Variables para la determinación de la Micro-localización.

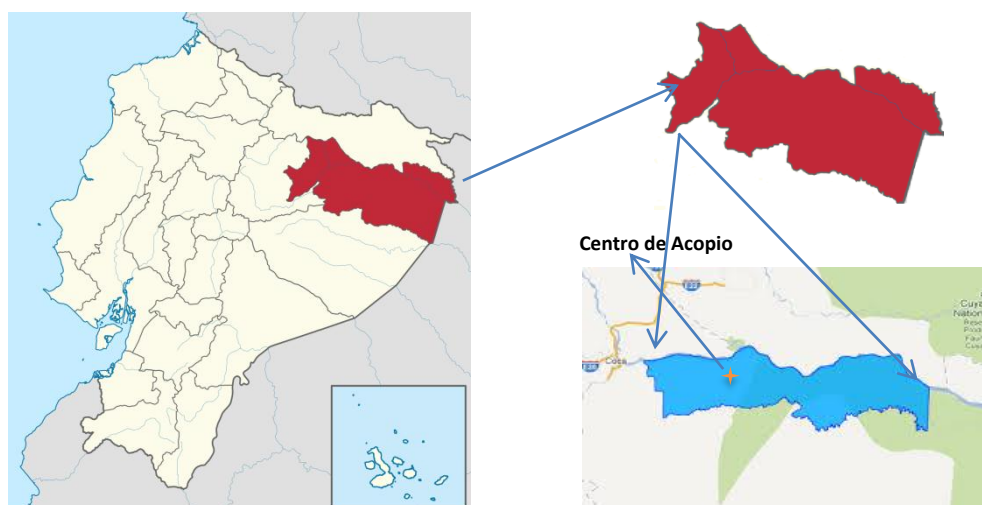
Variabes	Taracoa	Shuar San Vicente
Vías de Acceso	4	1
Costo Mano de Obra	5	3
Niveles de Producción	5	4
Terreno para la construcción	5	0
Extensión a la Cabecera cantonal.	5	3
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>11</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

Después de analizar las variables que determinará la localización hemos considerado que está ubicado el Centro de Acopio en las calles Antonio Ante y la calle Antonio Grande Centeno, tras la iglesia Católica de la parroquia Taracoa, porque existen mejores vías de acceso a esta parroquia, el costo de la mano de obra es más variada y a bajo costo, los niveles de producción de cacao y café es mayor, el GAD Parroquial de Taracoa cuenta con un terreno destinado para el proyecto y la extensión a la cabecera cantonal es de 5 km.

**Gráfico 25:** Parroquia Taracoa-Centro de Acopio.

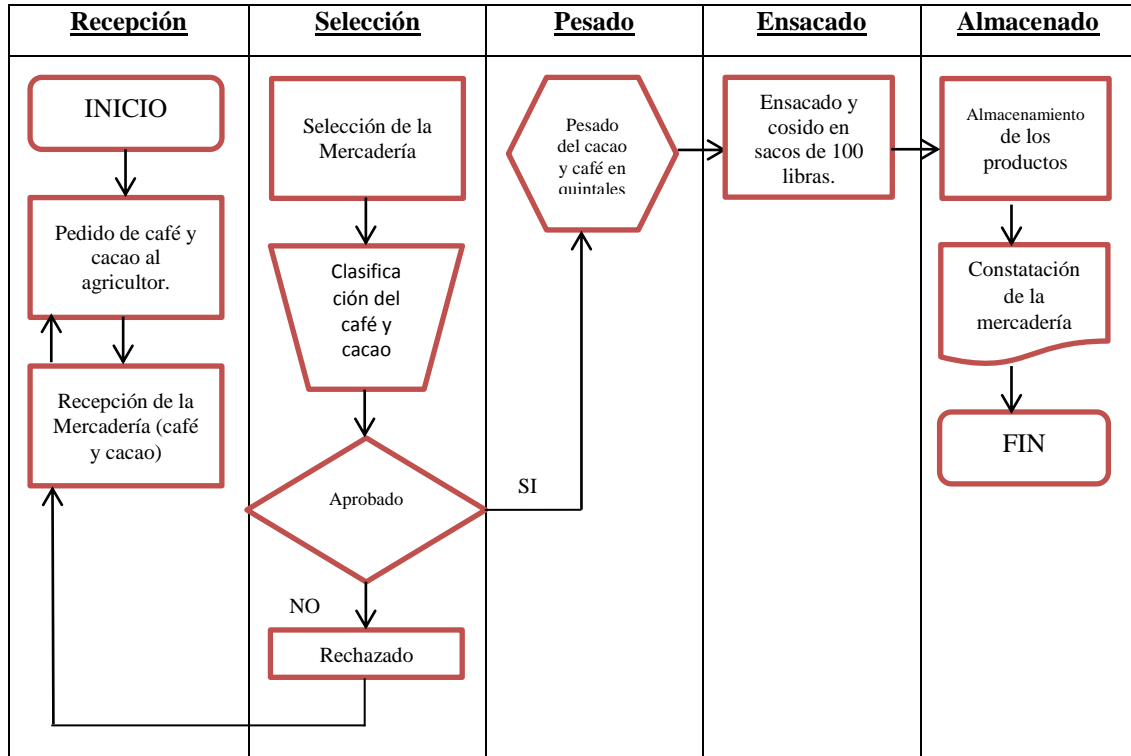


Fuente: Gobierno Parroquial Taracoa.

## 4.8.INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 4.8.1. Flujograma de Proceso de comercialización de Cacao y Café.

**Gráfico 26:** Diagrama de flujo del proceso interno de la comercialización de cacao y café.



Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.8.1.1.Recepción

En esta sección se realiza primeramente el pedido de la mercadería (cacao y café), convirtiéndose en el primer paso del proceso de abastecimiento del cacao y café en el cual incluye recibir verificando la calidad y cantidad.

**Gráfico 27:** Recepción del Cacao y Café.



Fotografías tomada por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.8.1.2.Selección

El proceso de selección de mercadería, se lo realiza minuciosamente verificando que esta se encuentre en buen estado, es decir que sea un producto fresco, recién cosechado, de otra manera la mercadería tendrá que ser devuelta.

**Gráfico 28:** Selección de cacao y café.



Fotografías tomada por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.8.1.3.Pesado

El Centro de Acopio “Campo Limpio” contará con tecnología adecuada para el buen funcionamiento del mismo y minimizar gastos operativos, dicha tecnología será adquirida a través de los diferentes proveedores de la ciudad y del país. El pesado se lo realizará en quintales de 100 libras tanto el cacao y el café para lo cual se adquirirá una pesa digital y un transportador de carga y descarga.

**Gráfico 29:** Máquina para el pesado de cacao y café.



**Fuente:** Mercado tecnológico Francisco de Orellana.

**Gráfico 30:** Maquina transportador de carga y descarga.



**Fuente:** Mercado tecnológico Francisco de Orellana.

#### 4.8.1.4. Ensacado

Se lo realizará en sacos de 100 libras el cacao y el café luego se procederá a coser y a mover hacia el lugar de almacenamiento.

**Gráfico 31: Costales de 100 libras.**



**Fuente:** Dostribuidora de lonas – Franciso de Orellana.

**Gráfico 32: Cosedora.**



**Fuente:** Mercado tecnológico Francisco de Orellana.

#### 4.8.1.5. Almacenamiento

Posterior al cosido se almacenará el producto en las bodegas para el expendio y distribución en los diferentes mercados de la provincia y país.



**Gráfico 33:** Carretilla Hidráulica.



**Fuente:** Mercado tecnológico Francisco de Orellana.

**Gráfico 34:** Almacenamiento Café y Cacao.



**Fotografías tomada por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

## 4.8.2. Recursos

### 4.8.2.1. Maquinaria y Equipos de Operación

La maquinaria y equipo requerido para la puesta en marcha del proyecto será adquirida dentro del mercado nacional.

**Cuadro 36:** Maquinaria y Equipo de Operación.

Detalle	Cant.	P. Unit.	P. Total
Cosedoras de sacos	5	250,00	1250,00
Banda transportadora	4	200,00	800,00
Carretilla Hidráulica	4	390,00	1560,00
Balanzas electrónicas de 300 kilos.	5	340,00	1700,00
<b>VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 5310,00</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 4.8.2.2. Muebles y Equipos de Oficina

Para iniciar la operación del centro de acopio se requiere de muebles y equipos básicos de oficina, conforme el centro de acopio crezca, también crecerá la necesidad de aumentar los muebles y equipos de oficina.

**Cuadro 37:** Muebles y Equipos de Oficina.

Detalle	Cant.	P. Unit.	P. Total
Escritorios de Oficina	4	100,00	400,00
Mesa de reunión	1	350,00	350,00
Sillas	40	15,00	600,00
Sillas de gerencia	1	200,00	200,00
Teléfonos	2	20,00	40,00
Fax	1	70,00	70,00
Archivadores de Oficina	1	150,00	150,00
Memory Flash	2	15,00	30,00
<b>VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 1840,00</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.



### 4.8.2.3. Equipos de Computación

**Cuadro 38:** Equipo de Computación.

Detalle	Cant.	P. Unit.	P. Total
Computador	4	750,00	3000,00
Impresora	4	200,00	800,00
<b>VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO</b>			<b>\$ 3800,00</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 4.8.2.4. Vehículo

**Cuadro 39:** Adquisición de Vehículo

Detalle	N°	Valor. Total
Camión Turbo diesel KIA K300 MODELO 2016	1	65.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>65.000,00</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 4.8.2.5. Talento Humano

Para el proyecto se requerirá de personal administrativo, operativo y de ventas, detallado en el siguiente cuadro:

**Cuadro 40:** Talento Humano

Detalle	N°	Valor. Total
Gerente	1	500,00
Contador	1	450,00
Secretaria – Cajera	1	375,00
Bodeguero	1	375,00
Supervisor de Mercadería	1	400,00
Empacadores, despachadores	5x375	1875,00
<b>Total Talento Humano</b>	<b>10</b>	<b>3.975,00</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo

### 4.8.3. Obras Civiles

#### 4.8.3.1. Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio, que son aproximadamente 1810 metros cuadrados, de un valor de \$40.000,00, ubicado en las calles Antonio Ante y la calle Antonio Grande Centeno, tras la iglesia Católica de la parroquia Taracoa.

#### 4.8.3.2. Infraestructura Física

Para la determinación de los costos de la infraestructura física, se procedió a recolectar proformas de los diferentes proveedores y de un arquitecto, en los que están involucrados: FERRINDUSTRIAL, ROMERO Y ASOCIADOS, VACA CONSTRUCCIONES Y ARQ. MILTON YÉPEZ RIVERA.

**Cuadro 41:** Construcción de las Instalaciones y de la Planta.

Cód.	Rubro	Uni.	Cant.	P. Unit.	P. Total
1	Excavación de plintos y cimientos.	m3	86,56	8,89	769,518
2	Cimiento de hormigón ciclópeo	m3	52	69,33	3605,16
3	Hormigón simple en plintos, f' c=210kg/cm2	m3	14	117,15	1640,10
4	Hormigón simple en cadenas f' c=210 kg/cm2	m3	13	170,75	2219,75
5	Hormigón en riostras f' c 210 kg/cm2	m3	2,8	193,83	542,724
6	Hormigón simple en muro	m3	6	117,25	703,50
7	Acero de refuerzo	kg	2191	1,81	3965,71
8	Instalaciones en cuarto frio	kg	8500	1,88	15980,00
9	Divisiones de malla y tubos	m2	274	25	6850,00
10	Cubierta placa residencial	m2	1107,44	19,8	21927,30
11	Contrapiso de hormigón simple, H.S. f' c= 180 kg/cm2	m2	935	8,46	7910,10
12	Masilla de piso	m2	935	3,61	3375,35
13	Mampostería de bloque e = 0,15m	m2	650	13,12	8528,00
14	Enlucido vertical paletiado	m2	35	5,91	206,85
15	Cerradura de baño	u	3	25	75,00
16	Cerradura principal tipo caja	u	1	75	75,00
17	Punto de Agua	pto.	15	25,7	385,50
18	Punto eléctrico empotrado	pto.	50	21,32	1066,00
19	Tablero de control de cuatro puntos	ud.	2	65	130,00
20	Punto de canalización en PVC	pto.	10	15,2	152,00
21	Inodoro tanque bajo Edesa	u	3	85	255,00
22	Lavamanos Edesa	u	3	65	195,00
23	Rejilla de piso d=3	u	6	3,5	21,00
24	Cajas de revisión	u	4	75	300,00
<b>VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO</b>					<b>\$ 80878,56</b>

**Fuente:** Arq. Milton Yépez rivera.

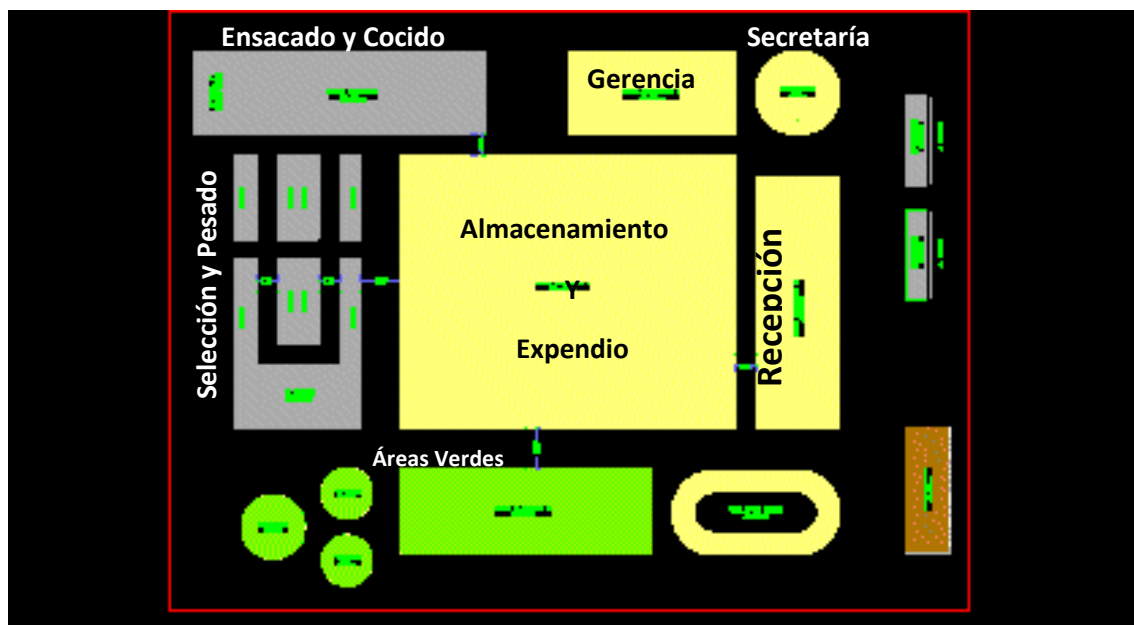
**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

De acuerdo a la constructora de propiedad Arq. Milton Yépez Rivera, para la construcción e instalación del centro de acopio, se establece que tendrá un costo de \$

80.878,56 dólares, se calcula el metro cuadrado de construcción de 112,00 dólares, se estima que las instalaciones tendrán aproximadamente 722 m<sup>2</sup>.

#### 4.8.3.3. Distribución del Centro de Acopio Campo Limpio.

**Gráfico 35:** Distribución del Centro de Acopio Campo Limpio.



Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.8.3.4. Resumen de la Inversión Fija

**Cuadro 42:** Inversión Fija.

Detalle	Valor. Total
Terreno	40.000,00
Construcción de las Instalaciones	80.878,56
Maquinaria y Equipo de Operación	5.310,00
Muebles y Equipos de Oficina	1.840,00
Equipos de computación	3.800,00
Vehículo	65.000,00
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>\$ 196.828,56</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.8.3.5. Inversión Diferida

**Cuadro 43:** Inversión Diferida.

Detalle	Valor. Total
Trámites de Construcción	900,00
Estudios y diseños	1.200,00
Gastos de Instalación	700,00
<b>Total Inversión Diferida</b>	<b>2.800,00</b>

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo

#### 4.9. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.

##### 4.9.1. Determinación de Ingresos Projectados

Para la obtención del precio de venta de mercadería se consideró un margen del 10% sobre el precio actual de cada producto.

**Cuadro 44:** Precio de Venta de Mercadería.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Café	29.70	30.03	30.37	30.71	31.05	31.41
Cacao	252.48	275.69	299.16	261.06	263.99	266.94

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

La proyección de los ingresos de las ventas se obtiene multiplicando la cantidad de producto por el costo de adquisición, más un margen de utilidad del 10% en cada producto. Los cálculos para la proyección de los precios se realizaron en base a la inflación del Ecuador, de acuerdo al Banco Central del Ecuador en el periodo diciembre 2016, la inflación se cerró en 1.12%.

**Cuadro 45:** Ingresos por Ventas Projectadas.

Detalle	P*Q	Años					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Café	12864*29,.70	382.060,80	388.047,66	394.202,60	400.396,98	406.661,85	413.229,96
Cacao	8928*252.48	2.254.141,44	2.472.387,92	2.695.132,44	2.362.331,94	2.399.669,10	2.437.429,14
<b>Total</b>		<b>2.636.202,24</b>	<b>2.860.435,58</b>	<b>3.089.335,04</b>	<b>2.762.728,92</b>	<b>2.806.330,95</b>	<b>2.850.659,10</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.2. Determinación de Egresos

La inversión variable representa el capital de operación o de trabajo, inversión indispensable para efectuar y mantener las actividades de comercialización de mercadería. La determinación de egresos está basada en el costo de compra de mercadería, multiplicada por la cantidad de cada producto a precio de mercado. Además para cada año se tendrá un crecimiento del 1.12% en la compra de mercadería, este porcentaje corresponde al crecimiento del PIB agrícola del año 2016.

#### 4.9.3. Costos de Operación

**Cuadro 46:** Costo del Producto.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Café	27.00	27.30	27.61	27.92	28.23	28.55
Cacao	229.53	232.10	234.70	237.33	239.99	242.67

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Cuadro 47:** Costo de Ventas.

Detalle	P*Q	Años					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Café	12864*27,00	347.328,00	352.770,60	358.377,80	364.020,96	369.728,31	375.603,80
Cacao	8928*229,,53	2.049.243,84	2.081.472,80	2.114.412,30	2.171.669,51	2.181.509,10	2.215.819,77
<b>Total</b>		<b>2.396.571,84</b>	<b>2.434.243,40</b>	<b>2.472.790,10</b>	<b>2.535.690,47</b>	<b>2.551.237,41</b>	<b>2.591.423,57</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.4. Mano de Obra

**Cuadro 48:** Proyección del Salario Básico Unificado Personal Producción.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1 Supervisor de Producto	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64	644,20
5 Empacadores – Despachadores	1.875,00	2.068,75	2.495,63	2.745,19	2.745,19	3.019,71
<b>Total Mensual</b>	<b>2.275,00</b>	<b>2.502,50</b>	<b>2.752,75</b>	<b>3.028,03</b>	<b>3.330,83</b>	<b>3.663,91</b>
<b>Total Anual</b>	<b>27.300,00</b>	<b>30.030,00</b>	<b>33.033,00</b>	<b>36.336,30</b>	<b>39.969,93</b>	<b>43.966,92</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.5. Costos Indirectos de Operación

**Cuadro 49:** Costos Indirectos de Operación.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Costales de 60*90 (por 1000 uni)	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46	966.31
Hilo (1000X2,40)	2400,00	2640,00	2904,40	3194,80	3514,28	3865.71
<b>Total CIF</b>	<b>3000,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3630,40</b>	<b>3993,40</b>	<b>4392,74</b>	<b>4832.02</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Cuadro 50:** Otros costos Indirectos de Operación.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agua Potable (\$6*12)	72,00	79,20	87,12	95,83	105,41	115,95
Luz Eléctrica (\$75*12)	900,00	990,00	1089,00	1197,90	1317,69	1449,46
<b>Total CIF</b>	<b>972,00</b>	<b>1069,20</b>	<b>1176,12</b>	<b>1293,73</b>	<b>1423,10</b>	<b>1565,41</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.6. Gastos Administrativos

##### 4.9.6.1. Sueldo al Personal Administrativo

**Cuadro 51:** Proyección Sueldo Personal Administrativo.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1 Gerente	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05	805,26
1 Contador	450,00	495,00	544,50	598,95	658,85	724,73
1 Secretaria – Cajera	375,00	412,50	453,75	499,13	549,04	603,94
1 Bodeguero	375,00	412,50	453,75	499,13	549,04	603,94
<b>Total Mensual</b>	<b>1700,00</b>	<b>1870,00</b>	<b>2262,70</b>	<b>2262,70</b>	<b>2488,97</b>	<b>2737,87</b>
<b>Total Anual</b>	<b>20.400,00</b>	<b>22.440,00</b>	<b>24.684,00</b>	<b>27.152,40</b>	<b>29.867,64</b>	<b>32.854,40</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.6.2. Suministros y Materiales de Oficina

**Cuadro 52:** Suministros y Materiales de Oficina.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Caja de Papel Boom (10*28)	280,00	308,00	338,80	372,68	409,95	450,94
Grapadoras (2*5,50)	11,00	12,10	13,31	14,64	16,11	17,72
Perforadoras (2*6)	12,00	13,20	14,52	15,97	17,57	19,33
Saca grapas (2*2.30)	4,60	5,06	5,57	6,12	6,73	7,41
Carpetas (100*0.60)	6,00	6,60	7,26	7,99	8,78	9,66
Marcadores (2 cajas * 8,50)	17,00	18,70	20,57	22,63	24,89	27,38
Esferos (2 cajas * 3.80)	7,60	8,36	9,20	10,12	11,13	12,24
Archivadores (10*6.80)	68,00	74,80	82,28	90,51	99,56	109,51
<b>Total</b>	<b>406,20</b>	<b>446,82</b>	<b>491,50</b>	<b>540,65</b>	<b>594,72</b>	<b>654,19</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.6.3. Gastos Generales de Administración

**Cuadro 53:** Gastos Generales de Administración.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Luz Eléctrica (2.11*12)	25,32	27,85	30,64	33,70	37,07	40,78
Agua Potable (0.80*12)	9,60	10,56	11,62	12,78	14,06	15,46
Teléfono (24.30*12)	291,60	320,76	352,84	388,12	426,93	469,62
<b>Total</b>	<b>326,52</b>	<b>359,17</b>	<b>395,09</b>	<b>434,60</b>	<b>478,06</b>	<b>525,86</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.6.4. Gasto de Publicidad

**Cuadro 54:** Gasto Publicidad.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Radio (20*4.20)*12	1008,00	1108,80	1219,68	1341,65	1475,81	1623,39
Prensa Escrita (8*6)*12	576,00	633,60	696,96	766,66	843,32	927,65
Volantes (10000)	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64	644,20
<b>Total</b>	<b>1.984,00</b>	<b>2.182,40</b>	<b>2.400,40</b>	<b>2640,70</b>	<b>2.904,77</b>	<b>3.195,25</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.6.5.Movilización y Transporte

**Cuadro 55:** Movilización y Transporte.

Detalle	Años					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Combustible (6.00*20)*12	1441,00	1585,10	1743,61	1917,97	2109,77	2320,74
Lubricantes (6*12)	72,00	79,20	87,12	95,83	105,42	115,96
Filtro	432,00	475,20	522,72	574,99	632,49	695,74
<b>Total</b>	<b>1945,00</b>	<b>2139,50</b>	<b>2353,45</b>	<b>2588,80</b>	<b>2847,67</b>	<b>3132,44</b>

Fuente: Estudio de Mercado 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.9.7. Tabla de Amortización

Para cubrir la inversión hemos visto la necesidad de realizar un préstamo de 250.000,00 que se cancelará en 5 años. A continuación detallamos la tabla de Amortización:

**Cuadro 56:** Tabla de Amortización del Préstamo.

Años	Monto	Cuotas Anuales	Interés	Amortizado	Saldo
<b>2016</b>	250.000,00	50.000,00	20.425,00	29.575,00	200.000,00
<b>2017</b>	200.000,00	50.000,00	16.340,00	33.660,00	150.000,00
<b>2018</b>	150.000,00	50.000,00	12.255,00	37.745,00	100.000,00
<b>2019</b>	100.000,00	50.000,00	8.170,00	41.830,00	50.000,00
<b>2020</b>	50.000,00	50.000,00	4.085,00	45.915,00	0,00

Fuente: Estudio Financiero 2016.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.



#### 4.9.7.1.Estado de Pérdidas y Ganancias

**Cuadro 57:** Estado de Pérdidas y Ganancias

<b>CENTRO DE ACOPIO “CAMPO LIMPIO” ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.</b>						
<b>Detalle</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Ventas</b>	<b>2.636.202,24</b>	<b>2.912.826,44</b>	<b>3.218.718,97</b>	<b>3.556.325,68</b>	<b>3.929.679,68</b>	<b>4.342.141,23</b>
<b>(-) Costo de Ventas</b>	<b>2.396.571,84</b>	<b>2.434.243,40</b>	<b>2.472.790,10</b>	<b>2.535.690,47</b>	<b>2.551.237,41</b>	<b>2.591.423,57</b>
Mano de Obra directa	27.300,00	30.030,00	33.033,00	36.336,30	39.969,93	43.966,92
Materiales Directos de Fabricación.	3.000,00	3.300,00	3.630,40	3.993,40	4.392,74	4.832,02
Costo Indirectos de Fabricación	972,00	1.069,20	1.176,12	1.293,73	1.423,10	1.565,41
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>208.358,40</b>	<b>444.183,84</b>	<b>708.089,35</b>	<b>979.011,78</b>	<b>1.332.656,50</b>	<b>1.700.353,31</b>
Gastos Administrativos	25.061,72	27.567,89	30.324,44	33.357,15	36.692,86	40.362,14
Gasto Financiero	20.425,00	16.340,00	12.255,00	8.170,00	4.085,00	0,00
<b>Gastos de Operación</b>	<b>45.486,72</b>	<b>43.907,89</b>	<b>42.579,44</b>	<b>41.527,15</b>	<b>40.777,86</b>	<b>40.362,14</b>
<b>Utilidad en Operación</b>	<b>162.871,68</b>	<b>400.275,95</b>	<b>665.509,91</b>	<b>937.484,63</b>	<b>1.291.878,64</b>	<b>1.659.991,17</b>
15% Trabajadores	24.430,75	60.041,39	99.826,49	140.622,69	193.781,80	248.998,68
22% Impuesto a la Renta	35.831,77	88.060,71	146.412,18	206.246,62	284.213,30	365.198,06
<b>Utilidad Neta</b>	<b>102.609,16</b>	<b>252.173,85</b>	<b>419.271,24</b>	<b>590.615,32</b>	<b>813.883,55</b>	<b>1.045.794,44</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

## 4.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 4.10.1. Flujo de Caja

**Cuadro 58:** Flujo de Caja.

Detalle		Años					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad Operacional		162.871,68	400.275,95	665.509,91	937.484,63	1.291.878,64	1.659.991,17
Capital Propio	40.000,00						
Crédito	250.000,00						
(-) 15% Trabajadores		24.430,75	60.041,39	99.826,49	140.622,69	193.781,80	248.998,68
(-) 25% Impuesto a la Renta		35.831,77	88.060,71	146.412,18	206.246,62	284.213,30	365.198,06
<b>Total Inversión</b>	<b>290.000,00</b>						
<b>TOTAL NETO DE CAJA</b>		<b>102.609,16</b>	<b>252.173,85</b>	<b>419.271,24</b>	<b>590.615,32</b>	<b>813.883,55</b>	<b>1.045.794,44</b>

Fuente: Evaluación Financiera.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

### 4.10.2. Costo de Oportunidad

**Cuadro 59:** Costo de Oportunidad

Descripción	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Autosustentable	40.000,00	13.79%	0,1379	0,06895
Inversión Financiada	250.000,00	86.21%	0,7242	0,3621
<b>Total Inversión</b>	<b>290.000,00</b>	<b>100.00%</b>		<b>0,4305</b>

Fuente: Evaluación Financiera.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Ck=Costo de Oportunidad 0.4305= 43%**

**Riego Pais= 7.68%**

#### Tasa de Redescuento

$$i = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

$$i = (1 + 0.4305)(1 + 0.768) - 1$$

$$i = 14.3 \%$$

### 4.10.3. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Los Flujos Netos Actualizados son el resultado de los Flujos Netos (Cuadro N° 58) menos la tasa de descuento que es el resultado del costo de oportunidad. Posteriormente se aplica la fórmula del Valor Actual Neto para cada año.

**Cuadro 60:** Calculo Valor Actual Neto.

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 14,30%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	290.000,00		
2016	102.609,16	1,1430	87.936,05
2017	252.173,85	1,2860	180.052,13
2018	419.271,24	1,4290	239.403,88
2019	590.615,32	1,5720	249.712,16
2020	813.883,55	1,7150	231.956,81
2021	1.045.794,44	1,8580	148.502,81
<b>ΣFNA</b>			<b>1.137.563,84</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 1.137.563,84 - 290.000,00$$

$$\text{VAN} = 847.563,84$$

El Valor Actual Neto calculado es mayor a cero, por tanto el proyecto se acepta ya que se ha demostrado que es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 290.000,00 en 5 años se está obteniendo 847.563.84 USD más que la inversión realizada.

#### 4.10.4. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

La tasa inferior es el resultado de los Flujos Netos (Cuadro N° 60) menos la tasa de descuento 14.30% que es el resultado del costo de oportunidad. Posteriormente se aplica la fórmula del TIR para cada año.

La tasa superior es el resultado de los Flujos Netos (Cuadro N° 60) menos la tasa de descuento 25.50% que es el resultado del costo de oportunidad. Posteriormente se aplica la fórmula del TIR para cada año.

**Cuadro 61: VAN Tasa Inferior**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>TASA DE REDESCUENTO 14,30%</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
0	290.000,00		
2016	102.609,16	1,1430	87.936,05
2017	252.173,85	1,2860	180.052,13
2018	419.271,24	1,4290	239.403,88
2019	590.615,32	1,5720	249.712,16
2020	813.883,55	1,7150	231.956,81
2021	1.045.794,44	1,8580	148.502,81
<b>∑FNA</b>			<b>1.137.563,84</b>
<b>VAN TASA INFERIOR</b>			<b>847.563,84</b>

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Cuadro 62:** VAN Tasa Superior.

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>TASA DE REDESCUENTO 25.50%</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
0	-290.000,00		
2016	102.609,16	1,2550	76.443,82
2017	252.173,85	1,3200	171.478,22
2018	419.271,24	1,4016	250.891,91
2019	590.615,32	1,504	292.945,20
2020	813.883,55	1,6325	299.102,20
2021	1.045.794,44	1,7938	215.642,81
<b>ΣFNA</b>			<b>1.306.504,17</b>
<b>VAN TASA SUPERIOR</b>			<b>-1.596.504,17</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

$$\text{TIR} = \text{Tasa Inferior} + (\text{Tasa Superior} - \text{Tasa Inferior})$$

$$= \frac{\text{VAN Tasa Inferior}}{\text{VAN Tasa Inferior} - \text{VAN Tasa Superior}}$$

$$\text{TIR} = 14,30 + (25,50 - 14,30) = \frac{847.563,84}{847.563,84 - (-1.596.504,17)}$$

$$\text{TIR} = 25.50 + 0.35$$

$$\text{TIR} = 25.85\%$$

El TIR calculado es de 25.85%, es mayor a la tasa del costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

#### 4.10.5. Relación Beneficio Costo

**Cuadro 63:** Relación Beneficio Costo

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>TASA DE REDESCUENTO 14,30%</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
0	290.000,00		
2016	102.609,16	1,1430	87.936,05
2017	252.173,85	1,2860	180.052,13
2018	419.271,24	1,4290	239.403,88
2019	590.615,32	1,5720	249.712,16
2020	813.883,55	1,7150	231.956,81
2021	1.045.794,44	1,8580	148.502,81
<b>ΣFNA</b>			<b>1.137.563,84</b>
<b>VAN TASA INFERIOR</b>			<b>847.563,84</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{FNA Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{1.137.563,84}{290.000,00}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 3.92$$

Por cada dólar invertido, recupero 3,92 es decir el dólar de la inversión más 2,92 dólares adicionales.

#### 4.10.6. Punto de Equilibrio

**Cuadro 64:** Punto de Equilibrio en dólares

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Ingresos</b>						
<b>Ventas</b>	<b>2.636.202,24</b>	<b>2.912.826,44</b>	<b>3.218.718,97</b>	<b>3.556.325,68</b>	<b>3.929.679,68</b>	<b>4.342.141,23</b>
Costos Fijos						
Gastos Administrativos	25.061,72	27.567,89	30.324,44	33.357,15	36.692,86	40.362,14
Gasto Financiero	20.425,00	16.340,00	12.255,00	8.170,00	4.085,00	0
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>45.486,72</b>	<b>43.907,89</b>	<b>42.579,44</b>	<b>41.527,15</b>	<b>40.777,86</b>	<b>40.362,14</b>
Costos Variables						
Mercadería	2.396.571,84	2.434.243,40	2.472.790,10	2.535.690,47	2.551.237,41	2591423,57
Costos Operativos	31.272,00	34.399,20	37.839,52	41.623,43	45.785,77	50.364,35
<b>Total Costos Variables</b>	<b>2.427.843,84</b>	<b>2.468.642,60</b>	<b>2.510.629,62</b>	<b>2.577.313,90</b>	<b>2.597.023,18</b>	<b>2.641.787,92</b>
<b>Punto de Equilibrio en dólares</b>	<b>575.509,28</b>	<b>287.934,98</b>	<b>193550,79</b>	<b>150839,25</b>	<b>120.243,98</b>	<b>103.071,59</b>

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{45.486,72}{1 - (2.427.842,84 / 2.636.202,24)}$$

**Punto de Equilibrio = 575.506,52 dólares.**

#### 4.10.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

El Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

**Cuadro 65:** Periodo de Recuperación de la Inversión.

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
<b>2016</b>	87.936,05	
<b>2017</b>	180.052,13	267.988,18
<b>2018</b>	239.403,88	507.392,06
<b>2019</b>	249.712,16	757.104,22
<b>2020</b>	231.956,81	989.061,03
<b>2021</b>	148.502,81	1.137.563,84

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

<b>290.000,00</b>	<b>INVERSIÓN</b>
267.988,18	1 año
21587,89	29 días
103,22	13 horas
20,28	39 minutos
0,43	43 segundos

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

La inversión inicial realizada por la empresa se recuperará en 1 año, 29 días, 13 horas, 39 minutos y 43 segundos, es decir que la inversión se recupera antes de los 5 años terminación del proyecto.



## **4.11. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **4.11.1. La empresa**

Campo Limpio es un centro de acopio que forma parte del Gobierno Parroquia de Taracoa, ya que el mismo es quien va a desarrollar este proyecto encaminado a mejorar el aspecto socioeconómico del sector, así como crear fuentes de trabajo e incentivar a los pequeños agricultores.

### **4.11.2. Misión**

“**Campo Limpio**” es un importante centro de acopio comercializador de productos como cacao y café en la provincia de Orellana, que ofrece productos de calidad al consumidor con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico y social en el sector de Taracoa, a través de la generación de empleo.

### **4.11.3. Visión**

En los próximos 5 años será la mejor empresa comercializadora de cacao y café en la provincia de Orellana, ofreciendo productos y brindando un servicio de la más alta calidad a través del mejoramiento continuo, la innovación en los procesos y la preservación del medio ambiente, con ética y responsabilidad, satisfaciendo las necesidades del cliente, además de exportar al exterior y de esta manera lograr el reconocimiento en mercados internacionales, garantizando la contribución y progreso del sector de Taracoa.

### **4.11.4. Políticas**

- ✚ Ofrecer un producto y brindar un mejor servicio de calidad a los consumidores de la provincia de Orellana especialmente de la parroquia Taracoa.
- ✚ Promover la enseñanza y el mejoramiento continuo en todas las áreas y las actividades a realizarse, con el fin de ofrecer un producto que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.
- ✚ Proporcionar estrategias competitivas y elementos adecuados para llevar a cabo un eficiente funcionamiento y administración del centro de acopio.
- ✚ Se impulsará el desarrollo empresarial y humanístico en la Parroquia de Taracoa a través del presente proyecto.

- ✚ Brindar calidad e higiene en los procesos de elaboración.
- ✚ Alcanzar la máxima rentabilidad a través de la utilización óptima de los recursos.
- ✚ Se incentivará la cultura y prácticas ecológicas
- ✚ Establecer principios y valores para mantener un buen ambiente de trabajo y un excelente clima laboral.

#### **4.11.5. Valores Corporativos**

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada empresa, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes. Específicamente estamos hablando de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos, o pensamientos que en nuestro caso el centro de acopio asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o lograr como una característica distintiva de su posicionamiento.

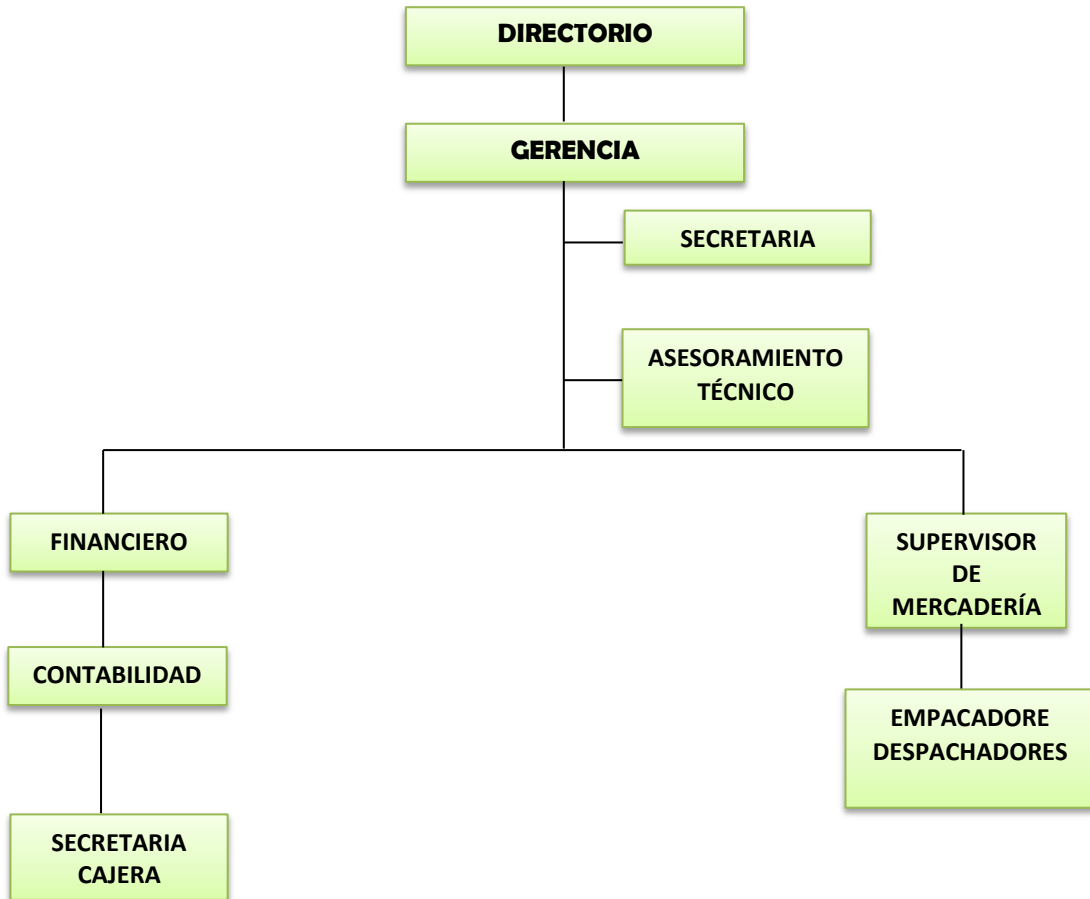
Entre los más principales e importantes tenemos:

- ✚ Demostrar en todo tiempo y lugar una actitud positiva, emprendedora y optimista en y sobre nuestro trabajo, buscando sistemáticamente las soluciones y las decisiones en los problemas y las indecisiones, que tenemos como centro de acopio.
- ✚ Realizar con la máxima dedicación, esfuerzo y entrega los procedimientos que se establecen en la normativa de nuestras funciones específicas dentro del trabajo, de tal manera que nuestro centro de acopio incremente y fortalezca la cadena de valor de los procesos operativos, administrativos y comerciales.
- ✚ Actuar permanentemente con recta intención y buena fe en la ejecución de tareas, buscando siempre las formas y métodos que aseguren los óptimos resultados de éxito, productividad y eficiencia.
- ✚ Sostener y promover permanentemente relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas con los clientes proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo.
- ✚ Valorar la solidaridad, el reconocimiento al talento de jefes de compañeros y el trabajo en equipo como las mejores estrategias de relación humana y laboral que coadyuvan a la productividad, al logro de objetivos y al éxito grupal y personal.

- ✚ Respetar la diversidad y pluralidad de opiniones, convicciones e ideas dentro de la empresa, reconociendo en el diálogo la herramienta esencial para la construcción de consensos, la identificación del bien común y la solución de conflictos y diferencias.

#### 4.11.6. Organización Estructural

Gráfico 36: Estructura Orgánica Centro de Acopio Campo Limpio.



Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.11.6.1. Funciones y descripción del Puesto - Directorio

**Cuadro 66:** Funciones del Directorio

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DIRECTORIO</b>	
Para este caso el directorio ejercerá un poder ejecutivo con autoridad para dirigir asuntos que le compete dentro del centro de acopio, que garantice el crecimiento y fortalecimiento del mismo.	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer la política y lineamientos de inversión y colocación de los recursos.</li><li>• Aprobar su reglamento interno.</li><li>• Aprobar el reglamento de inversiones y las demás normas y procedimientos administrativos necesarios para el adecuado manejo de los recursos.</li><li>• Aprobar los procedimientos para los procesos de selección y contratación de mano de obra tanto calificada como no calificada.</li><li>• Presidir las sesiones de asamblea y de directorio.</li><li>• Firmar las actas y demás documentos.</li><li>• Dar cuenta por escrito de la labor del directorio en cada asamblea ordinaria y de la labor anual.</li><li>• Llevar al día el libro de ingreso y egresos además del inventario</li><li>• Confeccionar mensualmente un estado de caja.</li></ul>

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.11.6.2. Funciones y descripción del Puesto – Gerente

**Cuadro 67:** Funciones del Gerente.

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO GERENTE</b>	
El Gerente del centro de acopio actúa como representante legal de la empresa, es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, dirigiendo y controlando las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas del centro de acopio.</li><li>• Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</li><li>• A través de sus subordinados, poner en marcha a los</li></ul>

	<p>objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.</li> <li>• Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.</li> <li>• Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.</li> <li>• Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.</li> <li>• Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.</li> <li>• Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.</li> <li>• Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).</li> </ul>
--	---

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.11.6.3. Funciones y descripción del Puesto – Contador

**Cuadro 68:** Funciones del Contador

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	CONTADOR
<p>Es el responsable de manejar e interpretar la contabilidad de una organización, con la finalidad de diseñar mecanismos de apoyo a la gerencia para la toma de decisiones. También debe preparar los Estados Contables que exige el directorio.</p>	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar gastos y/o ingresos presupuestales, verificando la correcta aplicación de partidas genéricas y específicas.</li> <li>• Preparar informes técnicos sobre el movimiento contable y efectuar conciliaciones bancarias.</li> <li>• Formular balances del movimiento contable.</li> <li>• Revisar y liquidar documentos contables tales como partes diarios de fondos, notas de contabilidad, recibos, cupones, asientos de ajuste y otros.</li> <li>• Realizar análisis de cuentas y establecer saldos y/o preparar ajustes.</li> </ul>

- Interpretar cuadros estadísticos del movimiento contable y cuadros de costos.
- Ejecutar el sistema contable establecido en el centro de acopio.

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.11.6.4. Funciones y descripción del Puesto – Bodeguero

**Cuadro 69:** Funciones Bodeguero.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	BODEGUERO
Realizar un proceso operativo en bodega, en este caso se contará con una persona que almacene productos agrícolas (CACAO Y CAFÉ).	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar la bodega de productos agrícolas y sus correspondientes Inventarios.</li> <li>• Responsable del correcto Almacenamiento de los distintos productos a su cargo.</li> <li>• Revisar y despachar los productos en forma oportuna y eficaz.</li> <li>• Realizar y mantener al día el sistema de inventarios.</li> </ul>

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### 4.11.6.5. Funciones y descripción del Puesto – Secretaria

**Cuadro 70:** Funciones Secretaria

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	SECRETARÍA
Es la encargada de realizar los oficios, recepción de documentos y atención al cliente, ofreciéndole un trato amable con la finalidad de que éste se sienta a gusto. Y además llevará un control de ingresos y egresos, es la encargada de realizar los balances, que posteriormente serán presentados al gerente y a la Junta Directiva respectivamente.	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los registros contables de la empresa.</li> <li>• Manejar y archivar los libros contables.</li> <li>• Elaborar estados financieros periódicos.</li> <li>• Presentar la propuesta de pro forma presupuestaria.</li> <li>• Elaborar los informes que sean requeridos.</li> <li>• Responsabilizarse de la documentación de la empresa.</li> </ul>

Elaborado por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

#### **4.11.6.6. Manual de Higiene y Seguridad**

Este manual tiene por objetivo establecer normas, reglas y procedimientos para las actividades de programa de higiene y seguridad del Centro de Acopio, debido a que permiten:

- Evitar eventos no deseados.
- Mantener las operaciones eficientes y productivas.
- Llevar una coordinación y orden de las actividades de la empresa.

#### **✚ Políticas de Higiene y Seguridad**

- Uso de uniforme para el personal operativo que está compuesto por un overol y zapatillas de lona.
- Usar guantes en la etapa de selección del cacao y café debido a que la leche del cacao mancha las manos y ropa.
- Uso permanente de implementos de seguridad tales como: zapatos de seguridad, faja, entre otros requeridos para cada tarea.
- Atender a las señales de prevención.
- Evitar el acceso de visitantes al área laboral sin el uso de los implementos de seguridad.
- Mantener el orden en el área de trabajo.
- Mantener los equipos de seguridad industrial requeridos para cada tarea.
- Ejecutar procesos de capacitación y actualización permanentes que contribuyan a minimizar los riesgos laborales

## CONCLUSIONES

- Hemos desarrollado mediante fuentes bibliográficas conceptos, definiciones que será la sustentación para el desarrollo del proyecto de factibilidad con el fin de conocer su teoría para en lo posterior ponerlo en práctica.
- Los resultados reflejaron la necesidad de la creación de este centro de acopio, se realizó mediante un estudio de mercado en donde se analizó el FODA, la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha, costos y gastos y mediante las encuestas el 100% de los encuestados afirmaron sus deseos de la existencia de una entidad acorde a las necesidades para la comercialización del cacao y café en su parroquia.
- El presente proyecto se ha desarrollado teniendo como resultado que el mismo es factible ya que por cada dólar invertido, recuperamos 3,92 dólares, es decir el dólar de la inversión más 2,92 dólares adicionales y en cuanto a la inversión inicial realizada por la empresa se recuperará en 1 año, 29 días, 13 horas, 39 minutos y 43 segundos, es decir que la inversión se recupera antes de los 5 años terminación del proyecto.



## **RECOMENDACIONES**

La presente propuesta proyecta rentabilidad; por lo que, se recomienda invertir en el presente proyecto, decisión que se respalda en las estimaciones financieras y demás estudios realizados en el proyecto.

- Se recomienda que el centro de acopio tenga una organización adecuada en las áreas administrativas contables, financieras y técnicas, para así procurar el buen manejo de los recursos disponibles buscando siempre el progreso y consolidación de la misma.
- Con los resultados obtenidos del estudio de mercado que son viables proponer en sesión de consejo la creación de este centro de acopio dando a conocer las ventajas y los montos de inversión que genera el proyecto.
- Al presidente del GAD Parroquial de Taracoa analizar el proyecto para su respectiva ejecución debido a la gran demanda de pequeños agricultores de crear el centro de acopio para el mejoramiento económico de cada una de las familias agricultoras.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (1998). Evaluación de Proyectos. 5ª ed. México: Mc Graw Hill.
- Cifuentes, R. (2008). Diseño de Proyectos de Investigación Cualitativa. Madrid: Mc-Graw Hill.
- Córdova, M. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos. 2ª ed. Bogotá: Ecoe-Ediciones.
- Costales, B. (2000). Diseño y Elaboración de Proyectos. Bogotá: Editorial Lascano.
- Dombusch, et al (2008). Proyecto de Inversión. México: Mc-Graw Hill Interamericana.
- Fernández, S. (2010). Los proyectos de Inversión. 2ª ed. México: Alfa&Omega.
- González, M. & Martínez, J. (2005). Administración de Proyectos. Bogotá: Trillas.
- Gray, C. & Larson, E. (2008). Administración de Proyectos. 4ª ed. México: Mc-Graw Hill Interamericana.
- Klastorin, T. (2002). Administración de Proyectos. México: Alfa&Omega.
- Mankiw. G. (2008). Principios de Economía. 2ª ed. Madrid: Mc-Graw Hill.
- Miranda, J. (1998). El desafío de la gerencia de proyectos. 3ª ed. México: M&M editores.
- Morales, A. & Morales, J. (1999). Proyectos de Inversión. México: Mc-Graw Hill.
- Ochoa, G., & Saldívar, R. (2012) Administración Financiera Correlacionada con las NI. 3ª ed. México: Mc Graw Hill.
- Parkin, et al (2009). Macroeconomía. 7ª ed. Madrid: Pearson Educación.
- Pindyck, J. & Rubinfeld, M. (2010). Microeconomía. 5ª ed. Madrid: Pearson Editorial.
- Rivera, F. & Hernández, G. (2000). Administración de proyectos. Madrid: Pearson Educación.

## ANEXOS

**Anexo 1:** Encuestas dirigida a los comerciantes del cantón Francisco de Orellana.



**Escuela Superior Politécnica de Chimborazo**  
**Facultad de Administración de Empresas**  
**Programas Carrera- Centro de Apoyo Orellana**  
**Ingeniería en Gestión de Gobiernos Seccionales**



<b>Encuesta dirigida a:</b>	Comerciantes del cantón Francisco de Orellana.
<b>Encuestador:</b>	Pedro Alejandro Valladolid Castillo.
<b>Objetivo:</b>	Obtener información, la cual permitirá la elaboración de un Plan de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio en la parroquia Taracoa.
<p><b>1. ¿De qué parroquia provienen con más frecuencia los productos que usted adquiere?</b></p> <p>Taracoa          Shuar San Vicente          Panki          Nuevos Horizontes          Perla de los Ríos</p> <p><b>2. ¿Los precios en el mercado son?</b></p> <p>Estables          Poco Estables          Inestables          Muy Inestables</p> <p><b>3. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos agrícolas (café y cacao) de un centro de acopio ubicado en la parroquia Taracoa?</b></p> <p>Muy de Acuerdo          De acuerdo          Poco de Acuerdo          En desacuerdo</p> <p><b>4. ¿Los productos que son transportados a su sector llegan en buenas condiciones?</b></p> <p>Siempre          Casi siempre          Rara Vez          Nunca</p> <p><b>5. ¿En promedio qué cantidad, con qué frecuencia y a qué precio compra los productos?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Promedio de compra de productos agrícolas (cacao y café)</b></li> </ul> <p>Café          Cacao</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Con qué frecuencia compra los productos.</b></li> </ul> <p>1 vez a la semana          2 veces a la semana          3 veces a la semana          5 veces a la semana</p>	

- **A qué precio compra usted el quintal de cacao.**

50-100

100-150

150-200

200-250

- **A qué precio compra usted el quintal de café.**

10-15

15-20

20-25

25-30

*Gracias por su colaboración.....*

**Anexo 2:** Encuestas dirigida a los Agricultores del cantón Francisco de Orellana.



**Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
Facultad de Administración de Empresas  
Programas Carrera- Centro de Apoyo Orellana  
Ingeniería en Gestión de Gobiernos Seccionales**



<b>Encuesta dirigida a:</b>	Agricultores del cantón Francisco de Orellana.
<b>Encuestador:</b>	Pedro Alejandro Valladolid Castillo.
<b>Objetivo:</b>	Obtener información, la cual permitirá la elaboración de un Plan de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio en la parroquia Taracoa.
<p><b>1. ¿Qué productos agrícolas se producen en este sector?</b></p> <p>Plátano Pitahaya Café Yuca Cacao</p> <p><b>2. ¿Lo que usted produce, vende y en qué cantidad?</b></p> <p>La totalidad Una parte Destinada un % autoconsumo</p> <p><b>3. ¿Cuál es la producción de café y cacao semanal de la parroquia Taracoa que usted oferta?</b></p> <p>Café Cacao</p> <p><b>4. ¿El pago que recibe de sus productos es:</b></p> <p>Muy Bueno Bueno Regular No cubre los costos de productos</p> <p><b>5. ¿Existe un lugar adecuado que se dedique a la comercialización de los productos cultivados.</b></p> <p>Si No</p> <p><b>6. ¿Conoce usted que es centro de acopio?</b></p> <p>Si No</p> <p><b>7. ¿Estaría usted de acuerdo en formar parte de un centro de acopio?</b></p> <p>Si No</p>	

**8. ¿Cuáles cree que son los principales problemas para la comercialización de sus productos agrícolas?**

Precio

Centro de Acopio

Vías de Acceso

Transporte

Otros

**9. ¿Cree usted que se dinamizaría la economía en este sector una vez implementado el centro de acopio?**

Si

No

**10. ¿Cree usted que existiría una mejoría en la calidad de vida en la población al implementar un centro de acopio en la Parroquia de Taracoa?**

Si

No

*Gracias por su colaboración.....*

**Anexo 3:** Encuesta a los Agricultores de la Parroquia Taracoa.



**Fotografía tomada por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Anexo 4:** Encuesta a los Agricultores de la Parroquia Shuar San Vicente.



**Fotografía tomada por:** Pedro Alejandro Valladolid Castillo.



**Anexo 5:** Socializando el proyecto de la Creación de un Centro de Acopio en la parroquia Taraoa.



Fotografía tomada por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.

**Anexo 6:** Entrega de Proyecto de Factibilidad al Presidente de la Parroquia Taraoa.



Fotografía tomada por: Pedro Alejandro Valladolid Castillo.