



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**TEMA:**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UNA PLANTA PROCESADORA DE PASTA DE CACAO EN LA  
PARROQUIA LA BELLEZA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA,  
PROVINCIA DE ORELLANA, PERIODO 2018.**

**AUTOR:**

**JOSÉ RAÚL ALCOCER SATIAN**

**ORELLANA-ECUADOR**

**2019**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por el Sr. José Raúl Alcocer Satian, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jose Fernando Lopez Aguirre  
**DIRECTOR TRIBUNAL**

Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema  
**MIEMBRO TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, José Raúl Alcocer Satian, 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 proviene de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 12 de febrero de 2019

José Raúl Alcocer Satian

**C.I. 171930001-2**

## **DEDICATORIA**

Principalmente a Dios por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, a mi madre la Sra. María Dolores Satian quien ha sido mi apoyo incondicional en mi lucha por ser un profesional, a mi hermana Lourdes Alcocer, a mi amiga Yadira Grefa por estar conmigo siempre, y sobre todo a una persona que desde que la conocí me brindo su amistad y amor incondicional.

***JOSÉ RAUL ALCOCER SATIAN***

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios sobre toda las cosas por ser mi guía en cada paso que doy, a mi madre la Sra. María Dolores Satian por sus buenos consejos, cariño, trabajo y sacrificio durante toda mi vida, a mis familiares por el apoyo brindado desde siempre, y a las personas que nos ayudaron con información y sabiduría para la realización de esta presente tesis.

***JOSÉ RAUL ALCOCER SATIAN***

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de gráficos .....	x
Índice de tablas .....	xi
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xiv
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema .....	3
1.2 OBJETIVOS .....	4
1.2.1 Objetivo General:.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos: .....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.1 Justificación Científico - Metodológica.....	6
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	7
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....	8
2.2.1 Ámbito Externo.....	8
2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	10
2.3.1 Proyecto. ....	10
2.3.2 Clasificación de los proyectos de inversión.....	10
2.3.3 Clasificación de los Proyectos de Inversión según la Actividad. ....	10
2.3.4 Etapas para la realización de un proyecto.....	12
2.3.5 Estudio de factibilidad. ....	16
2.3.6 Estudio de mercado.....	16
2.4 OFERTA .....	20

2.4.1	Análisis de la oferta. ....	20
2.4.2	Análisis de la Oferta Doméstica. ....	20
2.4.3	La oferta y sus factores .....	21
2.5	DEMANDA .....	22
2.5.1	Análisis de la demanda .....	22
2.5.2	El objetivo principal de la demanda: .....	23
2.5.3	Desarrollo de la cuantificación por parte de la demanda.....	23
2.6	COMERCIALIZACIÓN .....	23
2.6.1	Análisis de la comercialización. ....	24
2.6.2	Aspectos del Análisis de Comercialización.....	24
2.7	CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS. ....	25
2.7.1	Primera etapa: Introducción.....	26
2.7.2	Segunda etapa: Crecimiento. ....	26
2.7.3	Tercera etapa: Madurez. ....	27
2.7.4	Cuarta etapa: Declive.....	27
2.8	ESTUDIO TÉCNICO. ....	28
2.8.1	Tamaño del proyecto. ....	29
2.8.2	Como medir el tamaño del proyecto.....	30
2.8.3	Factores que condicionan el tamaño del proyecto. ....	30
2.8.4	Selección del tamaño adecuado. ....	32
2.8.5	Tamaño óptimo. ....	33
2.8.6	Localización.....	33
2.8.7	Factibilidad de ubicación. ....	33
2.8.8	Macro localización.....	34
2.8.9	Micro localización. ....	34
2.9	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO.....	35
2.9.1	Estudio administrativo. ....	35
2.9.2	Estudio económico- financiero. ....	35
2.9.3	Estados financieros del proyecto. ....	36
2.9.4	Estado de Inversión Inicial del proyecto.....	36
2.9.5	Estado de Resultados del proyecto. ....	36
2.9.6	Balance General del proyecto. ....	36
2.9.7	Flujo de efectivo del proyecto. ....	37
2.9.8	Evaluación financiera. ....	37

2.9.9	Presupuesto.....	37
2.9.10	Razones financieras.....	38
2.10	MÉTODO DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN...	38
2.11	IDEA A DEFENDER.....	39
CAPÍTULO III : MARCO METODOLÓGICO.....		40
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	40
3.2.1	Investigación Exploratorio.....	40
3.2.2	Investigación Descriptiva.....	40
3.2.3	Investigación de campo.....	41
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41
3.3.1	Población.....	41
3.3.2	Muestra.....	42
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	45
3.4.1	Métodos.....	45
3.4.2	Técnicas.....	46
3.4.3	Instrumentos.....	47
3.4.4	Resultados.....	47
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		72
4.1	TEMA.....	72
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	72
4.2.1	Estudio de Mercado.....	72
4.2.2	Análisis de la demanda.....	76
4.2.3	Análisis de la oferta.....	79
4.2.4	Estimación de la demanda insatisfecha.....	81
4.2.5	Mercado meta del proyecto.....	81
4.2.6	Análisis de precios.....	82
4.2.7	Canales de Distribución.....	83
4.2.8	Estrategias de Mercado.....	84
4.3	ESTUDIO TÉCNICO.....	84
4.3.1	Tamaño del Proyecto.....	84
4.3.2	Localización del Proyecto.....	85
4.3.3	Ingeniería del Proyecto.....	88
4.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	97



4.4.1	Políticas Generales de recursos humanos .....	97
4.4.2	Organigrama .....	100
4.4.3	Aspectos Legales de Constitución .....	100
4.5	ESTUDIO FINANCIERO .....	103
4.5.1	Inversión Inicial .....	104
4.5.2	Capital de Trabajo.....	104
4.5.3	Financiamiento.....	106
4.5.3	Ingresos .....	106
4.5.4	Costos y Gastos del Proyecto.....	107
4.5.5	Estado Proforma de Resultados .....	107
4.6	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	108
4.6.1	Flujo de Caja.....	108
4.6.2	Valor Actual Neto .....	109
4.6.3	Tasa Interna de Retorno .....	110
4.6.4	Relación Beneficio Costo .....	111
4.6.5	Período de Recuperación de Inversión .....	111
	CONCLUSIONES .....	112
	RECOMENDACIONES.....	113
	BIBLIOGRAFÍA .....	114
	ANEXOS. ....	116

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Cascada La Belleza .....	9
Gráfico 2:	Etapas para la elaboración de un proyecto.....	12
Gráfico 3:	Consecución de la idea .....	13
Gráfico 4:	Pasos para desarrollar un proyecto .....	14
Gráfico 5:	Dimensionamiento del mercado. ....	19
Gráfico 6:	Ciclo de vida de un producto. ....	26
Gráfico 7:	Estudio técnico.....	29
Gráfico 8:	Tamaño del proyecto. ....	30
Gráfico 9:	Factores que condicionan el tamaño de un proyecto .....	31
Gráfico 10:	Mapa de la provincia de Orellana .....	34
Gráfico 11:	Parroquia La Belleza.....	35
Gráfico 12:	Formula de Muestra.....	43
Gráfico 13:	Género.....	48
Gráfico 14:	Edad. ....	49
Gráfico 15:	Residencia.....	50
Gráfico 16:	Incluye pasta de cacao .....	51
Gráfico 17 :	Cantidad que adquiere .....	52
Gráfico 18:	Frecuencia de consumo.....	53
Gráfico 19:	Cumple con las expectativas. ....	54
Gráfico 20:	Dfisposicion por pasta envasada al vacio. ....	55
Gráfico 21:	Caracteristicas que observa.....	56
Gráfico 22:	Disponibilidad de pago. ....	57
Gráfico 23:	Calidad del producto.....	58
Gráfico 24:	Servicio del proveedor. ....	59
Gráfico 25:	Lugar de adquisiciòn.....	60
Gráfico 26:	Género.....	61
Gráfico 27:	Edad. ....	62
Gráfico 28:	Grado de desarrollo.....	63
Gráfico 29:	Produccion en quintales. ....	64
Gráfico 30:	Variedad que se produce.....	65
Gráfico 31:	Lugar de venta .....	66

Gráfico 32: Disponibilidad de comerciar con productora.....	67
Gráfico 33: Transporte que utiliza .....	68
Gráfico 34: Una planta procesadora incrementaria las utilidades.....	69
Gráfico 35: Habrá crecimiento económico. ....	70
Gráfico 36 : secado de cacao.....	76
Gráfico 37: Canal de Distribución .....	83
Gráfico 38 : Mapa de la Parroquia .....	86
Gráfico 39: Croquis de ubicación .....	87
Gráfico 40: Distribución en Planta.....	96
Gráfico 41: Organigrama de la Empresa.....	100

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ubicación geográfica de la parroquia la Belleza .....	4
Tabla 2: Componentes del estudio de mercado .....	18
Tabla 3: Población de la parroquia La Belleza .....	42
Tabla 4: Segmentación poblacional de la parroquia La Belleza.....	43
Tabla 5: Género.....	48
Tabla 6: Edad: .....	49
Tabla 7 : Residencia:.....	50
Tabla 8 : Incluye pasta de cacao .....	51
Tabla 9: Cantidad que adquiere. ....	52
Tabla 10: Frecuencia de consumo.....	53
Tabla 11: Cumple con las expectativas. ....	54
Tabla 12: Dfisioposicion por pasta envasada al vacio. ....	55
Tabla 13: Caracteristicas que observa.....	56
Tabla 14: Disponibilidad de pago. ....	57
Tabla 15: Calidad del producto. ....	58
Tabla 16: Servicio del proveedor. ....	59
Tabla 17: Lugar de adquisiciòn.....	60
Tabla 18: Género:.....	61
Tabla 19: Edad .....	62
Tabla 20: Grado de desarrollo.....	63

Tabla 21:	Produccion en quintales .....	64
Tabla 22:	Variedad que se produce.....	65
Tabla 23:	Lugar de venta .....	66
Tabla 24:	Disponibilidad de comerciar con productora.....	67
Tabla 25:	Transporte que utiliza .....	68
Tabla 26 :	Una planta procesadora incrementaría las utilidades.....	69
Tabla 27:	Habrà crecimiento económico.....	70
Tabla 28:	Datos Históricos de consumo aparente de chocolate (toneladas).....	77
Tabla 29:	Proyección de la Demanda .....	78
Tabla 30:	Demanda Proyectada .....	78
Tabla 31:	Oferta .....	80
Tabla 32 :	Proyección de la Oferta.....	80
Tabla 33:	Oferta Proyectada .....	81
Tabla 34:	Estimación Demanda Insatisfecha .....	81
Tabla 35:	Capacidad Instalada .....	85
Tabla 36 :	Datos de la Parroquia .....	86
Tabla 37 :	Terrenos y Edificios.....	93
Tabla 38:	Vehículos .....	93
Tabla 39:	Maquinaria y Equipos .....	93
Tabla 40:	Muebles y Enseres .....	93
Tabla 41:	Equipos de Computación.....	94
Tabla 42:	Equipos de Protección Personal.....	94
Tabla 43:	Suministros de Aseo .....	94
Tabla 44:	Útiles de Oficina .....	94
Tabla 45:	Gastos de Constitución .....	95
Tabla 46 :	Materia Prima .....	95
Tabla 47:	Insumos.....	95
Tabla 48 :	Servicios Básicos .....	95
Tabla 49 :	Publicidad .....	95
Tabla 50:	Mano de Obra Calificada.....	98
Tabla 51:	Mano de Obra No Calificada.....	99
Tabla 52:	Inversión Inicial .....	104
Tabla 53:	Capital de Trabajo.....	105
Tabla 54:	Costos Fijos.....	105

Tabla 55:	Costos Variables .....	105
Tabla 56:	Financiamiento.....	106
Tabla 57:	Ingresos .....	106
Tabla 58:	Costos y Gastos del Proyecto.....	107
Tabla 59:	Estado de Resultados .....	108
Tabla 60:	Flujo de Caja Proyectado .....	109
Tabla 61:	Valor Actual neto .....	110
Tabla 62:	Tasa Interna de Retorno .....	110
Tabla 63:	Relación Beneficio Costo .....	111

## RESUMEN

El presente trabajo está encaminado a demostrar el proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao, en la parroquia la Belleza, con la finalidad de que los pequeños productores de cacao logren posicionarse en el mercado local, lo que permitirá mejorar la calidad de vida de cada uno de los que conforman este proyecto. En esta investigación se realizó encuestas a una parte de la población económicamente activa de la zona teniendo como resultados criterios que ayudarán a validar indicadores financieros. La inversión del proyecto asciende a 692,708 dólares americanos con un Valor Actual Neto (VAN) económico de 1,106,433 \$ y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 52% superior al costo promedio ponderado de capital de 13.41%. Además, la relación beneficio-costos es de 1.60 y un período de recuperación de 2.28 años. Finalmente, según la evaluación de mercado, tecnológica, económica y financiera se puede concluir que el proyecto para instalar una planta procesadora de pasta de cacao para consumo de la población y su venta es factible. Se recomienda que en lo posterior se utilice estrategias de comercialización para que la venta de pasta de cacao sea exitosa y el proyecto sea sustentable y sostenible.

PALABRAS CLAVES: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>  
<PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <ESTUDIO TECNICO> < ESTUDIO ADMINISTRATIVO> < ESTUDIO FINANCIERO> > < ESTUDIO DE MERCADO>  
<ORELLANA (CANTÓN)>

---

Ing. José Fernando López Aguirre

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **ABSTRACT**

The present work aims to demonstrate the feasibility of the project for the implementation of a cocoa paste processing plant in La Belleza parish, with the purpose of allowing small cocoa producers to position themselves in the local market, which will improve the quality of life of each of those who make up this project. In this investigation, surveys were carried out to a part of the economically active population of the area, having as results some criteria that will help to validate financial indicators. The investment of the project amounts to 692,708 US dollars with an economic Net Present Value (NPV) of 1.106.433 \$ and an Internal Rate of Return (IRR) of 52% higher than the weighted average cost of capital of 13.41%. In addition, the benefit-cost ratio is 1.60 and a recovery period of 2.28 years. Finally, according to the technological, economic and financial evaluation of the market, it can be concluded that the project to install a cocoa paste processing plant for the population's consumption and sale, is feasible. It is recommended that marketing strategies be used in the later stages so that the sale of cocoa paste is successful and the project is sustainable and sustainable.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> <FEASIBILITY PROJECT> <TECHNICAL STUDY>, <ADMINISTRATIVE STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <MARKET STUDY>, <ORELLANA (SMALL ADMINISTRATIVE DISTRICT)>

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se encuentra plasmada en cuatro capítulos que a continuación detallo:

capítulo I En este capítulo se encuentra el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación del problema.

Capítulo II En este capítulo se encuentra detallada la parte teórica realizada en investigaciones anteriores como revistas, libros y publicaciones, así mismo las definiciones de lo que es un proyecto, oferta y demanda, comercialización entre otros los cuales desarrollaremos más adelante en el capítulo IV, además también indicamos la Idea a defender.

Capítulo III En este capítulo se enfoca a demostrar el tipo de investigación que se aplicó en el proyecto, la población y la muestra como también los métodos y técnicas que se utilizaron para la recolección de datos y procesar la información, además se encuentra los resultados de la aplicación de la encuesta.

Capítulo IV En este capítulo se realiza el estudio técnico, Administrativo y Financiero que tendrá el proyecto, además de la evaluación financiera conclusiones y recomendaciones.



# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Ecuador es un país que pretende día a día ser pionero en el progreso de su gente, a través de los distintos ejes productivos, dedicándose a las actividades agrícolas como parte fundamental de su desarrollo.

Cabe mencionar que la mayor producción agrícola está en la sierra ecuatoriana, ya que los pobladores indígenas son los que se dedican a este tipo de producción, sin embargo se debe mencionar que el problema existente es el mal uso de suelo referente a la utilización de las tierras en la zona rural, es decir los terrenos son poco fértiles, muchas veces por la falta de nutrientes; debido a la falta de asesoría técnica por parte de las autoridades competentes, por lo tanto se sienten amenazados con la pérdida de sus cosechas.

En la actualidad la provincia de Orellana cuenta con un proyecto productivo llamado “programa de incentivos productivos con fines comerciales” el mismo que se encarga de fortalecer los conocimientos a la población que se va a beneficiar de este proyecto, sin embargo no muchos pueden ser parte de este proyecto, debido que no cuentan con las hectáreas requeridas para la siembra de cacao y café.

El problema identificado es el índice de pobreza existente en esta zona, siendo esta la parte fundamental para la exclusión de los proyectos venideros.

La parroquia La Belleza posee una gran variedad de productos agrícolas y pecuarios, constituyendo una de las actividades más importantes para la economía local, debido a que el 70 % de sus habitantes se dedican a las labores de campo según el PD y OT de la parroquia. (PDyOT La Belleza, 2014)

Actualmente, la población no cuenta con otra alternativa de comercialización más que la del ganado vacuno, porcino y la del cacao, provocando que los habitantes se dediquen a este tipo de actividades en condiciones tradicionales; es decir no cuentan con la tecnología apropiada para industrializar el cacao, el ausentismo de asesoramiento técnico de personal capacitado hace que los agricultores no tengan lineamientos en las que se puedan guiar para potencializar la producción de cacao, así mismo la falta de un estudio técnico no permite ver con claridad si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha para la implementación de la planta procesadora de pasta de cacao, razón por la cual la economía puede estar en un rango de riesgo o más aun perder todo lo invertido.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Cómo influye la elaboración de un proyecto de factibilidad en la creación de una planta procesadora de pasta de cacao en la parroquia la Belleza, perteneciente al cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

- **Delimitación Temporal.**

El estudio investigado se aplicará en la zona de la provincia de Orellana, cantón Francisco de Orellana, parroquia la Belleza, cuyo referente es realizar un proyecto para la creación de una planta procesadora pasta de cacao.

- **Delimitación Teórica.**

Se circunscribirá esta investigación a la búsqueda de la elaboración de un proyecto para la creación de una planta procesadora de pasta de cacao.

- **Delimitación Especial.**

La elaboración de un proyecto de factibilidad en la creación de una planta procesadora de pasta de cacao se realizará en:

**Tabla 1: Ubicación geográfica de la parroquia la Belleza**

<b>PROVINCIA</b>	Orellana
<b>CANTÓN</b>	Francisco de Orellana
<b>PARROQUIA</b>	La Belleza
<b>MAPA</b>	

Fuente: (PDyOT La Belleza, 2014)  
 Elaborado por; (Alcozer, 2018)

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo General:

Formular el proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora para la obtención de la pasta de cacao en la Parroquia la Belleza, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana, periodo 2018.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico de la situación actual del proyecto, mediante el uso de herramientas que proporcionen la información necesaria para el levantamiento de datos.

- Realizar un estudio de mercado el mismo que determine los niveles de aceptación del producto, aplicando instrumentos de recolección de datos.
- Desarrollar un estudio técnico-financiero para la determinación de los recursos y talento humano necesario para la ejecución del proyecto.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

El GAD Parroquial Rural La Belleza se caracteriza por tener una población trabajadora dedicada la mayor parte a la agricultura de café, cacao, yuca, etc. otra parte proporcional se dedica a la crianza de animales siendo, estos dos aspectos el generador potencial de los recursos económicos de los habitantes.

El poder productivo del cacao ha generado grandes expectativas de compra a muchas empresas tales como el consorcio de la Compañía Nacional de Chocolates NESTLE, quien es el que se lleva la mayor parte de producción de cacao, por lo cual los productores no tienen otras opciones de venta y los precios en muchas ocasiones son bajos.

Con la implementación de este proyecto en la parroquia la Belleza, se pretende buscar que los pequeños productores cacao logren posicionarse el 100% en el mercado local, para en lo posterior salir con la producción a otros puntos del país, proyectándose a una planificación de producción y venta eficaz y competitiva, logrando así la superación personal y familiar dentro de lo económico, lo que permitirá mejorar la calidad de vida de cada uno de los que conforman este proyecto.

De la misma manera se encamina a fortalecer las capacidades agrícolas de los productores, generando conocimientos y beneficios de carácter económico a través de la optimización de los recursos que emplean en la producción de cacao, capacitándolos con personal técnico calificado en dichas áreas, teniendo como resultado un producto de calidad.

Cabe mencionar que este proyecto se basa en el respeto a todas las leyes de salud, presentando el producto con toda la información que exige los organismos de control para la respectiva venta.

### **1.3.1 Justificación Científico - Metodológica**

Es necesario determinar la parte rentable del proyecto para determinar el riesgo que tendrá a lo largo de su ejecución, teniendo en cuenta los puntos de vista de los inversionistas y de sus colaboradores que van a intervenir en la ejecución del mismo.

Cabe mencionar que para esta clase de investigación es necesario llegar al estudio financiero técnico y el estudio de mercado en los distintos escenarios, para determinar la situación del mercado en que se va a invertir con la venta del producto que se va a elaborar.

Para evitar los riesgos de la inversión que se realizará es necesario considerar los índices financieros:

- VAN (Valor Actual Neto)
- TIR (Tasa Interna de Retorno)
- B/C (Beneficio Costo),

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Los siguientes trabajos de titulación que se investiga servirán como guía o modelo para la ejecución del estudio que estamos realizando, de esta manera mencionaremos dos temas en las cuales nos indican las actividades agrícolas que generan ingresos a la localidad y rentabilidad a los socios participantes.

Según (Serrano, 2015), de la Universidad de Guayaquil menciona con el tema “Proyecto de financiamiento para implementar una planta procesadora de licor de cacao y su respectiva comercialización, en la hacienda Vedeg s.a. ubicada en el cantón la Troncal provincia del Cañar. Que:

Desde el punto de vista económico la producción de cacao ha ido teniendo aceptabilidad en el país, ya que este tipo de proyectos se enmarcan a implementar alternativas de trabajo para los pobladores de la zona, así también se puede justificar las estrategias empleadas por los habitantes para procesar este tipo de producto, que genera rentabilidad.

Como resultado de la investigación realizada por (Burgos & Andrade, 2016) con el tema “Estudio de factibilidad de procesamiento y comercialización de pasta de cacao en el Empalme” presenta las siguientes conclusiones:

La parte fundamental de esta investigación es la transformación del grano de cacao que cultivan los productores de la zona, en pasta de cacao; siendo está reconocida a nivel mundial por su aroma y calidad que lo caracteriza. Es necesario trabajar bajo los estándares de calidad de las Normas ISO 14000, el cual tendrá el valor agregado para la respectiva fabricación de la pasta de cacao, de esta manera los socios de la planta procesadora podrán fijar un precio de acuerdo a la calidad del producto satisfaciendo de esta manera las exigencias del consumidor.

## 2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

### 2.2.1 Ámbito Externo

La parroquia “La Belleza” con una población que carece de fuentes de trabajo y la falta de oportunidades refleja la pobreza de esta localidad, cuenta con un 90% de personas que migraron a las provincias del Loja y Bolívar que salieron en busca de nuevos horizontes.

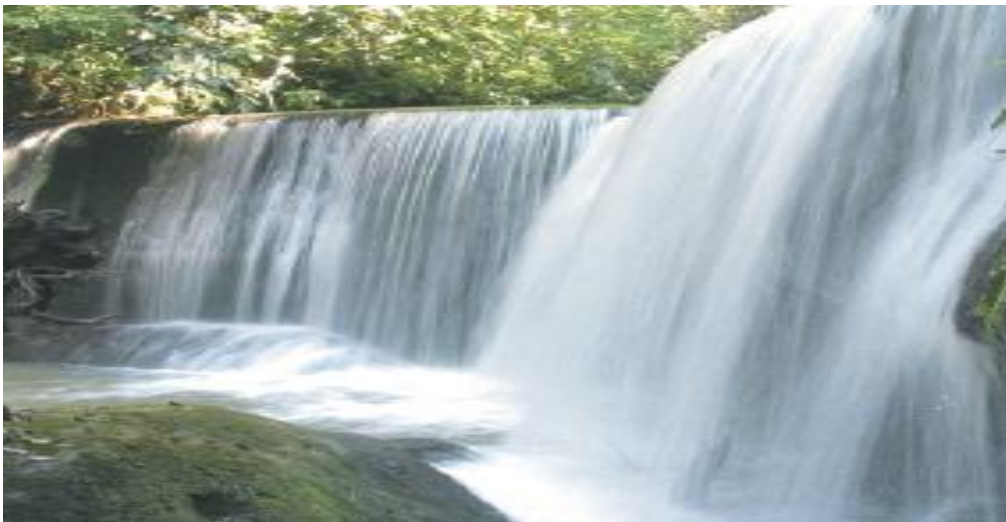
La parroquia cuenta con 4133 habitantes, su extensión geográfica es de 610.23 Km<sup>2</sup>, está distribuida en 45 comunidades las mismas que se ubican de manera dispersa en todo el territorio.

Dentro de los componentes socioculturales en la parroquia la Belleza podemos encontrar:

- **Educación:** Dentro de la parroquia se puede determinar el grado escaso de escolaridad en la población, de esta manera se encuentra un índice del 11,46 % de analfabetismo, en el nivel primario podemos encontrar a un 50% de niñas y niños que asisten a la escuela, en el nivel secundario apenas un 18% de jóvenes que asisten al colegio y de manera preocupante se observa un ausentismo fatal en las universidades teniendo apenas un 1% de asistencia, dedicándose ya a esta edad a los trabajos del campo o construcción.
- **Salud:** La salud en la población se ve quebrantada, no por el ausentismo de profesionales sino más bien por la calidad de vida que llevan los pobladores, como también el ausentismo de servicios públicos como el agua, alcantarillado, obras de infraestructura sanitaria, etc.
- **Organización Social:** Esta parroquia cuenta con una organización ancestral que predomina a las distintas comunidades de la localidad, su característica organizativa hace que el trabajo comunitario sobresalga a nivel del entorno territorial.

- **Grupos étnicos:** En la parroquia predomina la población indígena con un 60% de pobladores, un 35% está considerada como mestizos, un 2,44% se considera raza blanca y por ultimo tenemos con un 1,09% al afro ecuatoriano.
- **Movimientos migratorios:** Ya sea por distintas causas algunos de los pobladores han tomado rumbos migratorios entre las cuales tenemos: por trabajo, estudio, unión familiar, etc.
- **Vivienda:** La vivienda modelo que se puede encontrar en esta parroquia es de condiciones poco favorables para la condición del ser humano, sin embargo la población se adaptado a este tipo de vivienda de construcción mixta es decir de materiales como el cemento y la madera.
- **Servicios básicos:** La parroquia cuenta con una cobertura baja en cuestión de servicios básicos, evidenciando un porcentaje alto de necesidades básicas insatisfechas.
- **Turismo:** Dentro de la actividad turística se busca cubrir las expectativas del visitante garantizando un viaje inolvidable haciéndoles descubrir las maravillas de nuestro Ecuador de forma diferente brindando la mejor atención de manera eficiente y eficaz.

**Gráfico 1: Cascada La Belleza**



**Fuente:** (PDyOT La Belleza, 2014)  
**Elaborado por:** (Alcocer, 2018)



## **2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.3.1 Proyecto.**

Es una secuencia de actividades consecutivas que se trazan objetivos con el propósito de alcanzar una meta en un tiempo establecido cumpliendo el presupuesto con que se cuenta y las especificaciones preestablecidas. (Chaig, 2007)

Es un plan o modo de acción que se anticipa a ejecutar un proyecto en la cual se debe plantear un sin número de estrategias que establezcan cronológicamente lineamientos para la respectiva elaboración, con el fin de preceder algún tipo de problema que se pueda presentar. (Cajigas, 2004)

### **2.3.2 Clasificación de los proyectos de inversión.**

Los proyectos se enfocan a encontrar las respuestas a las necesidades de las personas según el interés de estos, cubriendo los objetivos y metas trazadas (Pimentel, 2008)

### **2.3.3 Clasificación de los Proyectos de Inversión según la Actividad.**

Según la actividad o características se puede clasificar en las siguientes categorías:

#### **1. Por su carácter:**

- Sociales. - Cuando al realizar el proyecto se piensa en el beneficio o servicio que va a tener la persona o grupo focal, pero la inversión del mismo va a asumir otro grupo ya sea público o privado. (Erossa.V, 2010)
- Financiero. - Esta clase de proyectos puede hacer la diferencia entre tener problemas de capital o de la misma manera influir en la empresa de forma adecuada para tomar las mejores decisiones en materia de inversión propia. (Erossa.V, 2010)

#### **2. Por área de influencia**

En este punto se manifiestan los impactos del proyecto sobre la totalidad de los mismos:

- Proyectos locales. - Este tipo de proyectos son más sencillos no requieren de mucho esfuerzo, recursos idioma y tecnología.
- Proyectos regionales. - Establecen compromisos para el desarrollo de proyectos regionales las cuales requieren de fuentes de recursos, especificaciones técnicas y fijarse en el plazo de ejecución. (Erossa.V, 2010)
- Proyectos nacionales. - Se realiza en todo el territorio es decir se pretende llegar a cada punto del país por lo que este tipo de proyectos se hacen más complejos a la hora de su ejecución. (Erossa.V, 2010)
- Proyectos multinacionales. - Se encuentran interrelacionadas entre naciones o países para un fin determinado (Erossa.V, 2010)

### **3. Por el tamaño**

Estos se pueden clasificar en: Macro proyectos, Grandes, Pequeños, Medianos. (Erossa.V, 2010)

### **4. Por su finalidad**

- Producción. - Se lo realiza este tipo de proyecto cuando se orienta a producir un bien o servicio bajo los lineamientos de un objetivo. (Erossa.V, 2010)
- Social. - Están orientados a transformar o mejorar la situación de vida de los posibles beneficiarios. (Erossa.V, 2010)
- Educativo. - Se realiza estos proyectos con la finalidad de ayudar a la formación educacional de las personas. (Erossa.V, 2010)
- Comunitario. - Al igual que los sociales se dedican a ayudar a las personas, pero este con la diferencia que una de las aportaciones es participar en las actividades que se vayan dando a lo largo del proyecto. (Erossa.V, 2010)
- De investigación. - Está dedicado a la innovación de los conocimientos de los posibles beneficiarios con la finalidad de conseguir más potencial en las áreas sociales. (Erossa.V, 2010)

## 5. Por el grado de complejidad

- Simples. - Son proyectos básicos y cortos es decir se lo ejecuta con la ayuda de un grupo reducido de personas. (Erossa.V, 2010)
- Complejos. - Las actividades en este tipo de proyectos son amplias por lo que se debe tener un equipo de trabajo extenso para crear áreas de trabajo y estas se puedan simplificar. (Erossa.V, 2010).

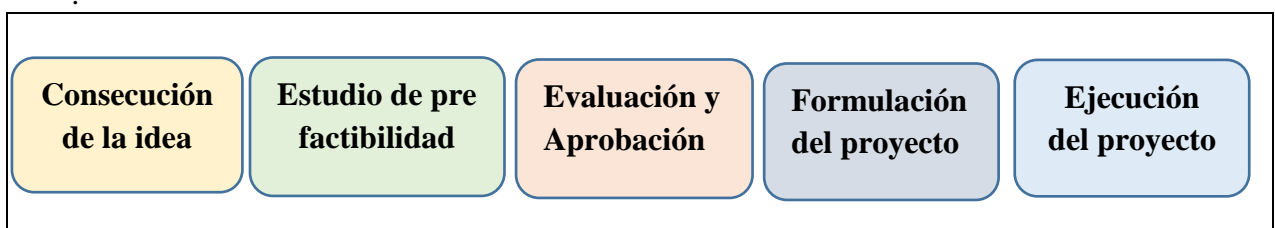
## 6. Por actividad o giro

- Industriales. - En estos proyectos juega un papel muy importante las materias primas para en lo posterior ser transformadas para la venta o consumo final. (Erossa.V, 2010)
- Comerciales. - Su función principal es la compra y venta de los productos es decir la comercialización entre los productores, comerciantes y cliente final. (Erossa.V, 2010)
- Servicios. - Este tipo de proyectos pueden ejecutarse ya sea con fines de lucro o no a cambio de brindar un servicio o bien a los posibles beneficiarios. (Erossa.V, 2010)

### 2.3.4 Etapas para la realización de un proyecto.

Según (Galán, 2004), las etapas para realizar un proyecto constituyen la concepción de varias fases en la cual estima el nacimiento del mismo, teniendo en cuenta la cantidad de recursos y experiencias que se va a ir encontrando a lo largo del camino, para de esta manera llegar a prever y superar las dificultades del proyecto

#### Gráfico 2: Etapas para la elaboración de un proyecto

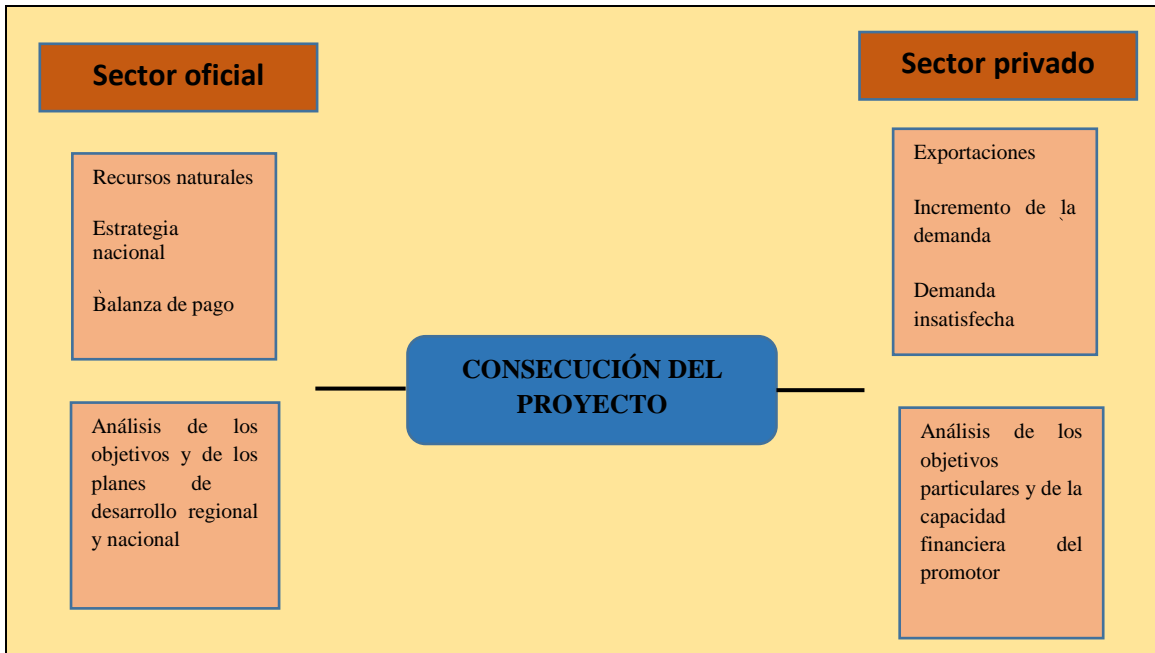


Fuente: (Galán, 2004),  
Elaborado por; (Alcocer, 2018)

## 1. Primera etapa: Consecución de la idea:

Al inicio del proyecto es muy importante identificar las ideas, objetivos y expectativas que tenemos para desarrollar el mismo, promoviendo intereses generadores que ayuden a complementar el bienestar social de una sociedad. (Galán, 2004)

**Gráfico 3: Consecución de la idea**



Fuente: (Galán, 2004)

Elaborado por; (Alcocer, 2018)

### **Selección del producto.**

En primera instancia debemos estar conscientes qué tipo de producto se va a lanzar al mercado y para esto es imprescindible realizar una evaluación potencial de la plaza en que se va a comercializar el producto, utilizando una lista de varias características como precio, calidad, volumen, ventaja, riesgo, estrategias, etc.

Es decir, antes de lanzar el producto al mercado se debe analizar y seleccionar el producto en base a la búsqueda de ideas para convertirlas en un producto potencial para llegar a una comercialización exitosa.

**Diseño preliminar.** Juega un papel importante ya que la presentación del producto contribuye el prototipo competitivo del mercado sujetándose a la verificación técnica y comercial para cubrir las necesidades de la plaza o lugar en que se va a trabajar.

## 2. Segunda etapa: Estudio de pre factibilidad:

Según el autor (Erossa.V, 2010), antes de comenzar con el desarrollo del proyecto es necesario realizar un estudio de pre factibilidad con el fin de mirar las ventajas y desventajas del proyecto a realizarse, para esto debemos someternos al estudio legal, a las técnicas y factores con que se va a trabajar en el proyecto.

Se analiza de forma efectiva la disponibilidad de los insumos que se requiere para el proyecto sondando de esta manera las exigencias de los posibles consumidores, para en lo posterior poder captar la atención del mismo, cubriendo las necesidades de un público exigente.

## 3. Tercera etapa: Formulación del proyecto.

Para formular el proyecto se debe tener bien clara las actividades que se va a desempeñar, con el fin de alcanzar los objetivos trazados para cubrir las necesidades de un grupo de personas, como también buscar soluciones a un problema determinado.

Para desarrollar un proyecto es necesario seguir estos 4 pasos:

### Gráfico 4: Pasos para desarrollar un proyecto



Fuente: (Galán, 2004)  
Elaborado por; (Alcocer, 2018)

#### **4. Cuarta Etapa: Evaluación.**

Está considerada como la parte fundamental del proyecto, aquí se valida el cumplimiento de los logros de los objetivos y metas trazadas; es decir se verifica si el proyecto esta deliñado hacia el éxito, teniendo en cuenta la efectividad, eficiencia, sostenibilidad e impacto del proyecto.

Para que la evaluación tenga mayor validez, es necesario utilizar información de las fuentes primarias y secundarias, las mismas que incluyen todo tipo de documentos en las cuales se puede apoyar para tener una base de datos, las mismas que sirven de referencia para testificar el éxito del mismo. (Galán, 2004)

#### **5. Quinta etapa: Ejecución del Proyecto.**

Cuando el proyecto es ya aprobado, se debe realizar los estudios correspondientes tanto contractuales como precontractuales, es decir integrar todos los recursos necesarios para concretar los trabajos.

En esta etapa podemos encontrar la sub división en la que consiste en:

- Organizar todos los recursos y materiales del proyecto.
- Controlar adecuadamente la trayectoria del proyecto con el fin de evitar o controlar los diferentes riesgos que se pueden ocasionar a lo largo del mismo.
- Concluir en la entrega final del bien o producto con la respectiva aprobación de los beneficiarios. (Chaig, 2007).

En esta etapa es necesario saber los términos que se utilizó para la realización del proyecto, es así que se analiza la calidad del producto, se realiza un estudio exhaustivo de donde va a ser comercializado el producto, se considera la zona geográfica de la venta del producto, analiza la parte financiera, es decir se evalúa los costes para en lo posterior dar el precio final al producto.

### **2.3.5 Estudio de factibilidad.**

Esto permitirá tomar decisiones que conlleven a medir el grado de posibilidades que tiene el proyecto a través del estudio, análisis y disponibilidad de los recursos financieros, sociales y económicos que tiene el mismo, con el fin de llegar a cumplir con los objetivos y metas trazadas.

Es así que se puede determinar la efectividad del proyecto a través de:

- Verificación de la existencia del mercado, de tal forma que se pueda cubrir las necesidades del mismo.
- Disponibilidad del recurso tanto humano como materiales y financieros. (Luna, R; Chavez, Damaris, 2001)

### **2.3.6 Estudio de mercado.**

Vivimos en un mundo en vías de desarrollo, por lo cual es importante realizar día a día investigaciones que nos permitan conocer las necesidades de los usuarios, clientes, consumidores, etc. de un determinado producto o servicio.

A través de este estudio nos permitirá observar la demanda en los mercados de ciertos bienes, en un espacio determinado de tiempo para de esta manera observar la aceptabilidad del producto. (Kendall & Kendall, 2011)

Según el autor (Sapag.N, 2010), hay que tomarse un cierto tiempo para investigar y analizar las actividades que el mercado realiza para de esta manera ver las perspectivas de exigencia que esta demanda.

En conclusión, un estudio de mercado debe tener en cuenta muchos puntos que en lo posterior nos servirá para poder llevar a cabo un proyecto exitoso con resultados fructíferos. Por lo tanto, nos debemos hacer las interrogantes necesarias para poder despejar dudas y poner en marcha el proyecto apoyándonos a las diversas necesidades del posible beneficiario.

### **2.3.6.1 Objetivos del estudio de mercado.**

El objetivo primordial es determinar la factibilidad del proyecto mediante una noción clara de la cantidad de clientes que desean adquirir el producto o bien imponiendo un precio determinado. Los resultados del estudio de mercado contribuirán a las decisiones sobre los canales de distribución que se utilizarán. (Pimentel, 2008)

Por esta razón se puede definir los siguientes objetivos:

- La oferta y demanda debe ser analizada desde el primer instante que se decide hacer el proyecto.
- Se debe determinar la demanda insatisfecha.
- Se analiza algunos aspectos como el comportamiento, hábitos, costumbres de los clientes potenciales con el fin de conocer las preferencias del consumidor.
- Lograr que el producto que se va a comercializar tenga aceptabilidad en el mercado de intervención.
- Determinar el precio, plaza y promoción del producto para posicionar en forma rápida en el mercado.

### **2.3.6.2 Proceso de investigación de mercado**

Este proceso ayuda a dar seguimiento de la información recopilada en las distintas fuentes, por lo tanto, esta investigación debe dejar muy claro cuál es la necesidad del posible consumidor para que la empresa pueda cubrir las exigencias del mismo.

La empresa debe cumplir con la demanda del mercado, es decir debe tener la capacidad de producir la suficiente cantidad de un producto, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

A través de esta investigación se puede ver cual producto se puede ofrecer con el fin de ser único en el mercado que se va a intervenir.



(Miranda, 2006), las distintas variables investigadas como por ejemplo las sociales y económicas permitirán en el proyecto determinar los hábitos de consumo de los clientes, como también el nivel de crecimiento económico por la venta del producto determinado

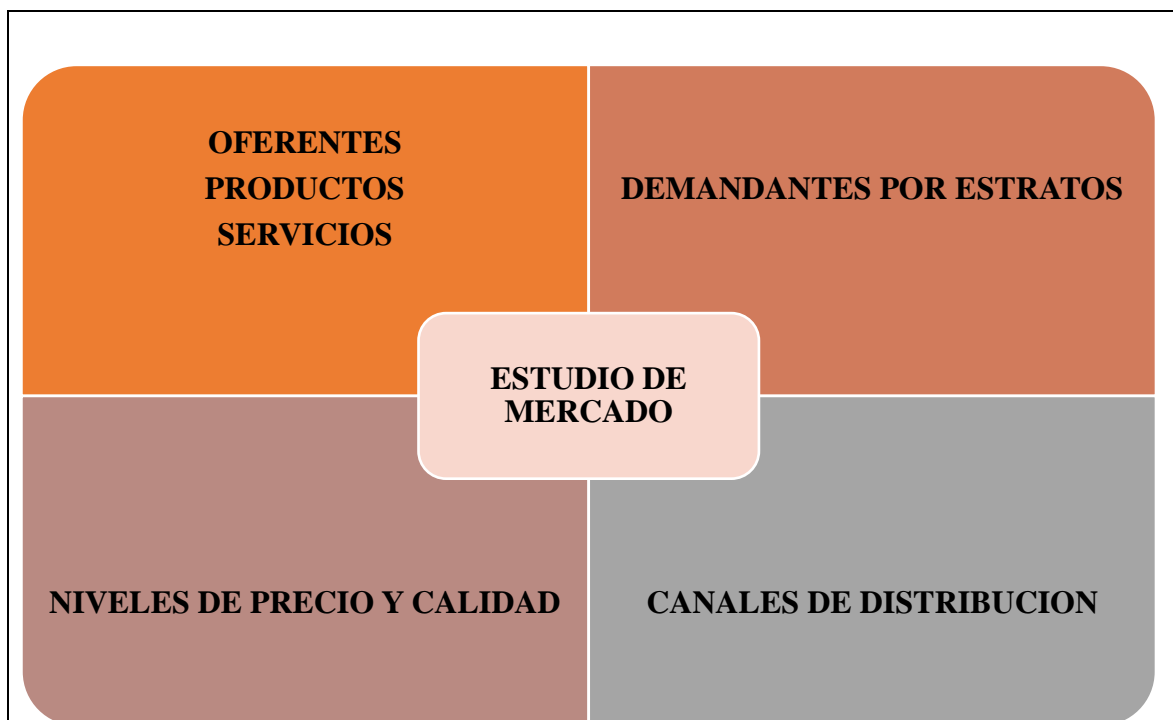
### **2.3.6.3 Objetivos del estudio de mercado.**

En este punto se puede observar la cantidad aproximada de consumidores ya sean hombres o mujeres que van a adquirir un producto de calidad y a precios establecidos por el productor a plazos determinados por el mismo, indicando las respectivas características y especificaciones de lo que se ofrece el cual servirá para orientar al cliente de la compra que vaya a realizar.

El estudio de mercado debe contar con el canal o canales de distribución para el producto que se desea comercializar

### **2.3.6.4 Componentes del estudio de mercado**

**Tabla 2: Componentes del estudio de mercado**



**Fuente:** (Guía de mercado, 2018)

**Elaborado por:** (Alcocer, 2018)

### 2.3.6.5 Disponibilidad del mercado

Es poder establecer la diferencia que existe en la demanda y oferta proyectada dentro del estudio de factibilidad, en donde los resultados obtenidos son muy importantes ya que si es positiva quiere decir que la oferta no es una competencia amplia, para implementar en relación a la tecnología ya que está disponible la comercialización.

Pero cuando el mercado es escaso la factibilidad del proyecto no es recomendable ya que desde un punto de vista no existen los posibles consumidores, se realiza la producción pero no se vende, teniendo los inventarios estancados y dentro del periodo se verá la pérdida.

Para que puede ser factible el estudio de mercado debe tener un porcentaje significativo en la demanda insatisfecha, a la cual se considera con las posibles ventas que se va a realizar y cubrir los costos y gastos que esto incurre.

**Gráfico 5: Dimensionamiento del mercado.**



Fuente: (Guía de mercado, 2018)  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

## **2.4 OFERTA**

La oferta se constituye como la fuerza del mercado, es decir son las variadas cantidades de un determinado producto que se exhibe en los mercados para beneficio de los consumidores a precios variados, es decir si el precio baja la oferta baja y si ésta aumenta el precio aumenta, en un lugar determinado como un pueblo, ciudad, país continente. (Jácome, W, 2005)

Son todos aquellos que se dedican a la misma producción o comercialización del producto que se pretende implementar en el mercado, el objeto del proyecto es conocer el nuevo producto o servicio, con el fin de identificar los posibles demandantes de ese producto. (Jácome, W, 2005).

Si la demanda del mercado se encarga de estudiar el comportamiento de los consumidores, la oferta estudia los competidores y sus principales elementos como son el costo de producción y bien o servicio, y su respectiva flexibilidad dentro de la producción. (Sapag.N, 2010).

La oferta ayuda a conocer que no estamos solos en el mercado con un determinado servicio, sino también existe otras empresas, a las cuales se estudia y se ve las falencias para utilizar como una fortaleza en nuestro proyecto de factibilidad.

### **2.4.1 Análisis de la oferta.**

El productor debe estar consiente de cubrir todas las necesidades que el cliente requiere, ya sea en producto o servicio; es decir poner a disposición del mercado lo que la empresa dispone y ofrecer al cliente a precios determinados, producto de calidad, con las especificaciones que le caracteriza a dicho producto, para que el despacho de la producción se lleve con éxito.

### **2.4.2 Análisis de la Oferta Doméstica.**

En el importe total de los bienes y servicios los cuales tiene los productores disponibles para la venta, en relación de algunas condiciones que se encuentran en el mercado, por

ellos se lo conoce que la oferta doméstica se relaciona con la cantidad de los bienes y servicios que se comercializan en el país y también fuera.

Mediante la opinión de (Lanfranco & Reyes, 2015) se realiza el análisis del respectivo sector en donde se establece las especificaciones de las unidades productivas, clasificadas en su tamaño y ubicación, en relación a las condiciones que se establece para la elaboración de la oferta, con el fin de poder conocer la estructura de cada mercado.

De igual manera (Tirado Bennisar, 2014) dentro del estudio de la oferta se encuentra incluido el análisis relacionada con la serie histórica de cada producto en relación al área de comercialización, en donde se relaciona con los indicadores del precio y los que pueden ser sustituidos. Es decir que la producción son elementos que ayudan determinar el estudio de cada oferta.

### **2.4.3 La oferta y sus factores**

Los factores que están influyendo en la oferta son los objetivos, variaciones, desarrollo y regularidad, lo que influye dentro de la oferta.

- **El objetivo de la oferta.** - Es el nivel de la oferta encargada de maximizar las cantidades de las ventas dentro del determinado producto en relación de algunos beneficios; al tratar de maximizar la rentabilidad de la inversión.
- **Las variaciones.** - Se encarga de conocer los precios de ventas, en donde los oferentes toman como referencia para incrementar las ventas que van a ser comercializados en el mercado.
- **Establecer cómo se desarrolla la tecnología.** - Es conocer de qué manera se va a realizar cada avance en relación a la tecnología aplicada dentro de la producción, ya que ayuda a disminuir los suministros y tener mayores insumos que incrementan la oferta.
- **Regularidad de cada insumo.** - Este factor tiene influencia en relación a la capacidad utilizada en los costos de producción en relación a la regularidad y seguridad de cada insumo que se va utilizar, al tratar de establecer la adecuada comercialización del producto.

- **Situaciones coyunturales:** Es necesario analizar si el comportamiento de los factores antes señalados obedece a acontecimientos coyunturales o por el contrario, son situaciones permanentes, e incorporar dichas apreciaciones a la proyección de la demanda.

## **2.5 DEMANDA**

Las empresas dedicadas a la venta de productos están obligadas a cubrir las necesidades de los consumidores de manera que se respete los criterios y gustos de cada uno de estos, estas condiciones se pueden modificar de acuerdo a las características de cada uno de los clientes, como por ejemplo la edad, sexo nivel escolar, nivel socioeconómico entre otras. (Miranda, 2006)

Es la cantidad de los bienes o servicios que cada persona compra en un determinado precio y sobre todo el lugar.

Es un proceso en donde se determina las condiciones que requieren para comprar un bien o servicio. Este estudio se encarga de conocer la demanda actual y sus posibles pronósticos de consumo al cual se pueden estimar las ventas, de acuerdo a los datos del pasado en relación a las herramientas cualitativas y cuantitativas. En cada situación se determina la información.

La necesidad del requerimiento tiene un consumidor el cual deben estar sujetas a las diversas restricciones, la demanda del mercado es los bienes y servicios que cada productor tiene la capacidad y libertad de ofertar, conocido también como mercado. Es decir en donde se tratará de establecer la comercialización involucrada, la oferta y demanda, de esa forma se aplicará el cálculo del punto de equilibrio del precio y la cantidad que se debe vender. (Tirado Bennisar, 2014)

### **2.5.1 Análisis de la demanda**

Estudia el comportamiento del cliente potencial, es decir se observa la cantidad de productos que desean adquirir o consumir en un determinado lugar a precios que están dispuestos a pagar, los mismos que son fijados por los productores o comerciantes.

### **2.5.2 El objetivo principal de la demanda:**

Conocer la cantidad real de la demanda insatisfecha que tiene un bien dentro de un tiempo, para ellos se aplica el precio relacionada con la población que va a consumir el producto en determinadas unidades.

Este análisis siempre depende del bien o servicio que se estudia, ya sea de consumo masivo, ya que la demanda siempre va a depender de los ingresos, sobre el tamaño de los población que va a consumir el producto, ya sea de manera intermediaria o de capital, siempre con la cantidad demandada va a depender de cada cambio que se establece en el centro del mercado, en relación a las políticas, y planes.

### **2.5.3 Desarrollo de la cuantificación por parte de la demanda**

Se utiliza dos tipos de métodos la primera de manera documental, y la segunda con la entrevista se elabora a los posibles consumidores.

Según (Huerta Rguez, 2016) el desarrollo de las cuantificaciones se divide en tres subcategorías dependiendo de la naturaleza, el objeto de estudio, los bienes denominados al consumo por los intermediarios, los bienes final son aquellos que tiene una duración en relación a la forma de procesamiento.

## **2.6 COMERCIALIZACIÓN**

La comercialización señala la forma específica de cada elemento que se utiliza como intermediario, que se aplica en el producto hasta llegar al respectivo demandante.

Se debe complementar el análisis del mercado en relación a la forma actual en la que se va a organizar la relación de las unidades tanto productoras y consumidoras, y la evaluación de las futuras organizaciones. Es decir que se utiliza como un requerimiento y requisito indispensable al momento de establecer las proposiciones concretas sobre cómo se pretende distribuir los bienes o servicios, teniendo en cuenta las modalidades existentes y fundamentando cuando corresponda, la factibilidad de los cambios que se proponen en relación con esas modalidades. (ILPES, 2010)

Al comercializar en los mercados el producto entra en cierta forma a la competitividad con otros comerciantes utilizando todas las potencialidades en el ámbito comercial, es decir los clientes asumen el producto haciendo ciertos tipos de análisis como el precio, y la calidad del producto que van a adquirir. (Guzmán. F.;, 2010)

Al distribuir un producto al mercado y poner a disposición del cliente final a través de los distintos canales de distribución, permite al comerciante sentirse satisfecho por cubrir los requerimientos de este, ya que ha entregado un producto de calidad y en buenas condiciones.

### **2.6.1 Análisis de la comercialización.**

Con la comercialización de un producto de calidad con precios accesibles se llega a la actividad final el negocio, quedando ambas partes como son los clientes y comerciantes satisfechos de haber concluido esta actividad involucrando el día a día el análisis de la oferta y demanda según exija el mercado

### **2.6.2 Aspectos del Análisis de Comercialización.**

(Galán, 2004) Uno de los más importantes es la interacción del productor-consumidor, ya que el producto que va a ser comercializado se ofrece en el mercado interactuando a través de las transferencias del producto y dinero. Este análisis representa la realidad de los que se debe adaptar al estudio de la comercialización y revelar los problemas que se pueden descartar:

El canal de distribución debe estar mejorado por una empresa, ya se a través de los controles del medio de transporte y sus recursos financieros, dando lugar a los abusos en la distribución.

Deben tener un acaparamiento de ciertos productos, teniendo siempre en cuenta los precios de lanzamiento al mercado.

Para la debida distribución se debe tomar en cuenta las técnicas que exige la comercialización, entre las que podemos mencionar el abastecimiento de registros,

asesoría técnica con entregas inmediatas y en condiciones para que el producto llegue a las manos del consumidor con las mejores garantías, etc.

Es decir, toda la característica de un producto debe tener su refrigeración en cada almacén y sus respectivos elementos dentro del transporte.

Por todo lo mencionado el análisis debe contener los siguientes aspectos:

- Con los medios o canales de distribución se procederá a llevar a cabo el proceso de venta a través de agentes, representaciones intermediarias, etc., para de esta manera introducir de forma inmediata y eficaz el producto o servicio que se ofrece.
- Las condiciones de la comercialización están estrechamente ligadas con el producto de venta y el precio.
- Ventas fructíferas
- Producto y Servicios, etc.

Por lo mencionado es de suma importancia conocer de manera exhaustiva el método de comercialización de la competencia y saber el ciclo de vida de los productos que ofrecen.

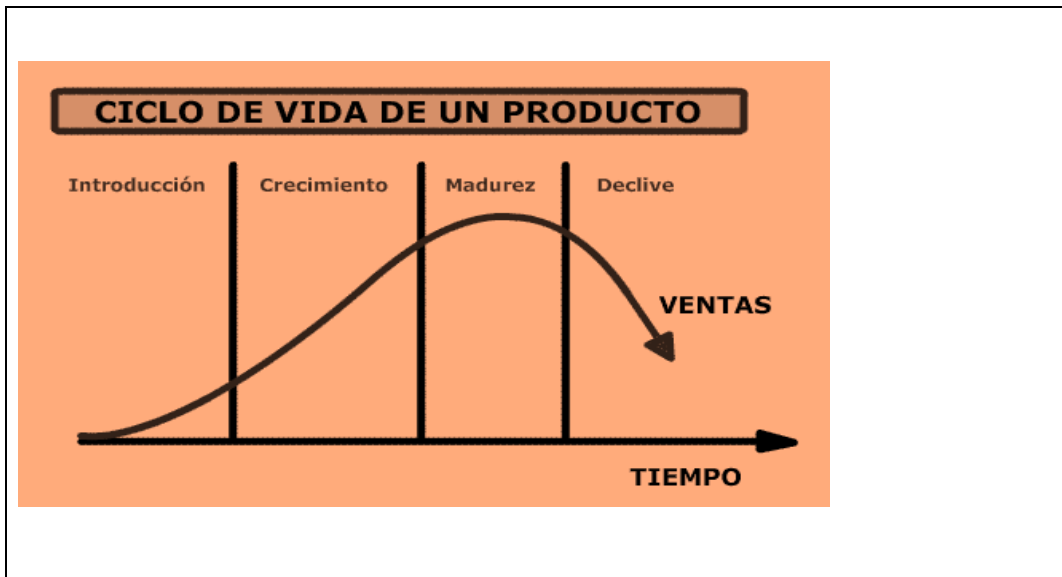
## **2.7 CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS.**

El producto tiene ciertas fases de progresión a través del tiempo en el mercado, es decir el producto pasa por distintas etapas de crecimiento provocando a su paso la aceptación del mismo bajo la demanda insatisfecha, llegando a la madurez del mismo cuando el producto se encuentra en auge de ventas y por último el declive que es cuando el producto o la venta baja considerablemente.

Se detalla a continuación la gráfica del ciclo de vida de los productos



**Gráfico 6: Ciclo de vida de un producto.**



Fuente: (Thompson, 2015).  
Elaborado por; (Alcoer, 2018)

### **2.7.1 Primera etapa: Introducción.**

Es cuando un producto o servicio es introducido por primera vez al mercado aquí se establece variables de mercadotecnia, es decir se conjuga el precio con la promoción, plaza, y un producto de calidad, en este punto es de suma importancia plantear estrategias que conlleven a tener resultados exitosos para la empresa u organización.

### **2.7.2 Segunda etapa: Crecimiento.**

En esta etapa debemos tener un incremento rápido en ventas, tratando de que el producto tenga la mejor acogida en el mercado, ya sea por su calidad, precio o preferencias de los consumidores. En este punto la competencia comienza a compenetrar en el campo por las oportunidades que se observa a gran escala, por lo tanto, la empresa debe incrementar con rapidez promociones para que las ventas no declinen o disminuyan por ende la pérdida de utilidades.

Para esto puede utilizar técnicas que conlleven a la empresa a lograr sus metas con la ayuda de varios pasos que a continuación detallo:

- El producto debe tener características que resalten como la calidad y el precio.
- Debe tener productos complementarios.

- Los canales de distribución deben ser cortos y fiables
- Contar con publicidad.

### **2.7.3 Tercera etapa: Madurez.**

En un comienzo cuando se lanza al mercado un producto probablemente competitivo, se tiene la certeza de continuar hasta el final con ese mismo producto, pero a medida que pasa el tiempo las personas cambiamos de parecer y de gustos, planteándonos nuevas alternativas de compra, es ahí cuando los productores deciden abandonar el producto con que se está trabajando, sin saber que eso le puede traer consecuencias negativas. Por lo tanto, se debe tener técnicas o estrategias para hacer una mezcla que beneficie tanto al productor y consumidor.

- Fidelizar a nuevos clientes.
- Compenetrar en otros sitios del mercado.
- Un producto que llame la atención del cliente ya sea por precios, marca, promoción, incentivos, etc.

### **2.7.4 Cuarta etapa: Declive.**

Al parecer en todo negocio hay un punto de declinación del producto, ya sea por que las ventas bajan o por que el negocio está perdiendo el potencial de comercialización, que puede ser por varios factores como son: la tecnología, cambio de gustos de los clientes, precios elevados, producto de mala calidad etc. Es así que muchas empresas prefieren el cierre definitivo del negocio que seguir invirtiendo sin apercibir ningún beneficio. Sin embargo, puede haber alguna clase de solución tomando nuevas alternativas de estrategias para optar por nuevas expectativas al consumidor final.

- Tratar de incrementar la inversión para mejor el negocio.
- Fortalecer el posicionamiento del producto.
- Cancelar deudas pendientes.
- Recuperar el capital invertido.

## **2.8 ESTUDIO TÉCNICO.**

Este estudio se debe establecer con las funciones de producción óptima encargada de la utilización de la eficiencia y eficacia de cada uno de los recursos disponibles dentro de la producción ya sea bienes o servicios de forma social.

Según (Sapag.N, 2010), este autor menciona que dentro de las capacidades comprendidas el objetivo es determinar el proceso de producción, de acuerdo a los siguientes aspectos:

- Establecer la localización de la planta.
- Tener una infraestructura de los servicios.
- Conocer cuáles son las efluentes y las pérdidas de los procesos.
- Elaboración del cronograma de inversión.
- Contar con la tecnología a utilizarse adecuada.
- Y establecer un control de la calidad.

Se considera importante identificar y especificar las características que son de los activos fijos y la creación de cada proceso de producción, el cual ayude a mejorar y tener un control de los recursos que son destinados al proyecto indicado.

Según (Sapag.N, 2010) con la validación de las distintas técnicas de fabricación del producto que va a ser comercializado se debe analizar cada uno de los aspectos como la localización de cada componente de la empresa, el cual es importante para realización del producto.

Para ellos se aplica las preguntas de donde, cuando, como se va establecer la producción en relación a los aspectos técnicos y operativos de un proyecto, el cual tenga toda la relación con el funcionamiento en la operatividad del proyecto aplicar.

**Gráfico 7: Estudio técnico**



Fuente: (Sapag.N, 2010)  
Elaborado por; (Alcocer, 2018)

### 2.8.1 Tamaño del proyecto.

La empresa sustenta el proyecto con la capacidad de producción durante el tiempo que dure el mismo, considerando la función, operación y factores que generan el bien o servicio,. (Miranda, 2006)

Se puede decir que siempre hay que tener muy en cuenta la naturaleza del proyecto para buscar el tamaño óptimo es decir asegurar una rentabilidad para los involucrados.

**Gráfico 8: Tamaño del proyecto.**



Fuente: (Zuñiga, 2015)

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

### **2.8.2 Como medir el tamaño del proyecto.**

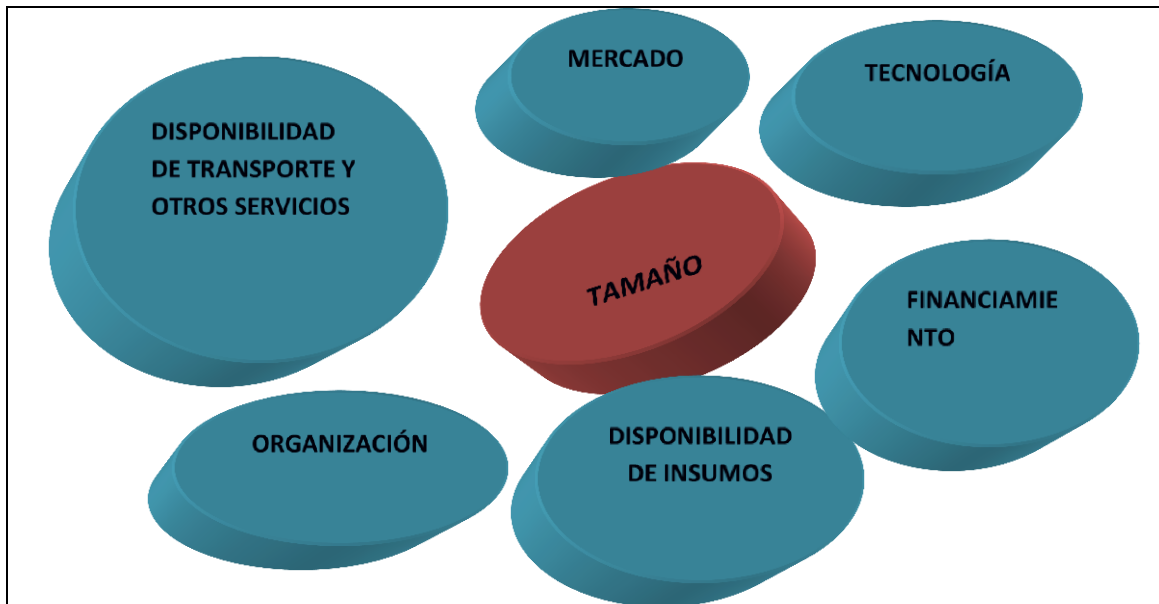
(Galán, 2004), para la medición del tamaño del proyecto es necesario ver los factores que demanda la venta, es decir contar con la suficiente materia prima para la elaboración del producto, tecnología, equipos, instalación, para de esta manera determinar la cantidad de producción para cubrir la demanda presente y futura.

Hay que tener muy en cuenta si el proyecto tiene la capacidad de contar con recursos propios o financiados para cubrir las exigencias de la implementación del proyecto.

### **2.8.3 Factores que condicionan el tamaño del proyecto.**

Los factores que determina el proyecto son necesarios, al establecer en primera instancia el análisis de los factores que condicionan o limitan, lo cual se establece de acuerdo al siguiente gráfico.

**Gráfico 9: Factores que condicionan el tamaño de un proyecto**



Fuente: (ILPES, 2010)

Elaborado por: Alcocer, Jose (2018)

A continuación, vamos a señalar los factores del tamaño del proyecto.

- **El mercado.**

Es la parte física donde se realizan diversas transacciones en base a la compra y venta de los productos que se van a comercializar a los posibles clientes potenciales, ya sea en un periodo de plazo corto o largo.

En el mercado podemos encontrar toda clase de productos que tienen diversos precios los mismos que son fijados por la oferta y la demanda que puede evolucionar día a día. (ILPES, 2010)

- **Tecnología.**

Todo país busca desarrollarse de manera positiva utilizando una tecnología de punta, es por eso que para la fabricación de ciertos productos los fabricantes o productores requieren de maquinarias que realicen los trabajos de manera rápida sin pérdida de tiempo, ya que eso representa pérdida para la empresa.

Con la utilización de la tecnología podemos facilitar el progreso social y económico, pues nos ayuda a resolver los problemas complejos. (ILPES, 2010)

- **Financiamiento y organización.**

Ocurre según las condiciones del proyecto es decir se puede encontrar a empresa con la incapacidad de poder llegar a la comercialización directa con los clientes ya sea por aspectos financieros o por el tamaño de insumos que se pretende llegar al mercado. (ILPES, 2010)

- **Localización (disponibilidad) de insumos.**

Para la localización de un producto es necesario contar con el transporte adecuado, para que la materia prima sea trasladada en densidades grandes o pequeñas, todo esto de acuerdo al tamaño de proyecto. (ILPES, 2010)

- **La disponibilidad de transporte.**

La empresa debe estar lista con los productos que va a transportar, para ello debe estar preparado con vehículos suficientemente equipados, tomando en cuenta el medio en el que va a viajar. (ILPES, 2010)

- **La capacidad administrativa.**

Se compone por la selección del tamaño, tiene importancia suficiente por la cantidad y calidad del producto que labora el personal de la empresa asumiendo las labores del proceso del mismo, sin embargo, el personal administrativo tiene como fin supervisar, evaluar y controlar los productos ya elaborados que serán comercializados (ILPES, 2010)

#### **2.8.4 Selección del tamaño adecuado.**

(Raúl Coss, 2005) El tamaño del producto tiene la capacidad de entrar al mercado con posibilidades de posicionarse con un producto de calidad, teniendo en cuenta las necesidades del consumidor para de esta manera poder satisfacer a cada uno de estos, caracterizándose en el valor que se da a la comercialización, por lo tanto se debe tener en consideración los criterios de los consumidores sobre el producto que quiere adquirir,

considerando los costos de producción; para de esta manera preveer la venta exitosa, utilidad y rentabilidad.

### **2.8.5 Tamaño óptimo.**

Es el que hace mínimo el costo del capital invertido de cada unidad de producción durante el tiempo establecido de duración del mismo, es decir ayuda en la minimización de los costos unitarios y establecen el margen de ganancias de cada inversionista (Chaig, 2007).

A través de operaciones sencillas se realiza el respectivo cálculo, considerando las variables que a continuación detallamos

- Inversión.
- Ciclo de vida de los equipos
- Costos unitarios
- Mercado.

### **2.8.6 Localización.**

Es de suma importancia resaltar el lugar donde se va a realizar el proyecto esto constituye la parte fundamental, ya que los consumidores sabrán donde ir de manera directa a adquirir el producto o bien deseado.

Para esto se debe analizar de manera exhaustiva la ubicación geográfica del local o empresa, utilizando mecanismos y criterios sociales para que ayuden o aporten a la ubicación definitiva del negocio. (Jácome, W, 2005)

### **2.8.7 Factibilidad de ubicación.**

La decisión de localización se desarrolla a un largo plazo en relación a la economía a la cual se toma en cuenta la localización de la tecnología que se utiliza dentro del proyecto, ya sea en las restricciones físicas en la viabilidad de los costos de operación y

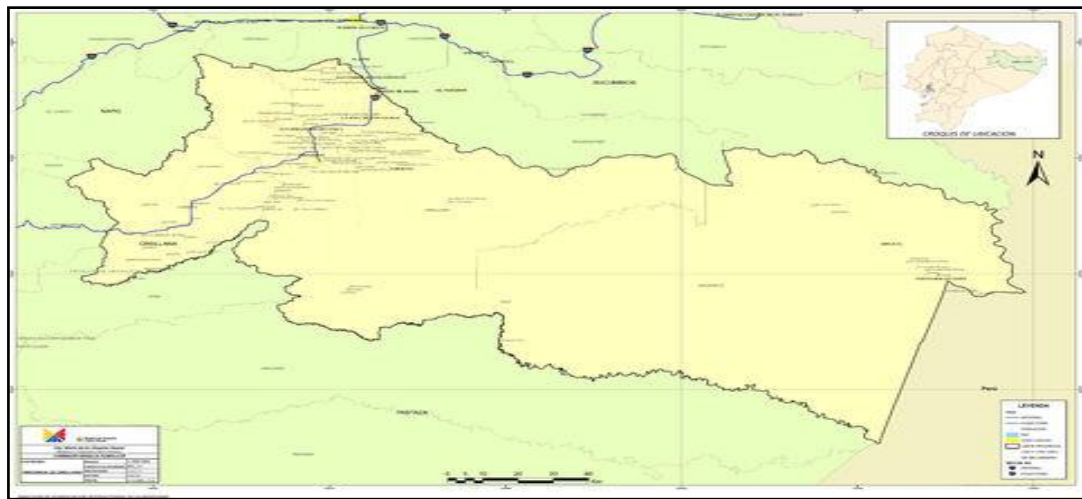


su respectivo capital asociado dentro de la ubicación posible, considerándose como un carácter definitivo que permite tener el mayor rendimiento del proyecto (Galán, 2004).

### 2.8.8 Macro localización.

Es la parte geográfica donde el proyecto se va a ejecutar es decir la ciudad o provincia que determina la ubicación definitiva del proyecto, se determina las características físicas y socio económicas que requiera el proyecto para de esta manera cubrir con los requerimientos requeridos (Luna, R; Chavez, Damaris, 2001).

### Gráfico 10: Mapa de la provincia de Orellana



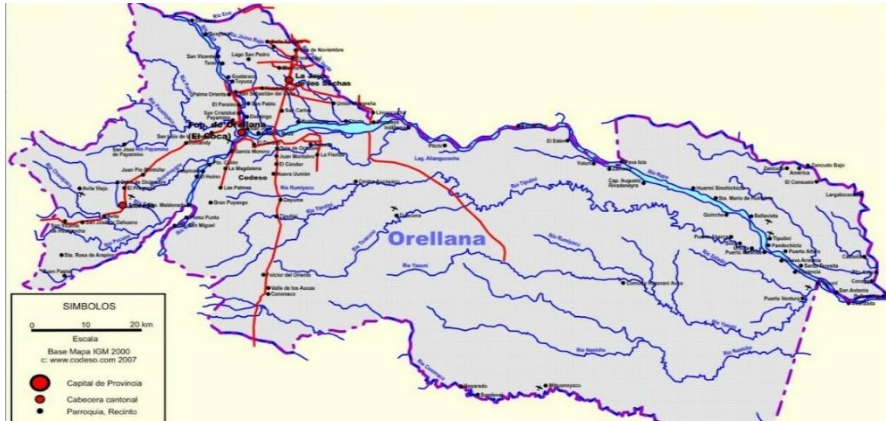
Fuente: PDyOT La Belleza (2018)  
Elaborado por: (Alcoer, 2018)

### 2.8.9 Micro localización.

Es necesario tener ya una ubicación específica donde se instalará el negocio, es decir puede estar ubicado en un cantón, el barrio urbanización, cooperativa y la dirección del lugar.

Se considera de manera primordial el terreno a ser usado para el proyecto siempre y cuando cumpla con los objetivos de lograr la más alta utilidad para la empresa, cabe resaltar que se debe tener los medios de acceso al negocio para no complicarles el acceso a los clientes (Pimentel, 2008)

## Gráfico 11: Parroquia La Belleza



Fuente: PDyOT La Belleza (2018)

Elaborado por; (Alcocer, 2018)

## 2.9 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO.

### 2.9.1 Estudio administrativo.

Se determina como administrar un negocio o un proyecto de manera estructural, se puntualiza la forma de llevar a cabo las labores administrativas en la dirección, para hacer una buena toma de decisiones.

Una organización conformada por un grupo de personas, que su fin u objetivo es conseguir y mostrar los elementos administrativos como la planificación, estrategias y las acciones establecidas, con el fin de poder cumplir los objetivos establecidos dentro de la empresa. Por otra parte, se definen herramientas dentro de la organización de los recursos humanos. (Griffin, 2011).

### 2.9.2 Estudio económico- financiero.

Al estudiar este punto investigativo se determina los ingresos y costos del proyecto y con ello todos los recursos financieros con los beneficios que conlleva. El capital que se invierte es parte de los rendimientos financieros, de ello depende para comenzar la secuencia de fabricación, negociación y comercialización. (Guzmán. F.;, 2010)

### **2.9.3 Estados financieros del proyecto.**

(Eslava.J, 2003), Son apoyos contables que se presentan al finalizar el trabajo de la posición financiera en una fecha establecida, y los resultados que permiten establecer los cambios dentro del ejercicio de manera eficiente y oportuna.

Para el desarrollo del análisis y evaluación del proyecto de inversión, se debe establecer un ejercicio de manera simulatoria, cual base es las operaciones que se van a llevar a cabo en el proyecto financiero que se encuentra dentro de la siguiente proforma:

### **2.9.4 Estado de Inversión Inicial del proyecto.**

La inversión inicial del proyecto se refiere a la totalidad del dinero para iniciar su actividad y por ende la salida en la cual incide costos y gastos, para ellos se establece un estado de inversión en donde se detalla específicamente lo que se va a requerir:

- Establecer un precio cancelado por el bien dentro de su capital.
- Conocer cuáles van a ser sus costos y gastos para iniciar. Y por ende cuáles son los estímulos que tiene.

### **2.9.5 Estado de Resultados del proyecto.**

Con este estado se debe mostrar de manera detallada los ingresos y egresos que se va a realizar durante todo el periodo.

### **2.9.6 Balance General del proyecto.**

Se le denomina también estado de situación financiera muestra en forma detallada lo que la empresa posee como, por ejemplo:

- Caja
- Cuentas x cobrar
- Maquinaria

- Materia prima
- Vehículos
- Terreno
- Capital, etc.

### **2.9.7 Flujo de efectivo del proyecto.**

Demuestra de manera cronológica las operaciones de entrada y salida durante todo el periodo económico de la empresa.

### **2.9.8 Evaluación financiera.**

(Erossa.V, 2010) este tipo de evaluación se realiza con el fin de conocer la rentabilidad económica y social, de esa manera se podrá resolver las necesidades de forma eficiente y rentable, que ayuda a tener y recuperar los recursos de la mejor manera sin perjudicar la institución. La metodología de evaluación se podría aplicar a las siguientes áreas:

- Cuando se establece la instalación de la planta.
- Al momento de establecer una nueva evaluación del proyecto.
- La creación de sucursales con estudio apropiado.
- Reemplazo de las maquinarias por daños o por no contar con la capacidad suficiente.

### **2.9.9 Presupuesto.**

Se encarga de establecer una planificación a largo tiempo, es decir de más de cinco años, en donde se determina las ventas futuras, costos y gastos que se van a requerir durante la producción, para saber si se va a tener una utilidad dentro de esos años establecidos.

Se conoce también como una expresión cuantitativa al monte de cumplir los objetivos establecidos al inicio de la actividad, de esa forma se va controlando el progreso de tales objetivos (Guzmán. F.; 2010).

### **2.9.10 Razones financieras.**

Son conocidas como herramientas que permiten analizar e interpretar la información que se elabora dentro del estado financiero, con las razones de manera estática, dinámica y mezclada:

- Estáticas. – Es en donde el numerador y denominador da como resultado los estados financieros estáticos.
- Dinámicas. – Este estado financiero tiene el numerador y denominador de forma dinámica.
- Mezcladas. – Es una combinación del estado estático y dinámico (Guzmán. F., 2010)

### **2.10 MÉTODO DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.**

Ayuda a tomar la decisión de rechazar o aceptar la inversión, ya que se realiza en base de las técnicas de evaluación de algunos métodos, siendo las más conocidas las siguientes:

- Periodo de recuperación. – Se encarga de determinar cuál es el tiempo que se necesita, para poder tener los recursos suficientes después de la inversión.

El periodo de recuperación se los conoce por el número de años proyectados, y ello se los realiza con el respectivo flujo de caja. (Erossa.V, 2010).

- Método de Valor Presente Neto. – Esta se obtiene después de una inversión, después de realizar el costo de capital y su resta del valor inicial se obtiene el desembolso del proyecto, si es de valor positivo permite conocer que la inversión es favorable y se puede aplicar (Erossa.V, 2010).
- Método de la tasa interna de retorno o TIR. - El valor presente del flujo de efectivo que se aplica en el futuro, o los ingresos después de establecer el costo inicial del proyecto.

Para conocer la factibilidad del proyecto es importante que se establezca la comparación de la TIR con su respectivo costo de capital, es decir si la TIR es mayor del costo de capital, es aceptable el presente proyecto, si es todo lo contrario es preferible no ponerlo en práctica (Erossa.V, 2010).

## **2.11 IDEA A DEFENDER**

El diseño de un proyecto de factibilidad permite la creación de la planta procesadora de pasta de cacao en la parroquia la Belleza, permitiendo de esta manera incrementar los ingresos para los socios participantes.

## **CAPÍTULO III : MARCO METODOLÓGICO**

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

Cada investigación se encarga de establecer los métodos o pasos que se deben aplicar, en este caso se relaciona la metodología cualitativa y cuantitativa, ya que estudia el problema de manera teórica y también práctica, para conocer la importancia de la idea a defender.

Por lo tanto, se aplicará los siguientes métodos:

- **Cuantitativa:** Está orientada prácticamente al estudio de las variables y el análisis estadístico, está enfocado a cada una de las características cuantitativas.
- **Cualitativa:** Esta caracterizada por múltiples fenómenos y diversas categorías encargadas de la verificación de la idea a defender, en relación a la encuesta establecida.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para la investigación se utilizó algunos tipos de fuentes de información:

#### **3.2.1 Investigación Exploratorio.**

El método exploratorio es el que se utiliza para familiarizar cada fenómeno con el investigador, de los hechos o situaciones que ellos desconocen. El argumento que sostiene la investigación es que se finaliza cuando ya se tiene la suficiente información en relación a los que se desconocía, por ellos es lento el proceso debido a que no existe un método que ayude aproximarse a la realidad. (Daniel, 2008),

#### **3.2.2 Investigación Descriptiva.**

Según (Daniel, 2008) En esta investigación se pretende establecer la descripción de las situaciones y los eventos de la manifestación de los fenómenos.

Se busca específicamente las propiedades que son importantes, en relación a una serie de cuestiones que permite medir las variables independientemente y establecer la descripción de la investigación

### **3.2.3 Investigación de campo.**

(Daniel, 2008) Determina que la investigación de campo se elabora por informaciones que desarrollan en el lugar de los hechos, para conocer sus problemas y poder establecer las correctas decisiones al tratar de resolver los problemas.

## **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

En el tema de investigación emplearemos encuestas:

### **3.3.1 Población**

La parroquia La Belleza ubicada en la provincia de Orellana, según datos del plan de ordenamiento territorial de la zona, cuenta con 4133 habitantes, los mismos que están distribuidos por 2180 hombres y 1953 mujeres en su totalidad.

Cabe mencionar que en estas estadísticas están agrupados los pobladores económicamente activos, niños, adultos mayores, discapacitados.



**Tabla 3: Población de la parroquia La Belleza**

ORELLANA		Hombre	Mujer	Total
	ALEJANDRO LABAKA	647	590	1.237
DAYUMA	3.524	2.774	6.298	
EL DORADO	872	767	1.639	
EL EDEN	469	431	900	
GARCIA MORENO	594	497	1.091	
INES ARANGO	1.617	1.421	3.038	
<b>LA BELLEZA</b>	<b>2.180</b>	<b>1.953</b>	<b>4.133</b>	
NUEVO PARAISO	1.538	1.179	2.717	
PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA	23.598	21.565	45.163	
SAN JOSE DE GUAYUSA	1.032	919	1.951	
SAN LUIS DE ARMENIA	1.049	963	2.012	
TARACOA	1.403	1.213	2.616	
<b>Total</b>	<b>38.523</b>	<b>34.272</b>	<b>72.795</b>	

Fuente: (PDyOT La Belleza, 2014)

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

### 3.3.2 Muestra

En la investigación se tomará una parte proporcional de la población de la parroquia La Belleza, es decir se trabajará con la población económicamente activa las mismas que están consideradas de entre 18 a 60 años bajo dependencia laboral pública o privada.

**Tabla 4: Segmentación poblacional de la parroquia La Belleza**

PARROQUIA LA BELLEZA	POBLACION	TOTAL	
	MUJERES E.A.	460	1090 pobladores económicamente activos
	HOMBRES E.A.	630	
	ADULTO MAYOR	590	
	PERSONAS CON DISCAPACIDAD	53	
	DESEMPLEADOS	800	
	NIÑOS	1600	
	4133		

Fuente: (PDyOT La Belleza, 2014)

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 12: Formula de Muestra**

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N-1)e^2 + o^2 \cdot Z^2}$$

Fuente: (Zorrilla, 2009)

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

Dónde:

- n = el tamaño de la muestra.
- N = tamaño de la población; corresponde a 1.090 habitantes de la parroquia.
- $\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96
- e = Límite aceptable de error muestral, que generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. En nuestro caso utilizaremos 0,05%

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

$$n = \frac{1090 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{(1090-1) 0.05^2 + 0.5^2 \times 1.96^2}$$

$$n = \frac{1090 \times 0.25 \times 3.84}{1089 \times 0.0025 + 0.96}$$

$$n = 284$$

La muestra de nuestra investigación será de 284 consumidores a ser encuestados.

Para realizar el cálculo de la muestra de productores se aplicará la misma fórmula con la diferencia en el Universo que es de 793 productores, este dato se obtuvo del GAD parroquial de La Belleza.

Donde:

- $n$  = el tamaño de la muestra.
- $N$  = tamaño de la población; corresponde a 793 habitantes de la parroquia.
- $\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- $Z$  = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96

- $e$  = Límite aceptable de error mastral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. En nuestro caso utilizaremos 0,05%

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

$$n = \frac{793 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{(793-1) 0.05^2 + 0.5^2 \times 1.96^2}$$

$$n = \frac{793 \times 0.25 \times 3.84}{792 \times 0.0025 + 0.96}$$

$$n = 259$$

La muestra de nuestra investigación será de 259 productores a ser encuestados.

### 3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.4.1 Métodos.

- **Método inductivo.**

Para el autor (Carvajal, 2006), es un método que contiene conclusiones particulares a las generales, asegurando un resultado verdadero claro y sencillo, basándose en observaciones de hechos concretos para llegar a una situación objetiva.

- **Método deductivo.**

(Carvajal, 2006), manifiesta que este método va de lo general a lo particular, es decir parte del razonamiento lógico y de las verdades establecidas como principios para en lo posterior aplicarlos en casos individuales y de esta manera comprobar su validez.

- **Método analítico.**

El tema, planteamiento del problema, objetivo, justificación, marco teórico, y la propuesta de la investigación, se lo utiliza en forma sistemática para la ejecución del proyecto (Carvajal, 2006)

### **3.4.2 Técnicas.**

- **Encuesta.**

Se lo realiza a los posibles beneficiarios a través de preguntas formuladas a cada uno de estos, considerándoles población objetivo, de esta manera se apreciará los puntos de vista para en lo posterior poder adoptar la mejor alternativa para el mejoramiento del proyecto (Carvajal, 2006)

- **Entrevista.**

Para saber los requerimientos y necesidades de los beneficiarios, es necesario mantener una entrevista directa con cada uno de ellos, de esta manera se podrá tener conocimiento de lo que solicitan (Carvajal, 2006)

- **Observación.**

Se tendrá la oportunidad de visitar los lugares donde se ejecutará el proyecto, es decir se tendrá claro la localización y se conocerá la realidad del mismo (Carvajal, 2006).

### **3.4.3 Instrumentos**

Los libros, textos especializados, páginas Web, etc. son parte fundamental para la investigación que se realizará, ya que resulta a más de una guía una ayuda para el entendimiento de los factores estudiados y el análisis de los datos obtenidos. (Carvajal, 2006).

- **Cuestionario.**

Es un grupo de preguntas que necesitan respuestas claras y objetivas para de este modo sacar las mejores conclusiones con respecto a la calidad del proyecto que se está llevando en marcha. Esta clase de preguntas pueden ser cerradas y abiertas. . (Carvajal, 2006).

- **Ficha de entrevista.**

Deben mantener una secuencia bien estructurada para tener un control sobre las sugerencias del cliente. (Carvajal, 2006).

- **Observación.**

Mediante la observación se tendrá resultados exactos captados por cámaras fotográficas de esta manera se podrá dar fe de lo investigado. . (Carvajal, 2006)**3.5.3.**

- **Instrumentos**

Con la ayuda de los diferentes libros o textos serán aquellos que servirán para validar los análisis aportados a la información, estos serán la guía para el investigador los mismos que aportarán a los temas que competen a la investigación. (Daniel, 2008)

### **3.4.4 Resultados**

Para la respectiva tabulación se procedió a trabajar en la parroquia en estudio y se obtuvieron los siguientes resultados.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE CACAO.

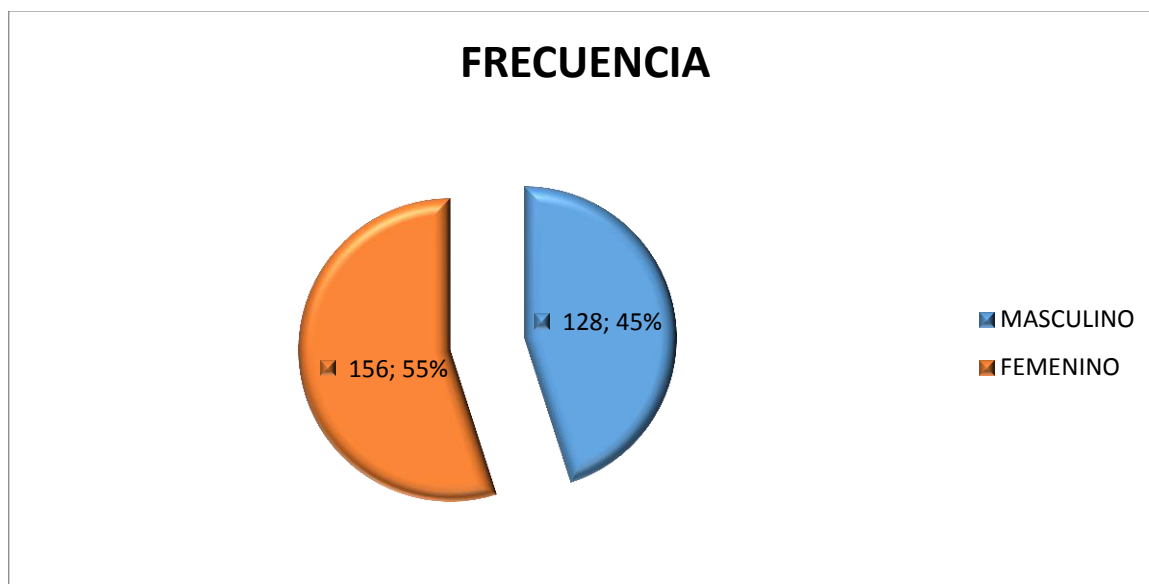
### Datos Generales.

**Tabla 5: Género**

GENERO	FRECUENCIA	%
MASCULINO	128	45
FEMENINO	156	55
	284	100

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 13: Género.**



Fuente: Tabla No 5  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

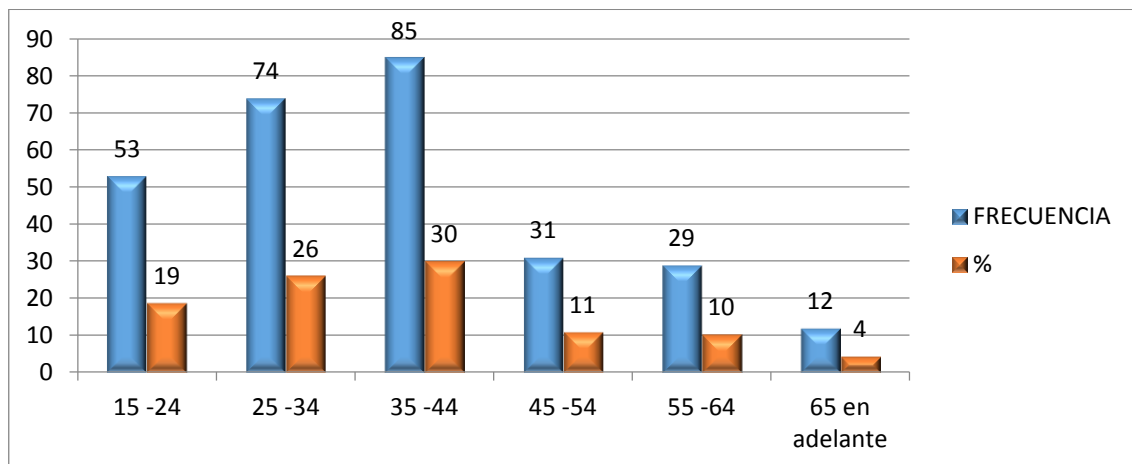
Al realizar la encuesta en la parroquia La Belleza se pudo constatar que el 55% de la población es de género femenino y un 45% de género masculino.

**Tabla 6: Edad:**

<b>EDAD</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
15 -24	53	19
25 -34	74	26
35 -44	85	30
45 -54	31	11
55 -64	29	10
65 en adelante	12	4
	284	100

**Fuente:** Encuesta realizada  
**Elaborado por:** (Alcocer, 2018)

**Gráfico 14: Edad.**



**Fuente:** Tabla No 6  
**Elaborado por:** (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

El 30% de la población está entre los 35 y 44 años de edad, el 26% se mantiene en el margen de 25 a 34 años de edad, un 19% es de edad comprendida entre 15 y 24 años, el 11% se encuentra entre los límites de 45 a 54 años, el 10% está entre los 55 a 65 años y el restante 4% se halla en una edad mayor o de 65 años.

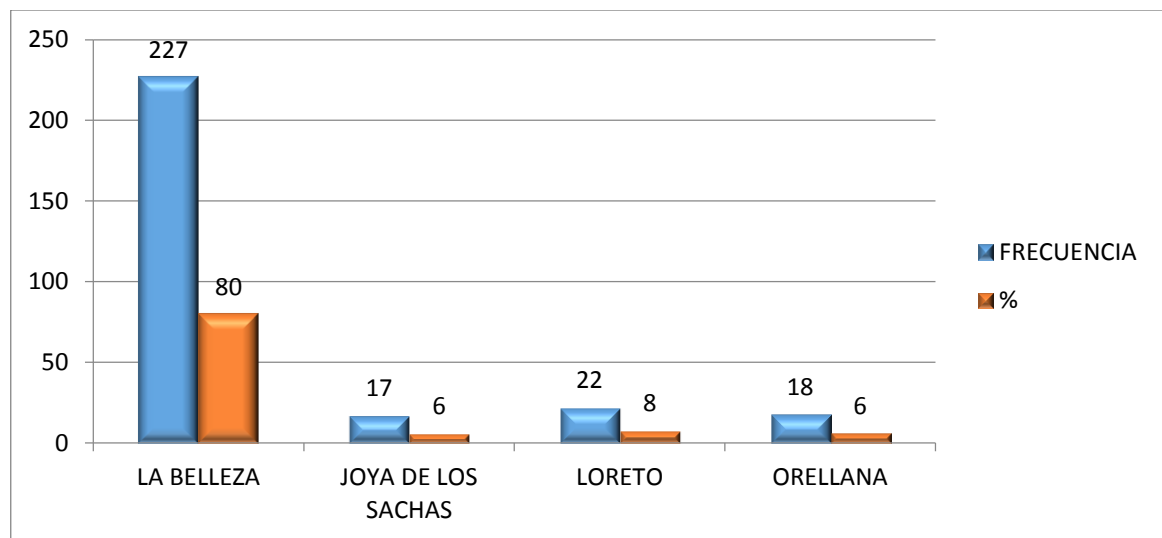


**Tabla 7 : Residencia:**

RESIDENCIA	FRECUENCIA	%
LA BELLEZA	227	80
JOYA DE LOS SACHAS	17	6
LORETO	22	8
ORELLANA	18	6
	284	100

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 15: Residencia**



Fuente: Tabla No 7  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

El 80% de la población encuestada reside en la parroquia La Belleza, el 8% son residentes de Loreto, y de Joya de los Sachas y Orellana son un 6% de la población encuestada.

## CUESTIONARIO.

### 1. ¿Se incluye la pasta de cacao en la dieta alimenticia de su familia?

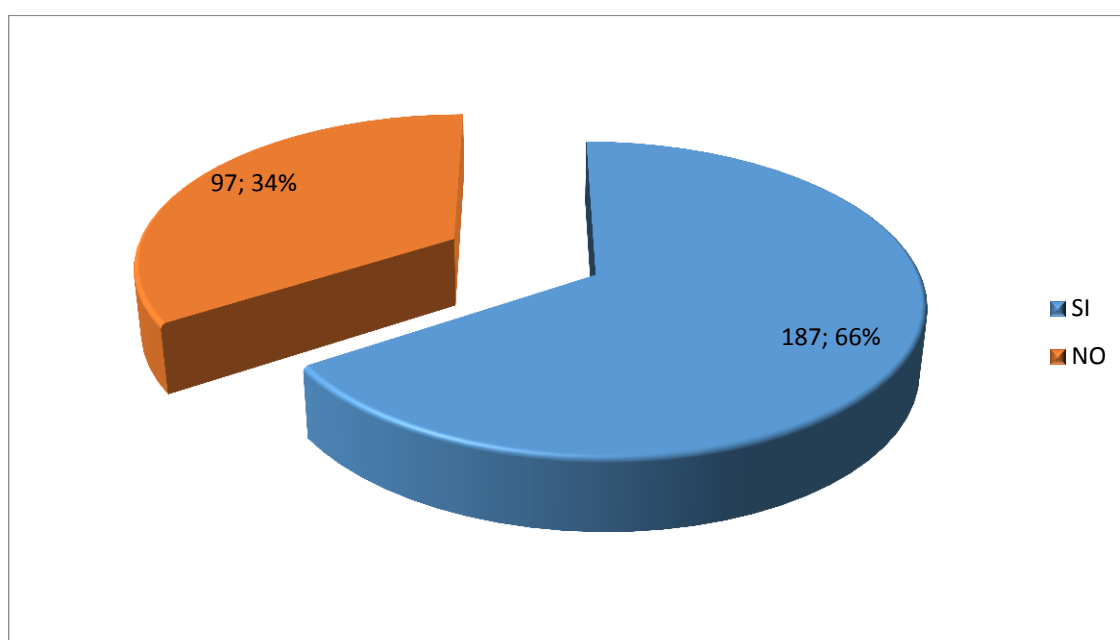
**Tabla 8 : Incluye pasta de cacao**

INCLUYE PASTA DE CACAO	FRECUENCIA	%
SI	187	66
NO	97	34
	<b>284</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** (Alcocer, 2018)

**Gráfico 16: Incluye pasta de cacao**



**Fuente:** Tabla No 8

**Elaborado por:** (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

El 66% de la población encuestada a manifestado que si consume la pasta de cacao, mientras que el 34% de la población indicó que no lo hace. En este caso se le podría considerar como mercado a explotar.

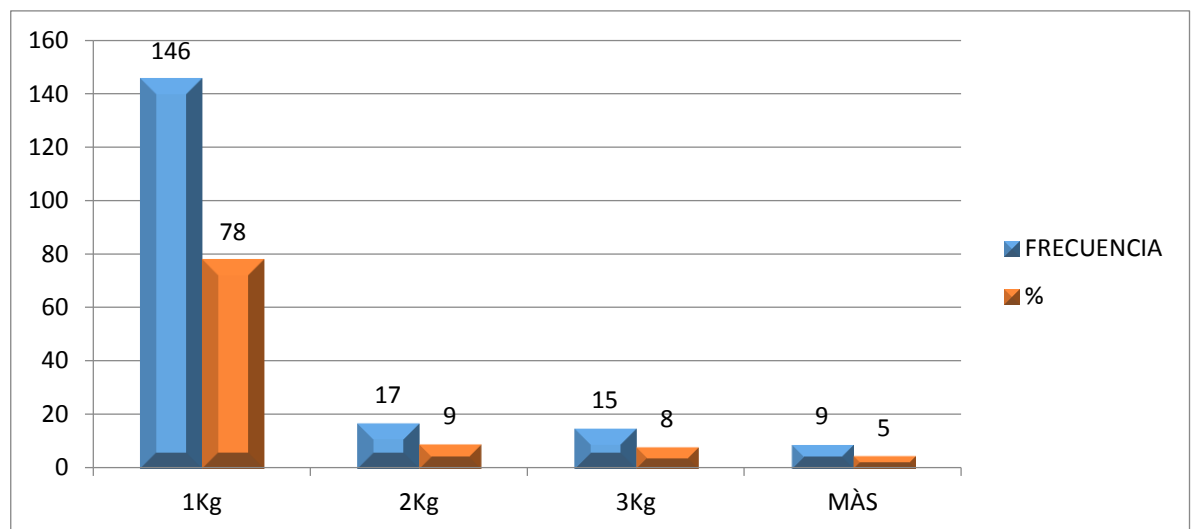
## 2. Para el consumo familiar, ¿en qué cantidad adquiere de pasta de cacao?

**Tabla 9: Cantidad que adquiere.**

CANTIDAD QUE ADQUIERE	FRECUENCIA	%
1Kg	146	78
2Kg	17	9
3Kg	15	8
MÁS	9	5
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 17 : Cantidad que adquiere**



Fuente: Tabla No 9  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

Se evidencia que de la totalidad de familias que consumen pasta de cacao el 78% adquiere 1 Kg. El 9% no excede los 2Kg, el 8% los 3Kg, y un 5% consume más de 3%.

### 3. ¿Con que frecuencia consume usted este producto?

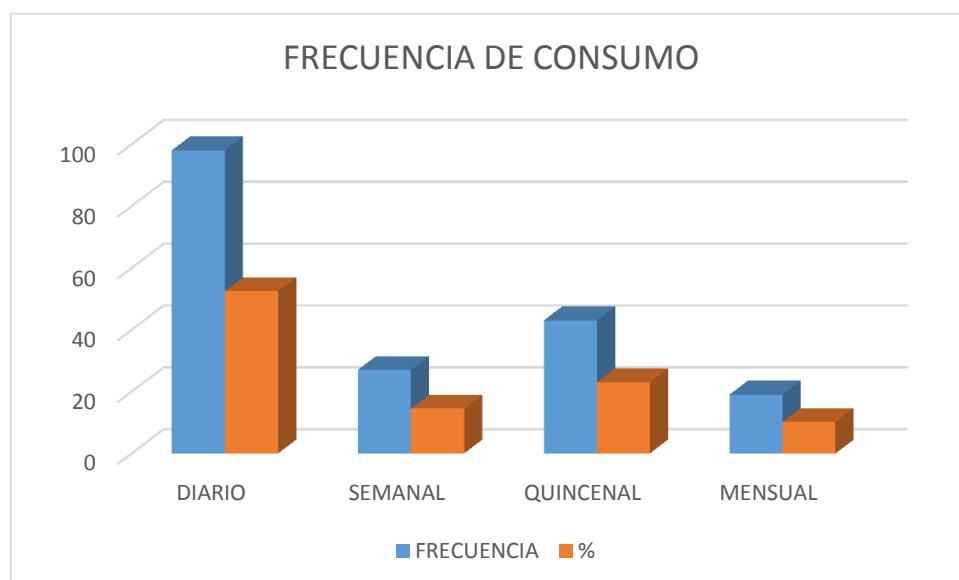
**Tabla 10: Frecuencia de Consumo.**

FRECUENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA	%
DIARIO	98	52
SEMANTAL	27	14
QUINCENAL	43	23
MENSUAL	19	10
	<b>187</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada

**Elaborado por:** (Alcocer, 2018)

**Gráfico 18: Frecuencia de consumo**



**Fuente:** Tabla No 10

**Elaborado por:** (Alcocer, 2018).

#### **Análisis.**

El 52% de la población que consume pasta de cacao lo hace a diario, el 23% consume quincenalmente, el 14% tiene un consumo semanal, y un 10% lo realiza en forma mensual.

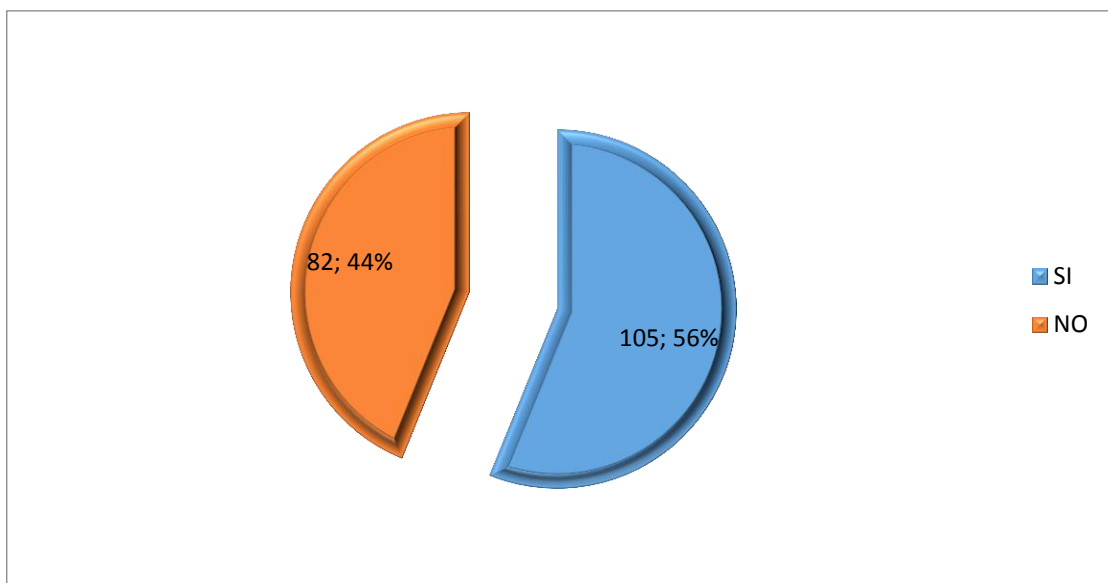
#### 4. La pasta de cacao que actualmente consume ¿han llenado sus expectativas?

**Tabla 11: Cumple con las expectativas.**

LA PASTA LLENA LAS ESPECTATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	105	56
NO	82	44
	187	100

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 19: Cumple con las expectativas.**



Fuente: Tabla No 11  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

#### **Análisis.**

Un 56% de la población manifiesta que si llena las expectativas de consumo la pasta de cacao, mientras que el 44% manifiesta que no lo hace.

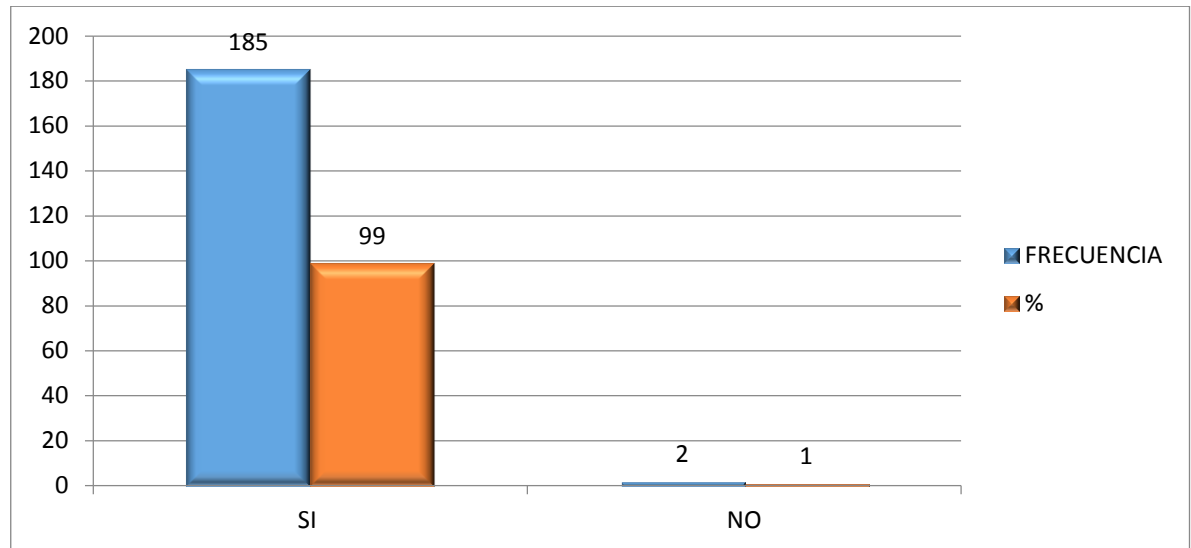
## 5. ¿Estaría dispuesto a adquirir pasta de cacao eviscerada envasada al vacío?

**Tabla 12: Disposición por pasta envasada al vacío.**

DISPOSICION POR PASTA ENVASADA AL VACIO	FRECUENCIA	%
SI	185	99
NO	2	1
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 20: Disposición por pasta envasada al vacío.**



Fuente: Tabla No 12  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

Casi la totalidad de la población con un 99% está con la predisposición de consumir pasta de cacao envasada al vacío, mientras que un 1% manifiesta que no lo haría.

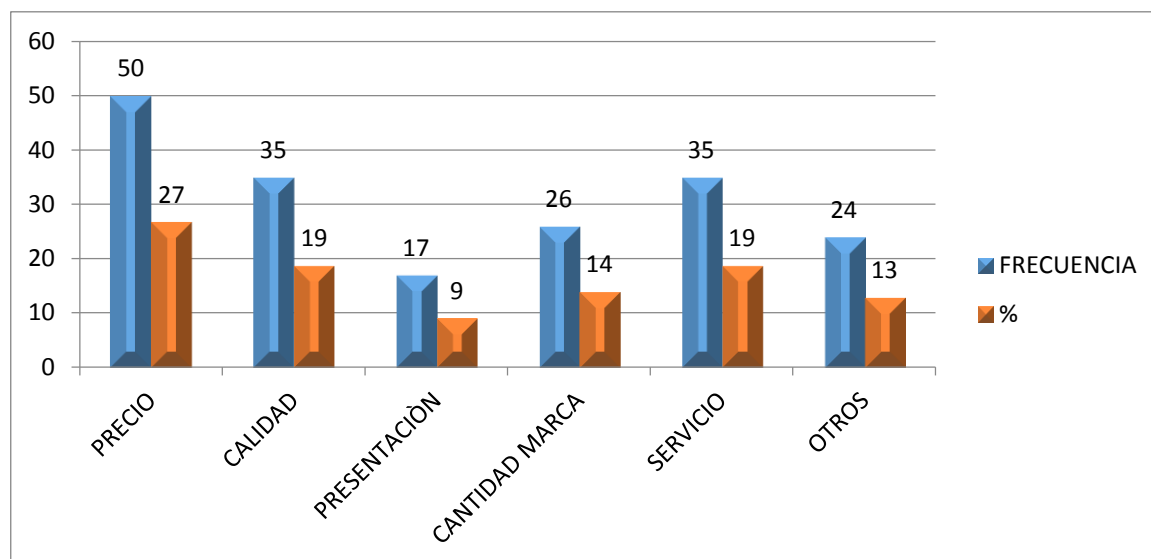
## 6. ¿Qué características usted observa a la hora de realizar su compra?

**Tabla 13: Características que observa**

CARACTERÍSTICAS QUE OBSERVA	FRECUENCIA	%
PRECIO	50	27
CALIDAD	35	19
PRESENTACIÓN	17	9
MARCA	26	14
SERVICIO	35	19
OTROS	24	13
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 21: Características que observa**



Fuente: Tabla No 13  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

Un 27% de la población se fija en el precio para comprar, el 19% se fija tanto en la calidad como en el servicio, a un 14% le atrae la marca, el 13% otros factores y a un 9% le llama la atención la presentación del producto.

## 7. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el kilo de pasta de cacao?

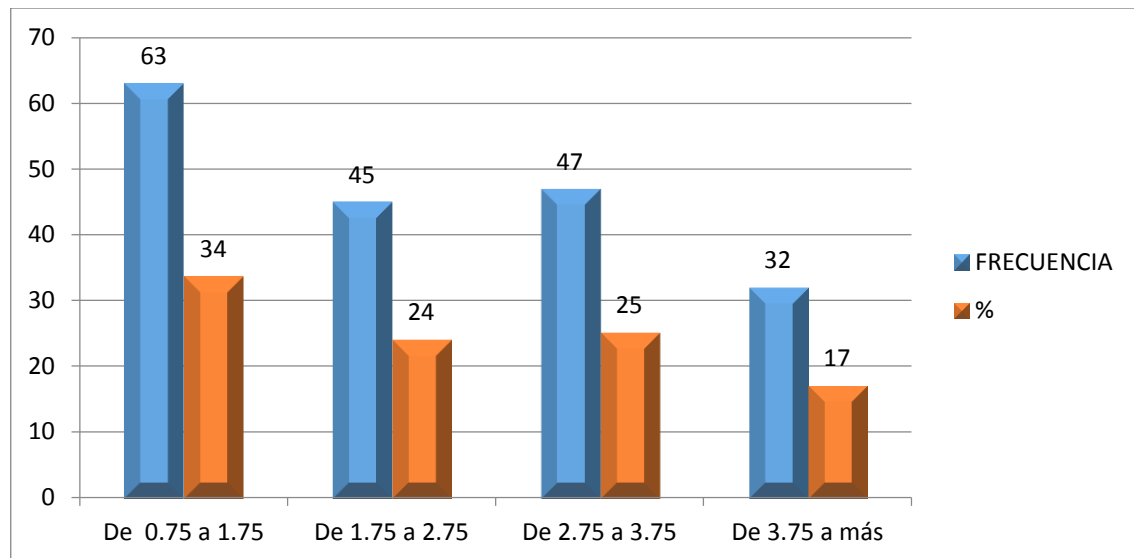
**Tabla 14: Disponibilidad de pago.**

DISPONIBILIDAD DE PAGO.	FRECUENCIA	%
De 0.75 a 1.75	63	34
De 1.75 a 2.75	45	24
De 2.75 a 3.75	47	25
De 3.75 a más	32	17
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 22: Disponibilidad de pago.**



Fuente: Tabla No 14

Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

El 34% de la población está dispuesta a pagar entre 0.75 y 1.75 dólares por el kilo de pasta de cacao, el 25% considera que se puede cancelar entre 2.75 a 3.75, el 24% está en el rango de 1.75 a 2.75, y un 17% está dispuesto a cancelar más de 3.75 dólares por kilo



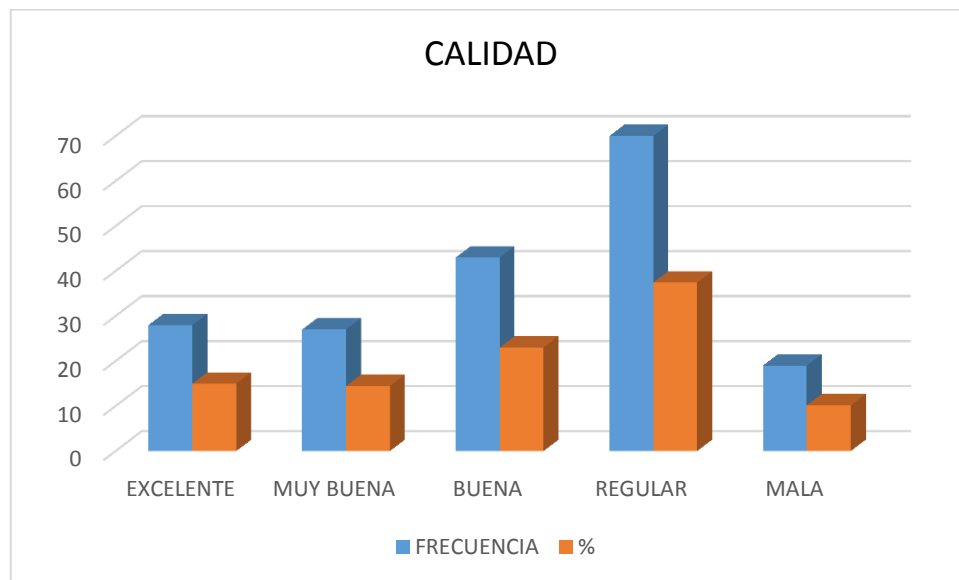
**8. ¿Cómo considera la calidad de la pasta de cacao que usted adquiere actualmente?**

**Tabla 15: Calidad del producto.**

<b>CALIDAD DEL PRODUCTO.</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
EXCELENTE	28	15
MUY BUENA	27	14
BUENA	43	23
REGULAR	70	37
MALA	19	10
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 23: Calidad del producto.**



Fuente: Tabla No 15  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

**Análisis.**

El 37% de los consumidores considera que la calidad del producto existente en el mercado es regular, el 23% considera que es de buena calidad, el 15% la considera excelente, el 14% lo califica como muy bueno, y un 10% la considera de mala calidad.

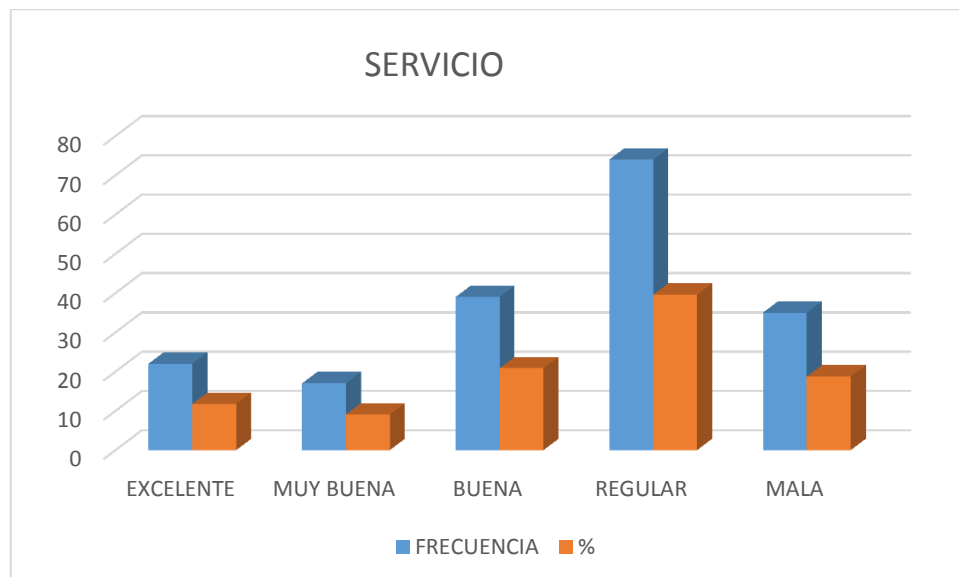
## 9. ¿Cómo cataloga usted el servicio que le brinda su proveedor?

**Tabla 16: Servicio del proveedor.**

SERVICIO DEL PROVEEDOR.	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	22	12
MUY BUENA	17	9
BUENA	39	21
REGULAR	74	40
MALA	35	19
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 24: Servicio del proveedor.**



Fuente: Tabla No 16  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

Un 40% de la población considera que el servicio es regular, el 21% lo califica de bueno, el 19% lo considera malo, un 12% lo califica de excelente y un 9% lo evalúa como muy bueno.

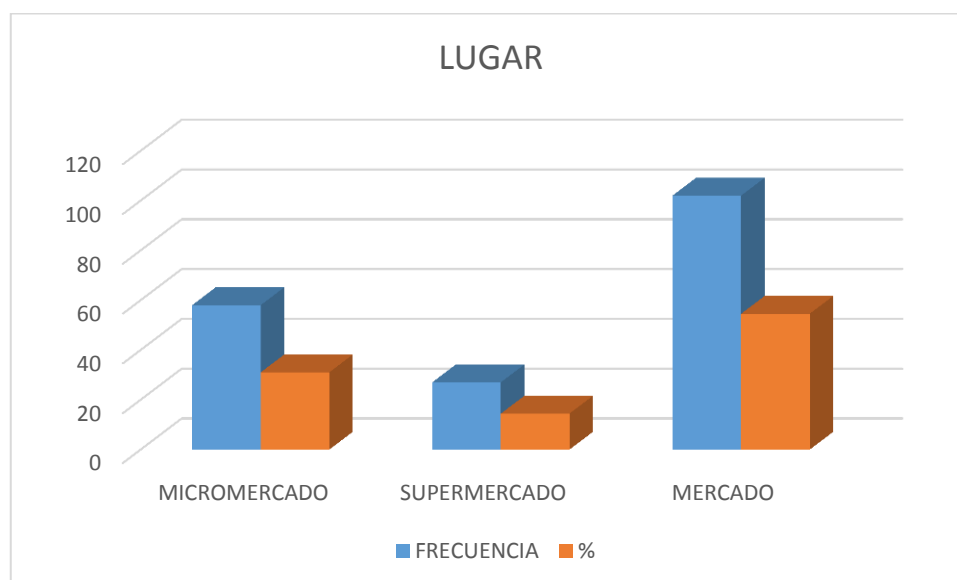
## 10. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

**Tabla 17: Lugar de adquisición.**

LUGAR PARA ADQUISICIÓN	FRECUENCIA	%
MICROMERCADO	58	31
SUPERMERCADO	27	14
MERCADO	102	55
	<b>187</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 25: Lugar de adquisición.**



Fuente: Tabla No 17  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

EL 55% de la población que consume pasta de cacao prefiriera adquirirlo en un mercado, el 31% optaría por adquirirlo en los micromercados y el 14% restante prefiriera los supermercados.

## ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CACAO

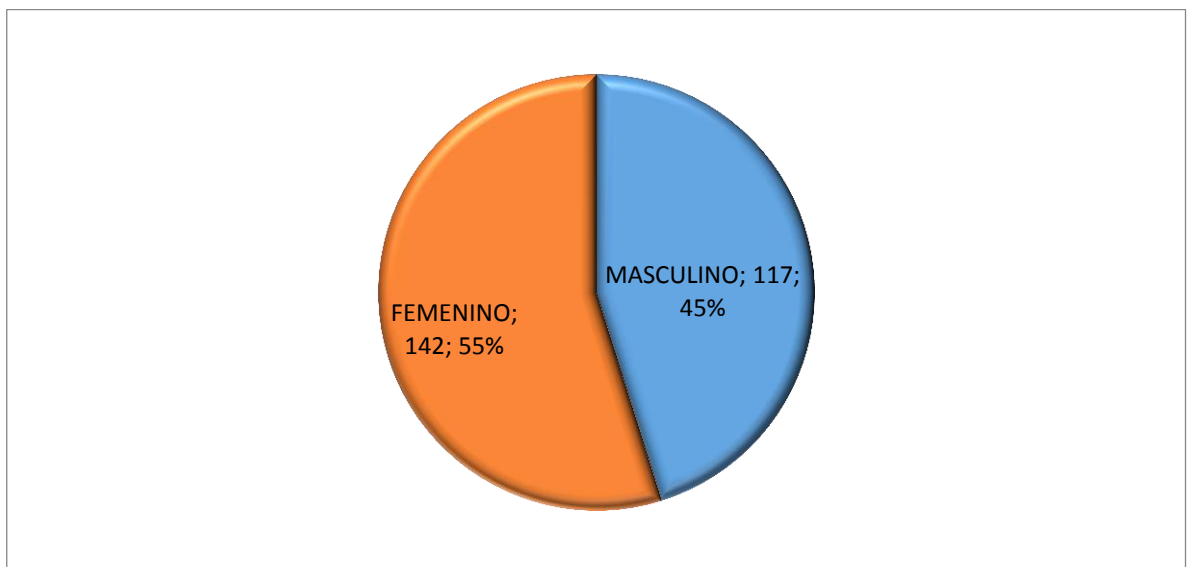
### Datos Generales

**Tabla 18: Género:**

<b>GENERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
MASCULINO	117	45
FEMENINO	142	55
	259	100

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 26: Género**



Fuente: Tabla No 18  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

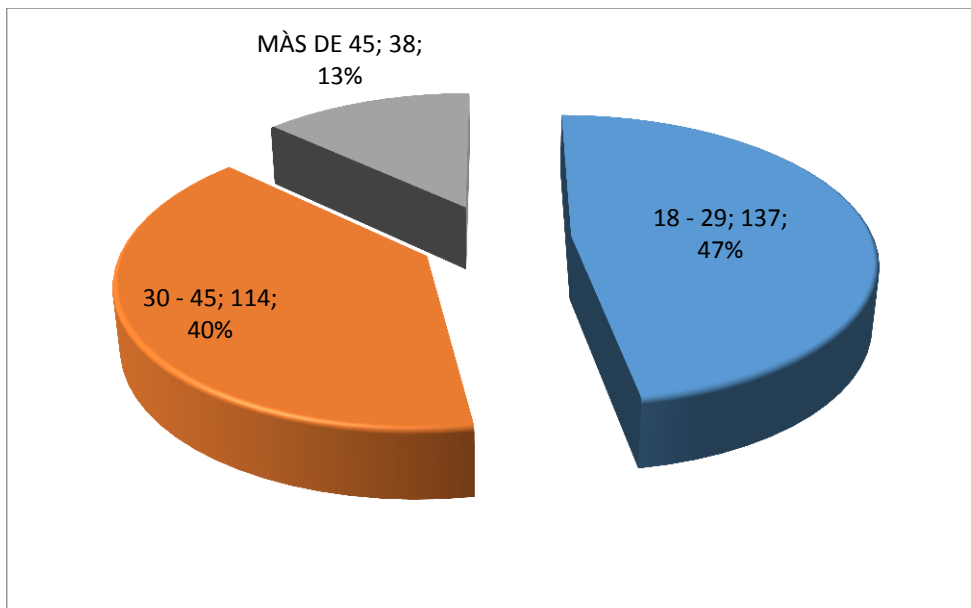
De acuerdo a la información obtenida en el campo se evidencia que el 55% de la población dedicada a la producción de pasta de cacao es de género femenino, mientras que el 45% es de género masculino.

**Tabla 19: Edad**

EDAD	FRECUENCIA	%
18 - 29	137	53
30 - 45	114	44
MÀS DE 45	38	15
	<b>259</b>	<b>112</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 27: Edad.**



Fuente: Tabla No 19  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

El 53% de la población está comprendida entre los 18 a 29 años de edad, denotándose las pocas variantes en la posibilidad laboral que existe en la parroquia La Belleza, el 44% de productores esta entre los 30 y 45 años, y el 15 % de productores es mayor a los 45 años.

## Cuestionario

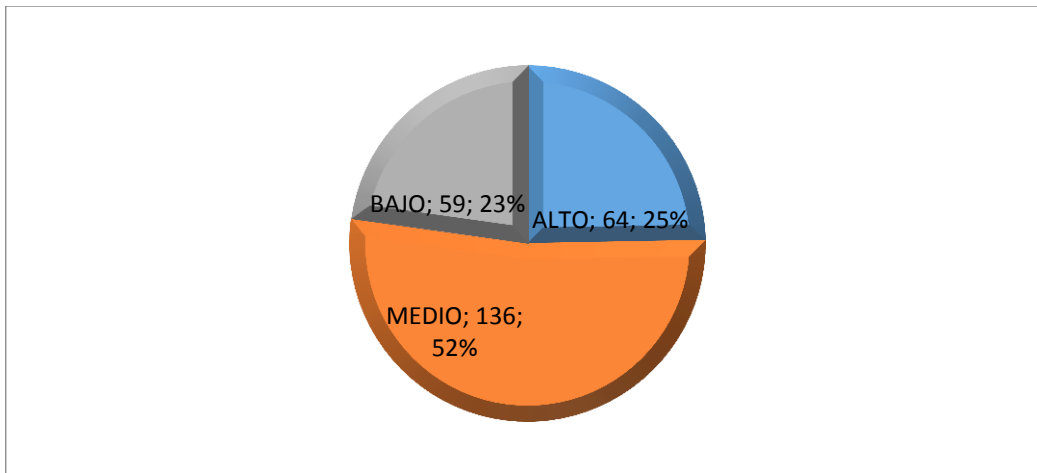
1. ¿La producción del cacao en la parroquia la Belleza, según su criterio, en qué grado de desarrollo se encuentra?

**Tabla 20: Grado de desarrollo**

GRADO DE DESARROLLO	FRECUENCIA	%
ALTO	64	25
MEDIO	136	53
BAJO	59	23
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 28: Grado de desarrollo**



Fuente: Tabla No 20  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

53% de los productores considera que el desarrollo de los métodos productivos es medio, el 25% considera que es alto, y el 23% lo considera bajo.

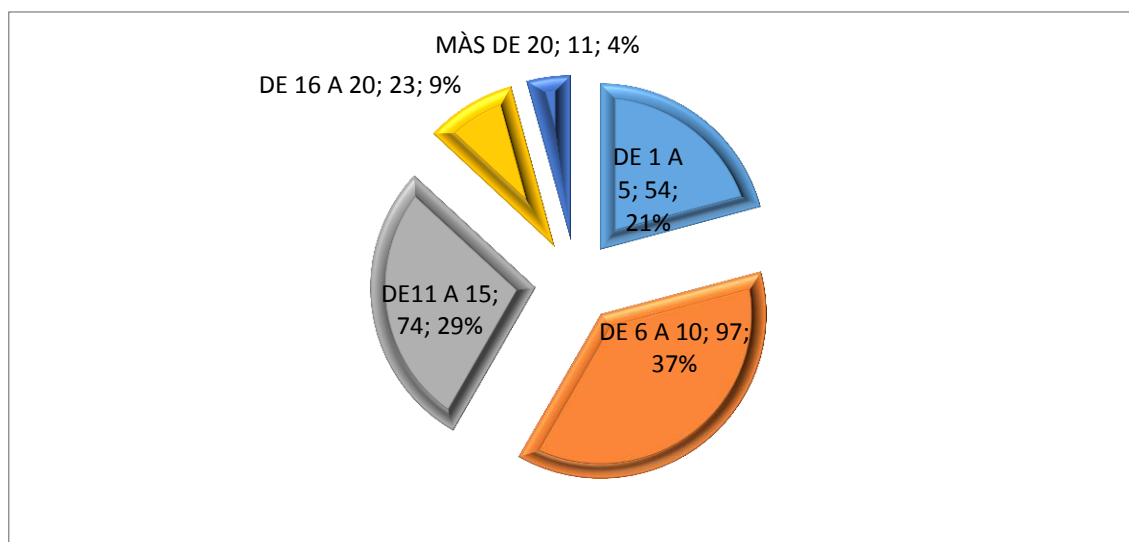
## 2. ¿Cómo productor cuántos quintales de cacao produce anualmente por hectárea?

**Tabla 21: Produccion en quintales**

PRODUCCION EN QUINTALES	FRECUENCIA	%
DE 1 A 5	54	21
DE 6 A 10	97	37
DE 11 A 15	74	29
DE 16 A 20	23	9
MÁS DE 20	11	4
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 29: Produccion en quintales.**



Fuente: Tabla No 21  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### Análisis.

El 37% de los productores genera un promedio de 6 A 10 quintales de pasta de cacao. El 29% genera de 11 a 15 quintales, el 21 % genera de 1 a 5 quintales, el 9% genera de 16 a 20 quintales y el 4% genera más de 20 quintales de cacao.

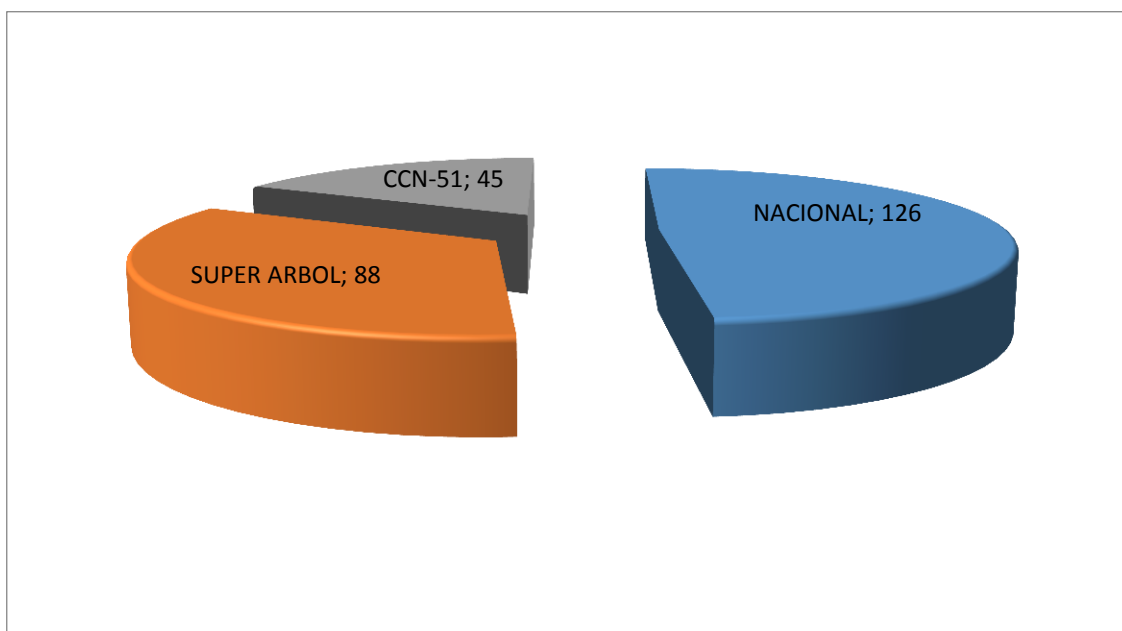
## 2. ¿Qué variedad de cacao produce en su finca?

**Tabla 22: Variedad que se produce.**

VARIEDAD QUE SE PRODUCE	FRECUENCIA	%
NACIONAL	126	49
SUPER ARBOL	88	34
CCN-51	45	17
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 30: Variedad que se produce.**



Fuente: Tabla No 22  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

Un 49% de los productores siembra la variedad de cacao conocida como nacional, el 34% cultiva el súper árbol, el 17% cultiva el CCN-51.



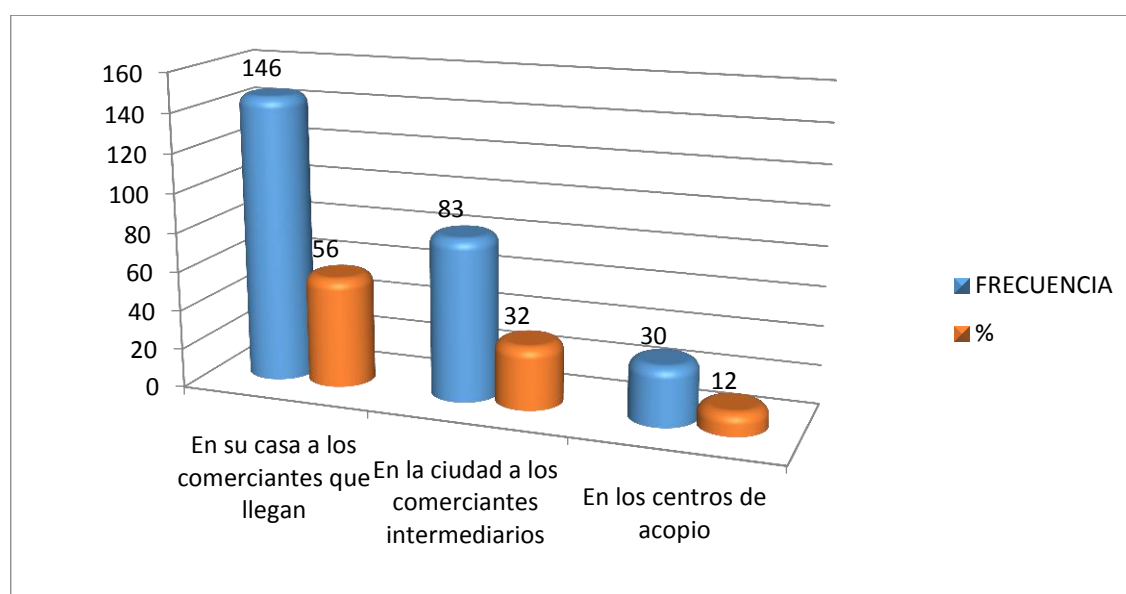
### 3. ¿En qué lugar vende su producto?

**Tabla 23: Lugar de venta**

LUGAR DE VENTA	FRECUENCIA	%
En su casa a los comerciantes que llegan	146	56
En la ciudad a los comerciantes intermediarios	83	32
En los centros de acopio	30	12
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 31: Lugar de venta**



Fuente: Tabla No 23  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

#### **Análisis.**

El 56% de productores realiza su expendio en su misma vivienda, el 32% lo hace transportándolo a la ciudad, el 12% lo transporta a los centros de acopio.

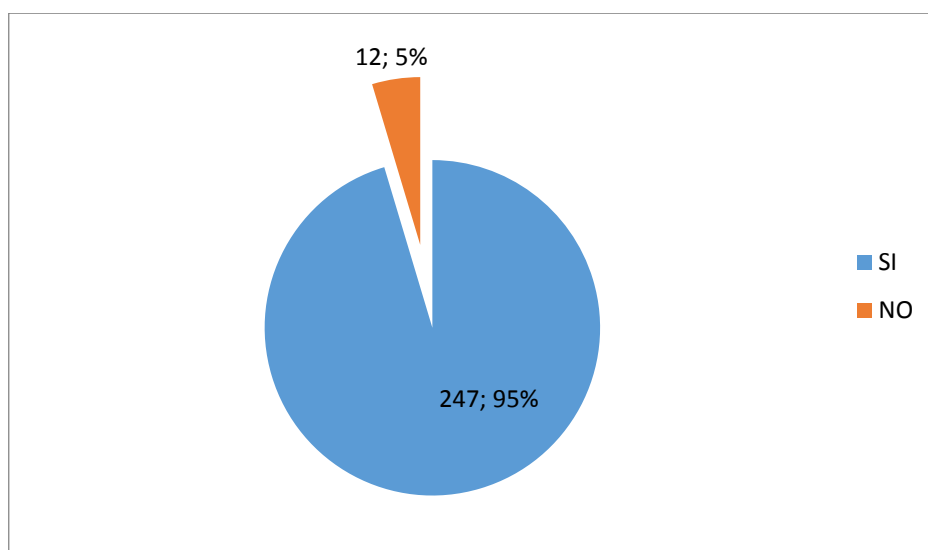
4. ¿Estaría dispuesto vender su producto a una procesadora de pasta de cacao instalado en su zona?

**Tabla 24: Disponibilidad de comerciar con productora.**

DISPONIBILIDAD DE COMERCIAR CON PRODUCTORA	FRECUENCIA	%
SI	247	95
NO	12	5
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 32: Disponibilidad de comerciar con productora.**



Fuente: Tabla No 24  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

**Análisis.**

El 95% de los productores estaría dispuesta a comerciar con una productora por considerar que se eliminan intermediarios y recibirían un mejor pago por su trabajo, mientras que un 5% no lo considera necesario.

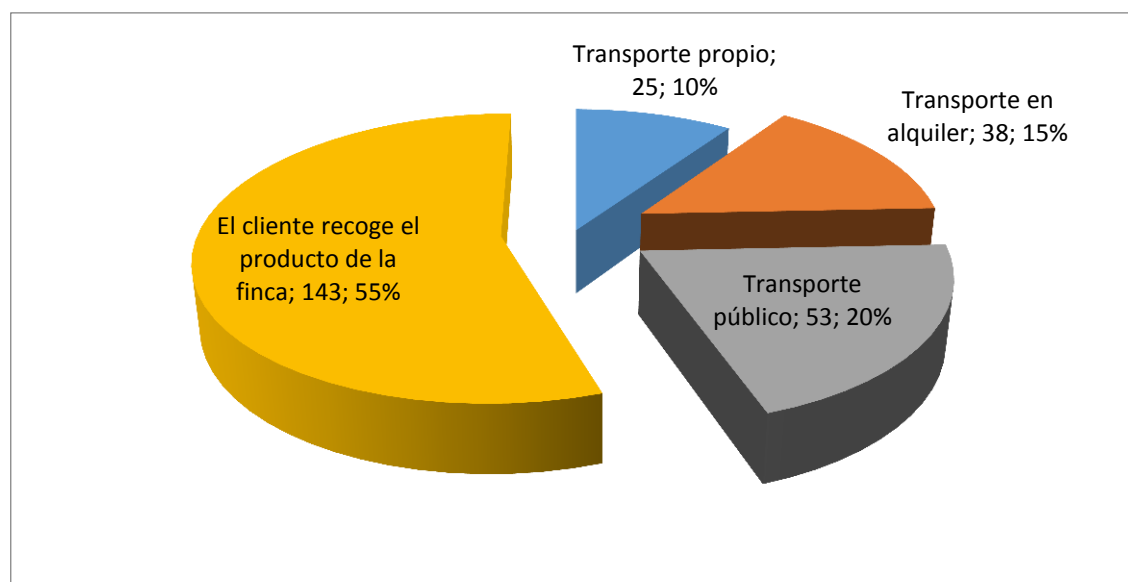
5. ¿Para la venta de su producto, cuando tiene que sacar de su finca, que medio de transporte usted utiliza?

**Tabla 25: Transporte que utiliza**

TRANSPORTE QUE UTILIZA	FRECUENCIA	%
Transporte propio	25	10
Transporte en alquiler	38	15
Transporte público	53	20
El cliente recoge el producto de la finca	143	55
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 33: Transporte que utiliza**



Fuente: Tabla No 25  
Elaborado por: (Alcocer, 2018).

**Análisis.**

El 55% de productores expenden su producto en su lugar, el 20% utiliza el transporte público para transportar su mercadería, el 15% lo hace a través de un vehículo de alquiler y el 10% lo hace en su propio vehículo.

6. ¿Al implementar en la parroquia la Belleza una planta procesadora de pasta de cacao, creé usted que se generaría mayores oportunidades de rentabilidad a los agricultores?

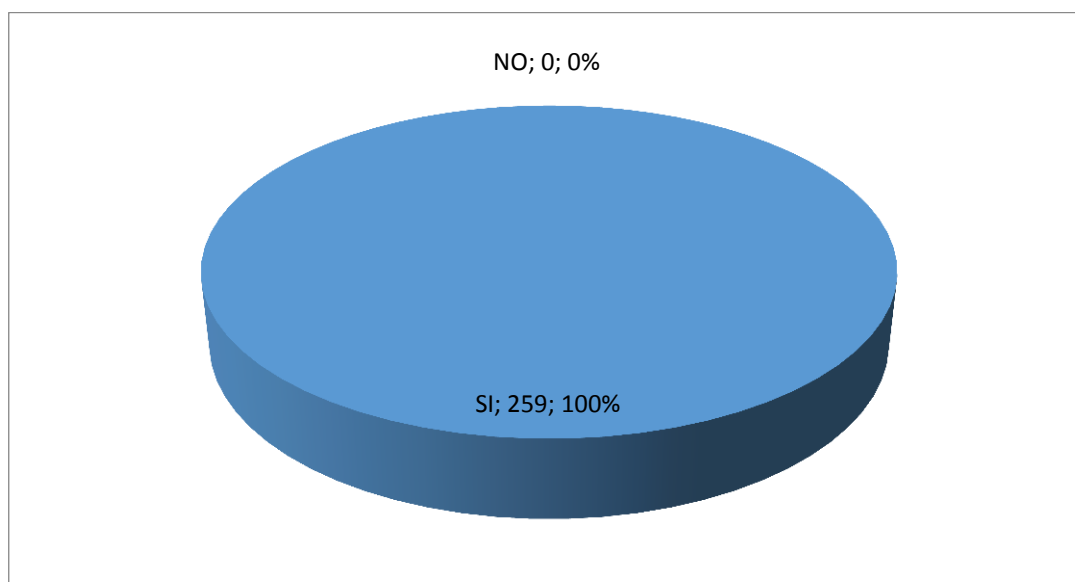
**Tabla 26 : Una planta procesadora incrementaría las utilidades**

<b>UNA PLANTA PROCESADORA INCREMENTARÍA LAS UTILIDADES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SI	259	100
NO	0	0
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 34: Una planta procesadora incrementaria las utilidades.**



Fuente: Tabla No 26

Elaborado por: (Alcocer, 2018).

### **Análisis.**

La totalidad de productores considera positivo el implementar en la parroquia la Belleza una planta procesadora de pasta de cacao, para que se generare mayores oportunidades de rentabilidad a los agricultores.

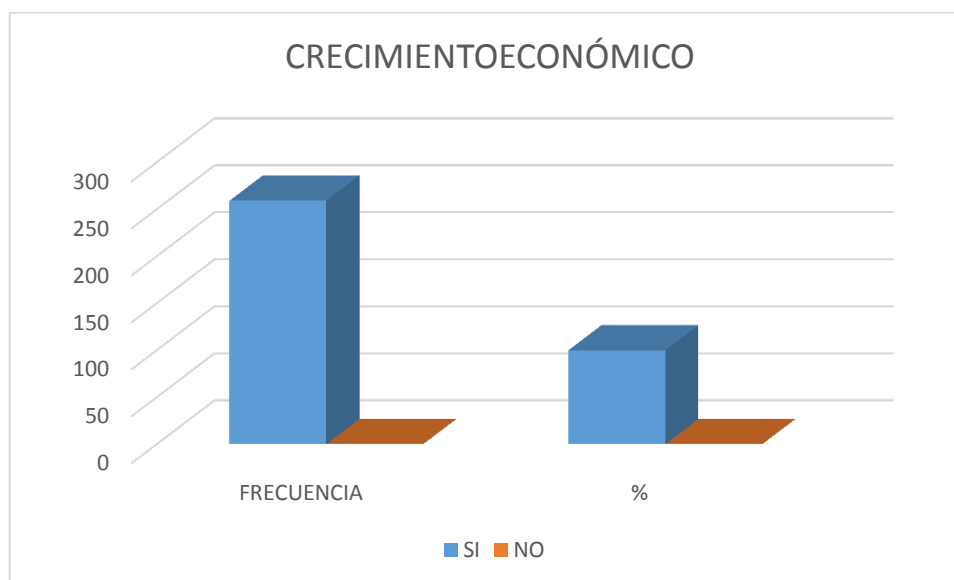
**7. ¿De ser factible el proyecto, considera que la parroquia La Belleza tendría un crecimiento socio económico?**

**Tabla 27: Habrá crecimiento económico.**

HABRÁ CRECIMIENTO ECONÓMICO	FRECUENCIA	%
SI	259	100
NO	0	0
	<b>259</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada  
 Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 35: Habrá crecimiento económico.**



Fuente: Tabla No 27  
 Elaborado por: (Alcocer, 2018).

**Análisis.**

Sin excepción la población de productores de pasta de cacao considera que si habrá un crecimiento económico en la parroquia La Belleza.

**VERIFICACION DE LA IDEA A DEFENDER.** - El diseño de un proyecto de factibilidad al permitir la creación de la planta procesadora de pasta de cacao en la parroquia la Belleza, de esta manera permita incrementar los ingresos para los socios participantes y el pueblo en general, al crearse nuevas fuentes de empleo.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TEMA.**

Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en la parroquia La Belleza, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana, periodo 2018.

### **4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA.**

#### **4.2.1 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es más que el análisis de la determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. El Estudio de Mercado se constituye en la primera fase que permite determinar la viabilidad del proyecto, además que permite proyectar la situación futura, especificando políticas y procedimientos a ser utilizadas como estrategia comercial.

##### **4.2.1.1 Objetivos del Estudio de Mercado**

Dentro del objetivo del Estudio de Mercado se prevee:

- ✚ Analizar y determinar la oferta, demanda y precios de los derivados de cacao, con sus potenciales tendencias que aseguren un mercado de distribución del producto procesado de manera segura.
- ✚ Determinar la demanda potencial de la pasta de cacao, como producto intermedio de las empresas procesadoras de productos finales en las ciudades del país donde se encuentren funcionando.
- ✚ Identificar las preferencias, las frecuencias y volúmenes de compra de materia prima con la finalidad de establecer una estrategia de comercialización óptima.
- ✚ Analizar a las empresas competidoras

- ✚ Determinar el precio que el mercado potencial están dispuestas a pagar por el producto.
- ✚ Conocer los estándares de calidad que las empresas exigen para la adquisición de la materia prima.
- ✚ Determinar los canales de distribución más adecuados para garantizar la entrega oportuna del producto al consumidor en tiempo y volumen requerido

#### 4.2.1.2 Identificación del producto

El producto a ser elaborado lo constituye básicamente los derivados del cacao, tales como pasta de cacao y sus derivados como manteca de cacao; a continuación, describiremos algunas características del cacao, principal materia prima a utilizar en el proceso productivo.

**Familia:** Esterculiáceas

**Especie:** Theobroma cacao L

**Origen:** Trópicos húmedos de América, noroeste de América del Sur, zona amazónica.

**Planta:** Árbol de tamaño mediano (5-8m) aunque puede alcanzar alturas de hasta 20m cuando crece libremente bajo sombra intensa. Su corona es densa, redondeada y con un diámetro de 7 a 9 m. Tronco recto que se puede desarrollar en formas muy variadas, según las condiciones ambientales.

**Sistema radicular:** Raíz principal pivotante y tiene muchas secundarias, la mayoría de las cuales se encuentran en los primeros 30 cm de suelo.

**Hojas:** Simples, enteras y de color verde bastante variable (color café claro, morado o rojizo, verde pálido) y de pecíolo corto.

**Flores.** Son pequeñas y se producen, al igual que los frutos, en racimos pequeños sobre el tejido maduro mayor de un año del tronco y de las ramas, alrededor en los sitios donde antes hubo hojas. Las flores son pequeñas, se abren durante las tardes y pueden ser fecundadas durante todo el día siguiente.



**Fruto.** De tamaño, color y formas variables, pero generalmente tiene forma de baya, de 30 cm de largo y 10 cm de diámetro, siendo lisos o acostillados, de forma elíptica y de color rojo, amarillo, morado o café. La pared del fruto es gruesa, dura o suave y de consistencia como de cuero. Los frutos se dividen interiormente en cinco celdas. La pulpa es blanca, rosada o café, de sabor ácido a dulce y aromática. El contenido de semillas por baya es de 20 a 40 y son planas o redondeadas, de color blanco, café o morado, de sabor dulce amargo.

**Clima:** Los factores climáticos críticos para el desarrollo del cacao son la temperatura y la lluvia. A estos se le unen el viento y la luz o radiación solar. El cacao es una planta que se desarrolla bajo sombra. La humedad relativa también es importante ya que puede contribuir a la propagación de algunas enfermedades del fruto. Estas exigencias climáticas han hecho que el cultivo de cacao se concentre en las tierras bajas tropicales.

**Temperatura.** El Cacao no soporta temperaturas bajas, siendo su límite medio anual de temperatura los 21°C, ya que es difícil cultivar cacao satisfactoriamente con una temperatura más baja.

**Agua.** El cacao es una planta sensible a la escasez de agua, pero también al encharcamiento; por lo que se precisarán de suelos provistos de un buen drenaje. Un anegamiento o estancamiento puede provocar la asfixia de las raíces y su muerte en muy poco tiempo.

**Viento.** Vientos continuos pueden provocar un desecamiento, muerte y caída de las hojas. Por ello en las zonas costeras es preciso el empleo de cortavientos para que el cacao no sufra daños. Los contravientos suelen estar formados por distintas especies arbóreas (frutales o madereras) que se disponen alrededor de los árboles de cacao.

**Sombreamiento.** El cacao es un cultivo típicamente umbrófilo. El objetivo del sombreamiento al inicio de la plantación es reducir la cantidad de radiación que llega al cultivo para reducir la actividad de la planta y proteger al cultivo de los vientos que la puedan perjudicar. Cuando el cultivo se halla establecido se podrá reducir el porcentaje de sombreo hasta un 25 o 30%. La luminosidad deberá estar comprendida más o menos

al 50% durante los primeros 4 años de vida de las plantas, para que estas alcancen un buen desarrollo.

**Suelo.** El Cacao requiere suelos muy ricos en materia orgánica, profundos, franco arcillosos, con buen drenaje y topografía regular. El factor limitante del suelo en el desarrollo del cacao es la delgada capa húmica. Esta capa se degrada muy rápidamente cuando la superficie del suelo queda expuesta al sol, al viento y a la lluvia directa. Por ello es común el empleo de plantas leguminosas auxiliares que proporcionen la sombra necesaria y sean una fuente constante de sustancias nitrogenadas para el cultivo.

#### **4.2.1.3 Clasificación y control de calidad**

El grano de cacao es previamente seleccionado de manera manual, los granos que guarden la consistencia, tamaño, color y grado de humedad no son aceptados en el proceso de comercialización, actividad que empieza desde las plantas procesadoras de pasta de cacao hasta el patio de ensayo de la empresa y posteriormente una vez realizado el análisis de calidad se procede a pesar y almacenar en las bodegas respectivas, esta actividad se facilita, pues se pretende mediante los procesos de capacitación post cosecha que la selección se la realice al momento de cosechar la fruta, esto evitará pérdidas de dinero y tiempo, tanto a los proveedores de la materia prima como a los que la adquieren para realizar el proceso de transformación de la misma.

#### **4.2.1.4 Variedad del producto**

**Cacao Nacional.** La variedad variedad del cacao nacional por mucho tiempo se ha considerado como un producto con características de calidad y aroma únicos. Esta es una de las razones por la cual la preferencia de las empresas es la materia prima obtenida con esta variedad, misma que debe cumplir ciertos parámetros y estándares, como adecuada fermentación, secado de preferencia e tendales de caña y, grados de humedad de entre 2 y 4%

### Gráfico 36: Secado de cacao



Fuente: (Alcocer, 2018)

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.2.2 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es el punto de partida para poner en marcha toda inversión, por lo que es considerado como el elemento más importante en todo análisis de mercado, la demanda está determinada por las necesidades sentidas, el poder adquisitivo, las posibilidades de compra y las preferencias del consumidor.

El total de estos factores determina la demanda efectiva en cuanto a calidad, volumen y estructura. El análisis de la demanda permite:

- Establecer si los productos a ser procesados por nuestra agroindustria cubren las expectativas del mercado, y satisface los requerimientos de calidad y volúmenes que exige la demanda.
- Determinar si la capacidad de la planta cubre los volúmenes deseados por la demanda.
- Determinar si la calidad del producto a ser elaborado satisface las exigencias el mercado.
- Determinar la estructura del consumo: El tipo y volumen de venta de un producto, de un grupo de productos o de todos los productos de un sector.
- Identificar la estructura de los consumidores y estratificarlos de acuerdo a la situación económica, consumidores públicos y privados, cuantificación de los consumidores.

#### 4.2.2.1 Demanda Actual

La demanda actual es el Consumo Aparente (CA), que constituye la cantidad de producto procesado de Cacao que el mercado requiere y se expresa como:

$$CA = PN + I - X$$

Demanda = CA = Producción Nacional (PN) + Importaciones (I) – Exportaciones (X)

**Tabla 28: Datos Históricos de consumo aparente de chocolate (toneladas)**

AÑO	PROD. NAC	IMPORT.	EXPORT	CONSUMO APARENTE	TASA DE CRECIMIENTO
2009	72.234,00	7.680,00	4.560,00	75.354,00	
2010	88.607,00	7.980,00	7.980,00	88.607,00	17,6%
2011	79.101,00	8.932,00	5.732,00	82.301,00	-7,1%
2012	78.102,00	9.824,00	4.424,00	83.502,00	1,5%
2013	84.135,00	10.235,00	6.332,00	88.038,00	5,4%
2014	88.065,00	11.762,00	8.566,00	91.261,00	3,7%
2015	91.597,00	12.456,00	8.112,00	95.941,00	5,1%
2016	93.274,00	13.969,00	7.085,00	100.158,00	4,4%

Fuente: Anuarios MEF, Anuarios INEC

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.2.2.2 Proyección de la Demanda

Se trata de encontrar la relación que existe entre el tiempo y la demanda de los productos elaborados. El tiempo es totalmente independiente de cualquier situación, por lo tanto, este es la variable independiente y la demanda es la variable dependiente del tiempo. El tiempo siempre se graficará en el eje X, y la variable dependiente, en este caso la demanda en el eje Y

La fórmula a utilizar para la proyección de la demanda es:

$$Y = a + bx$$

En dónde:

**a**= Secante o la altura en la que la recta corta el eje y

**b**= Inclinación de la recta

**x**= Variable independiente (Tiempo)

**Y**= Variable dependiente

**Tabla 29: Proyección de la Demanda**

PERIODO	DEMANDA	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	75.354,00	75.354,00	1	5.678.225.316,00
2	88.607,00	177.214,00	4	7.851.200.449,00
3	95.301,00	285.903,00	9	9.082.280.601,00
4	101.650,00	406.600,00	16	10.332.722.500,00
5	109.253,00	546.265,00	25	11.936.218.009,00
6	115.764,00	694.584,00	36	13.401.303.696,00
7	121.241,00	848.687,00	49	14.699.380.081,00
8	127.447,00	1.019.576,00	64	16.242.737.809,00
<b>4,5</b>	<b>104.327,13</b>	<b>4.054.183,00</b>	<b>204</b>	<b>10.884.149.010,77</b>

Fuente: Anuarios MEF, Anuarios INEC

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

$$a = y - bx$$

$$a = 72.355$$

$$b = \frac{\sum xy - n x \cdot y}{\sum x^2 - n x^2}$$

$$b = 7.104.92$$

**Tabla 30: Demanda Proyectada**

PROYECCIÓN DEMANDA		
y9 =	136.299,25	2017
Y10=	143.404,17	2018
Y11=	150.509,08	2019
Y12=	157.614,00	2020
Y13=	164.718,92	2021
Y14=	171.823,83	2022
Y15=	178.928,75	2023

Fuente: Proyección Demanda

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

### 4.2.3 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad o volúmenes de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores está dispuesto a poner a disposición del mercado, depende directamente de la relación precio/costo a un precio determinado, esto es, que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, pues cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado; cuando el precio es menor, la permanencia de la oferta es dudosa, ya que económicamente no puede justificarse.

Es necesario primero clasificar a la oferta de acuerdo a sus características, para ello se toma en cuenta las siguientes clases de oferta:

- Oferta Monopólica
- Oferta oligopólica
- Oferta de Libre Competencia

Esta última se ajusta al tipo de actividad que va a realizar la microempresa procesadora de pasta de cacao, al existir varias empresas dedicadas a la misma actividad.

Los factores que afecta la oferta son:

- Capacidad Instalada y utilizada
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Disponibilidad de Materia Prima

### 4.2.3.1 Oferta

**Tabla 31: Oferta**

<b>AÑO</b>	<b>PROD. NAC</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>
2009	72.234,00	
2010	88.607,00	22,7%
2011	79.101,00	-10,7%
2012	78.102,00	-1,3%
2013	84.135,00	7,7%
2014	88.065,00	4,7%
2015	91.597,00	4,0%
2016	93.274,00	1,8%

Fuente: Anuarios MEF, Anuarios INEC

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

### 4.2.3.2 Proyección de la Oferta

Se ha utilizado la misma metodología para la proyección de la demanda

**Tabla 32 : Proyección de la Oferta**

<b>PERIODO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>XY</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>
1	72.234,00	72.234,00	1	5.217.750.756,00
2	88.607,00	177.214,00	4	7.851.200.449,00
3	79.101,00	237.303,00	9	6.256.968.201,00
4	78.102,00	312.408,00	16	6.099.922.404,00
5	84.135,00	420.675,00	25	7.078.698.225,00
6	88.065,00	528.390,00	36	7.755.444.225,00
7	91.597,00	641.179,00	49	8.390.010.409,00
8	93.274,00	746.192,00	64	8.700.039.076,00
<b>4,5</b>	<b>84.389,38</b>	<b>3.135.595,00</b>	<b>204</b>	<b>7.121.566.612,89</b>

Fuente: Proyección Demanda

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

$$a = y - bx$$

$$a = 73.934.64$$

$$b = \frac{\sum xy - n x . y}{\sum x^2 - n x^2}$$

$$b = 2.323.27$$

**Tabla 33: Oferta Projectada**

Proyección de la Oferta		
y9 =	94.844,11	2017
Y10=	97.167,38	2018
Y11=	99.490,65	2019
Y12=	101.813,93	2020
Y13=	104.137,20	2021
Y14=	106.460,48	2022
Y15=	108.783,75	2023

Fuente: Proyección Oferta

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.2.4 Estimación de la demanda insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha, se resta de los datos proyectados en el tiempo de la demanda y la oferta, la misma se obtiene con una simple diferencia, año con año de la proyección demanda – oferta.

**Tabla 34: Estimación Demanda Insatisfecha**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	150.509,08	99.490,65	51.018,43
2020	157.614,00	101.813,93	55.800,07
2021	164.718,92	104.137,20	60.581,71
2022	171.823,83	106.460,48	65.363,36
2023	178.928,75	108.783,75	70.145,00

Fuente: Proyección Demanda y Oferta

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.2.5 Mercado meta del proyecto

Según la Asociación Mundial del Cacao, Ecuador tiene 85% de cacao fino y 15% de cacao ordinario, por lo que es considerado como el primer productor de cacao en calidad y sabor. El producto a ser elaborado pretende cubrir las necesidades de materia prima que requiere las empresas procesadoras de productos de consumo final como Bombón, Pasta de chocolate, y Manteca de Cacao, las empresas a las que se va a ofertar el producto están: Maquita Cushinshi (MCCH), el Salinerito de Guaranda, además de la posibilidad de ubicar nuestro producto en Nestle.



## **4.2.6 Análisis de precios**

### **4.2.6.1 Estimación de precios**

La estimación de los precios por tratarse de un producto de consumo intermedio está en función del cumplimiento de la calidad requerida por la empresa y depende además de la oferta y demanda del producto, al momento de hacer el análisis el precio referencial promedio en el mercado es de \$1.60 Kg. (según datos proporcionado por la empresa procesadora de cacao Ubicada en Catarama)

### **4.2.6.2 Estrategias de Precios**

El precio de venta se lo determinará en base al siguiente criterio:

- Precios establecidos en el mercado. Según investigaciones realizadas, actualmente el precio de un quintal de pasta de cacao que entregan los productores es de \$160.00, pero la empresa ha considerado iniciar sus actividades con un precio menor por qq hasta posicionarse en el mercado, y de ahí hacer reajustes periódicos de precios. El producto es ofrecido a un precio accesible para el cliente y que permite generar ingresos para la empresa.
- Se aplicará la estrategia descuentos por volumen de compra.

### **4.2.6.3 Estrategias de Promoción**

- A las industrias procesadoras y supermercados, se enviará un representante para que realice la presentación directa del producto y ofrezca el mismo.
- A los supermercados se les dará a conocer información relevante a factores de calidad, contribución a la nutrición humana y alternativas de consumo de nuestro producto. Por lo tanto, se dará a conocer las bondades que otorga el cacao, mediante la utilización de trípticos y hojas volantes entregadas a los mismos, los cuales se encargarán de entregar al consumidor final en los puntos de expendio.

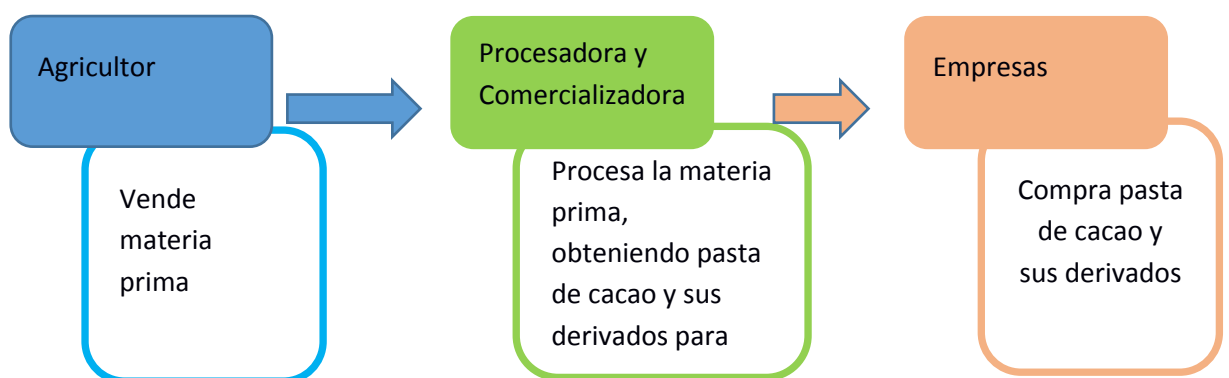
#### 4.2.6.4 Estrategia de Producto

- Para las industrias procesadoras de derivados de cacao, la materia prima será colocada en envases herméticamente sellados con un peso de Kg. o qq dependiendo el gusto y preferencia del cliente.
- Para la presentación el producto, los envases, tendrán un logotipo que contenga el registro sanitario, peso y nombre de la empresa procesadora.
- Como la mejor estrategia a utilizar, la empresa realizara de manera personalizada el proceso de selección del grano “Almendras” para garantizar calidad, lo que garantizará que la producción sea aceptada en el mercado y poder realizar un proceso de sana competencia.

#### 4.2.7 Canales de Distribución

Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante a usuario industrial.

**Gráfico 37: Canal de Distribución**



Fuente: Investigación  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### **4.2.8 Estrategias de Mercado**

El abastecimiento de este producto elaborado está sustentado y garantizado por la eficiente administración de las organizaciones cacaoteras, además cuentan con el respaldo financiero de Cooperativas de Ahorro y Crédito, así como también de ONGs y otros organismos internacionales de cooperación sobre todo en la línea de producción de cacao. Dentro de las estrategias de mercado se establecen:

- Abastecimiento sostenido y confiable de materia prima
- Precios competitivos en el mercado
- Óptima calidad del producto

### **4.3 ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo del estudio técnico es definir la función de producción de producto del proyecto. De este estudio se obtiene información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, ingeniería, costos y gastos.

#### **4.3.1 Tamaño del Proyecto**

Uno de los factores importantes para determinar el tamaño del proyecto es la demanda existente en el segmento meta, la misma que fue determinada en el estudio de mercado del presente proyecto, la demanda insatisfecha calculada del producto es relativamente alta, por lo que se considera viable el proyecto y constituye un referente para conocer el comportamiento del mercado en general.

En efecto, al existir una demanda insatisfecha elevada, que es uno de los principales elementos para la definición del tamaño, se estaría en condiciones favorables para establecer una considerable producción; sin embargo, se debe considerar la inversión a realizar factor primordial que incluye en el tamaño de la producción, es decir estará

definido en función de la capacidad de producción misma que se determina a continuación.

**Tabla 35: Capacidad Instalada**

<b>PERIODO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% PARTIC. MERCADO</b>
2019	51.018,43	12.000,00	24%
2020	55.800,07	12.195,60	22%
2021	60.581,71	12.394,39	20%
2022	65.363,36	12.596,42	19%
2023	70.145,00	12.801,74	18%

Fuente: Investigación

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

Como podemos observar nuestra capacidad instalada nos permite atender al 24% de la demanda insatisfecha en el primer año, porcentaje que se ve disminuido en los siguientes años, situación que se da por cuanto la demanda insatisfecha crece considerablemente, mientras que la capacidad de producción de la planta crece en un menor porcentaje por lo que la participación en el mercado disminuye por año, situación que lejos de ser negativa nos genera la posibilidad de crecer en el mercado, ya que existe una demanda insatisfecha que no está siendo atendida.

### **4.3.2 Localización del Proyecto**

La localización del proyecto es una valoración de la disponibilidad de recursos existentes sean estos tecnológicos, humanos, una adecuada localización nos permitirá obtener mayores márgenes de rentabilidad sobre el capital invertido.

#### **4.3.2.1 Macro localización**

Al ser la parroquia de La Belleza, una parroquia eminentemente cacaotera, se prevé implementar la planta procesadora de cacao dado que sus características tanto de clima como suelo son benevolentes para producir este producto.

La parroquia cuenta con una extensión territorial de 610.23km. representando el 8.62% de la superficie total del cantón y el 2.81% de la provincia, distribuidos en 45 comunidades que se ubican de manera dispersa en todo el territorio.

**Tabla 36 : Datos de la Parroquia**

<b>DATOS GENERALES PARROQUIA LA BELLEZA</b>	
<b>Nombre de la Parroquia:</b>	“La Belleza”
<b>Población total</b>	4133 habitantes
<b>Extensión:</b>	Superficie 610.23 Km <sup>2</sup> Ubicación: Coordenadas de latitud sur 0° 36'33.61" y 0° 54'44.16" y longitud Oeste 77° 12'05.35" y 77° 59'44.16"
<b>Límites:</b>	Norte: Parroquia García Moreno Sur: Parroquia Inés Arango y Cantón Tena Este: Dayuma Oeste: Cantón Loreto y Provincia de Napo

Fuente: PDYOT Parroquia La Belleza 2014 - 2019

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Gráfico 38 : Mapa de la Parroquia**



Fuente: PDYOT Parroquia La Belleza 2014 - 2019

Elaborado por: Equipo Técnico GADPr La Belleza

#### 4.3.2.2 Micro localización

A fin de establecer una adecuada Micro localización para la planta procesadora de cacao, se han considerado los siguientes aspectos:

- **Medios y Costo de Transporte**

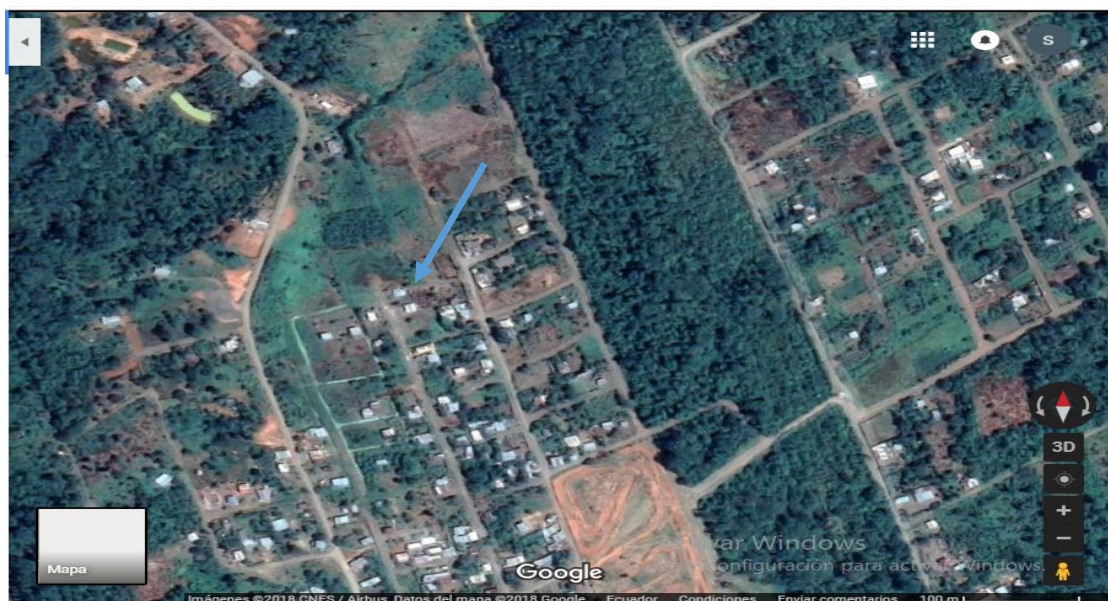
Si bien es cierto el proyecto estará ubicado en una parroquia del área rural como es el caso de la parroquia La Belleza, ésta dispone de vías de comunicación en muy buenas condiciones, lo que facilitaría a los proveedores el abastecimiento de la materia prima que básicamente está dentro del perímetro de la parroquia, es decir la planta procesadora se instalará cerca de las plantaciones de cacao, lo que resulta una ventaja tanto para los proveedores de la materia prima como para la empresa.

- **Costo y disponibilidad del terreno**

Para la implementación del proyecto se cuenta con un terreno de 800 m<sup>2</sup>, mismo que cuenta con las condiciones necesaria para el normal funcionamiento de la empresa.

La ubicación exacta de la empresa se encuentra en la Vía a Los Zorros Km. 25 identificado en el siguiente croquis:

**Gráfico 39: Croquis de ubicación**



Fuente: Google Maps

Elaborado por: (Alcocer, 2018)



### **4.3.3 Ingeniería del Proyecto**

#### **4.3.2.1 Proceso de producción**

- **Crecimiento y recolección.**

El cacao crece en unas grandes vainas que produce el árbol de cacao, “Theobroma cacao”, una especie de hoja perenne que crece en la zona comprendida entre el 20° al norte y 20° al sur del Ecuador. Este árbol es una especie muy exigente, pues no prospera en lugares demasiado altos, demasiados secos o fríos y, requiere estar protegido del viento y el sol excesivos.

Es tradicional que los árboles de cacao se planten a la sombra de otras especies arborícolas más altas, en unas condiciones parecidas a las que suelen encontrarse en su hábitat natural selvático. El árbol del cacao crece hasta alcanzar un tamaño parecido al de un manzano y empieza a producir frutos a partir del tercer año. Con suerte, puede continuar haciéndolo hasta alcanzar los veinte años, y se han dado casos de árboles de esta especie que han vivido casi cien años.

- **Cosecha**

Guiándose por el color de la vaina y por el sonido que hace su interior al ser ligeramente golpeado, el recolector sabe cuándo ha llegado el momento de la cosecha, estar absolutamente seguro del momento en que la vaina está madura requiere años de práctica.

Las vainas se arrancan del árbol cortándolas por el tallo las que están al alcance de la mano con una hoz, y las de las ramas más altas con un cuchillo curvo atado al extremo de un palo largo. El corte de la vaina se debe hacer con cuidado para no estropear la “coliflor”, ya que ahí se reproducirán de nuevo las flores y más tarde los frutos. La recolección del cacao se lleva a cabo durante todo el año, más no por temporada tan solo como otros cultivos.

- **Partida y desgranada de las mazorcas**

Al partir las mazorcas se debe evitar causar daños mecánicos a las almendras, pues quedarán predispuesta al ataque de hongos e insectos, y los granos que lleguen al final del proceso, presentarán un aspecto defectuoso que alterará la calidad del producto.

- **Fermentación**

Es el proceso que comprende la eliminación de la baba o mucilago del cacao y la formación dentro de la almendra de las sustancias precursoras del sabor y aroma del chocolate. Cuando las almendras no fermentan, este proceso se realiza mal o en forma deficiente, se produce el llamado cacao corriente. Durante el proceso la acción combinada y balanceada de temperatura, alcoholes, ácidos, pH y humedad matan el embrión (es indispensable), disminuye el sabor amargo por la pérdida de teobromina y se producen las reacciones bioquímicas que forman el chocolate. La duración del sistema de fermentación no debe ser mayor de tres (3) días para los cacaos “criollos” o de cotiledón blanco, y de ocho para los cacaos “Forasteros” o de cotiledón blanco, y de ocho para los cacaos “Forasteros” o de cotiledón morado o púrpura.

- **Secado**

El secado del cacao es el proceso durante el cual las almendras terminan de perder el exceso de humedad que contienen y están listas para ser vendidas (y en el caso del cacao fermentado completan este proceso)

- **Clasificación**

Existen normas que se aplican a los granos de cacao o almendras una vez terminado el proceso del beneficio para tipificarlos según calidad, para esto se toma una muestra de cacao al azar y se cortan los granos longitudinalmente:

**Extrafino:** Corresponde a los tipos de cacao “Criollos” sometidos al proceso de fermentación.

**Fino de Primera (F1):** Hace referencia a los tipos de cacao híbridos y forasteros que son sometidos a la fermentación

**Finos de segunda (F2):** Todas aquellas almendras que no se someten al proceso de fermentación: Usualmente se les denomina cacao corriente.

**Almendras Mohosas:** Son las almendras que presentan en su interior contaminación por hongos y adquieren coloración blanca, verdosa, gris moteado o amarillento generalmente es ocasionado por *Aspergillus* sp. Este defecto se considera como muy grave y como el más indeseable para la industria.



**Dañados por insectos.** Se observa en el interior de la almendra excretas de insectos o restos de cutículas que se mantienen como contaminantes.

**Almendras partidas.** Corresponde a las almendras partidas, como consecuencia del manipuleo.

**Almendras pizarrosas.** Al hacer el corte se observa la superficie de cotiledón liso, usualmente de un color oscuro.

**Almendras germinadas.** Almendras insuficientemente fermentadas o no fermentadas

**Almendras múltiples.** Impureza visible.

Dominar eficientemente cada una de estas operaciones, garantizará los beneficios económicos que se esperan alcanzar en una producción cacaotera adecuada.

- **Secado**

La materia prima se secará de forma artesanal al sol, para conservar su calidad, este proceso puede tener una duración de entre una semana a dos dependiendo del grado de humedad del cacao y de las condiciones climáticas, las semillas de cacao secas deben tener 7% de humedad para ser almacenadas y mantener su calidad óptima.

- **Limpieza**

Buscando la máxima calidad las habas de cacao deben pasar por un proceso en el que se eliminen las impurezas, a través de un pequeño conjunto de tamices motorizados que separan las semillas de las impurezas.

- **Tostado.**

Esta es una de las etapas más importantes del proceso, ya que gracias al tostado de las semillas se facilita que las cascaras se desprendan con mayor facilidad. El proceso de tostado se va a realizar mediante aire caliente, se puede realizar también con vapor saturado o radiación infrarroja, esta opción es la más barata ecológica y artesanal, el tiempo de tostado depende la humedad del grano.

- **Descascarado**

Posterior a la etapa de tostado, se debe descascarar, este proceso se lo realiza mientras esta caliente el grano para que la cascara se desprenda con mayor facilidad. Este proceso se realiza con una máquina centrífuga en la que el grano quede pegado en las paredes y la casaca cae a un tamiza con flujo de aire que contenían separando la cascara que aún tienen los granos

- **Primera molienda**

Los granos ya limpios de cascara pasan al molino donde se transforman en pasta de cacao con el 90% de finura, en esta parte del proceso se libera la manteca de cacao como resultado de las altas temperaturas.

- **Segunda Molienda**

La segunda molienda tiene como objetivo obtener un producto perfecto con un 99% de finura.

- **Enfriamiento.**

Después de obtener la finura deseada la pasta de cacao se almacena en tanques de acero galvanizado entre 45 y 41°C

- **Atemperado**

Esta etapa del proceso es fundamental especialmente para el licor, ya que así se evita la solidificación. Esta etapa del proceso se subdivide de la siguiente manera:

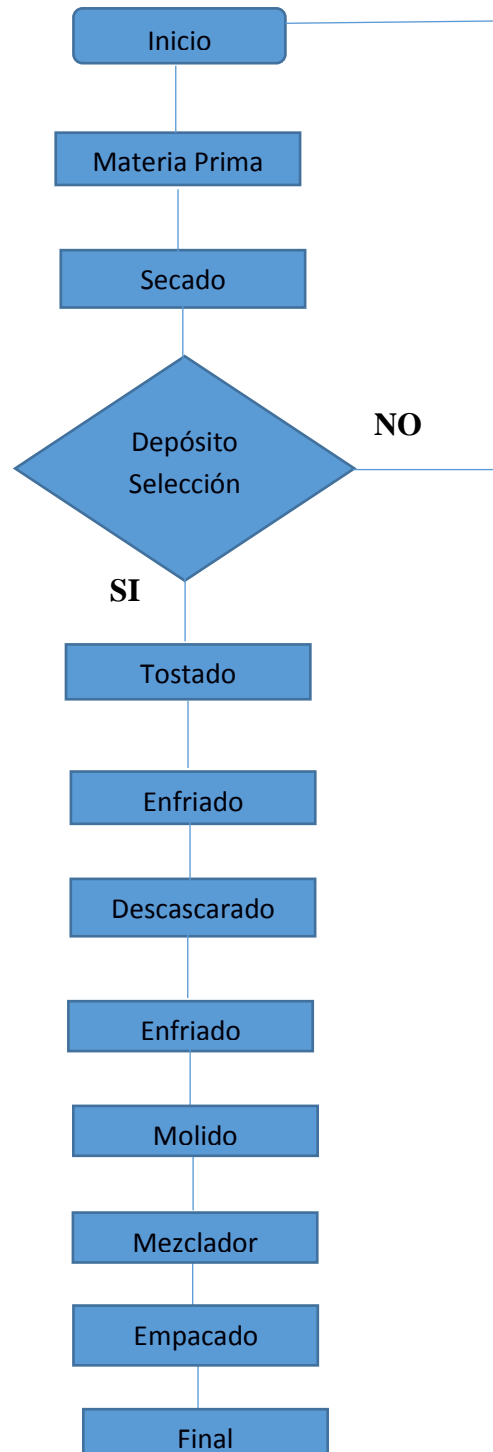
- Pasta libre de cristales de solidificación a 41°C
- Se enfría progresivamente hasta los 28°C (gradualmente cada 5°C)
- Finalmente se sube 4°C para obtener una pasta fina con la solidificación deseada.

- **Empaque**

El empaquetado se realiza en bolsas de polietileno de alta densidad y estas son colocadas en cajas de cartón corrugado. En esta etapa se realiza control de peso y calidad de los productos.

Se debe destacar que, de acuerdo a la capacidad de inversión del proyecto, se plantea el nivel de procesamiento hasta la pasta de cacao, sin llegar a los productos elaborados como chocolate pues se requiere de una mayor inversión.

#### 4.3.2.2 Diagrama de Procesos de Pasta de Cacao



Fuente: Investigación  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

### 4.3.2.3 Requerimiento de equipos y herramientas

Dentro del estudio técnico, corresponde establecer cuáles son los recursos para la implementación del proyecto.

**Tabla 37 : Terrenos y Edificios**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TERRENO	1	8.000,00	8.000,00
EDIFICIO	1	35.000,00	35.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>43.000,00</b>

Fuente: Avalúo GADM Francisco de Orellana

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 38: Vehículos**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CAMIONETA DOBLE CABINA	1	35.000,00	35.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>35.000,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 39: Maquinaria y Equipos**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TOSTADORA	1	15.000,00	15.000,00
MOLINO DE PINES	1	10.000,00	10.000,00
MOLINO DE BOLAS	1	10.000,00	10.000,00
ATEMPERADORA	1	14.000,00	14.000,00
BALANZA	1	10.000,00	10.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>59.000,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 40: Muebles y Enseres**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIOS	6	100,00	600,00
ARCHIVADORES	2	50,00	100,00
SALA DE REUNIONES	1	800,00	800,00
SILLAS	8	40,00	320,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.820,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 41: Equipos de Computación**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORES DE ESCRITORIO	4	950,00	3.800,00
COMPUTADORES PORTATILES	1	1.020,00	1.020,00
IMPRESORA	2	300,00	600,00
DISCOS DUROS EXTERNOS	1	105,00	105,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.525,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 42: Equipos de Protección Personal**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PROTECTOR AUDITIVO	12	5,00	60,00
BOTAS DE CAUCHO	12	7,00	84,00
GUANTES PARES	75	8,00	600,00
SEÑALETICA	1	500,00	500,00
MANDILES INDUSTRIALES	12	7,00	84,00
BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS	2	20,00	40,00
EXTINTORES	3	47,50	142,50
<b>TOTAL</b>			<b>1.510,50</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 43: Suministros de Aseo**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCOBAS	5	2,00	10,00
TACHOS	5	6,00	30,00
RECOGEDORES	5	2,00	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>50,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 44: Útiles de Oficina**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
HOJAS DE PAPEL BOND RESMAS	10	4,00	40,00
GRAPADORAS	2	4,00	8,00
PERFORADORAS	2	3,00	6,00
ESFEROS CAJAS	3	12,00	36,00
LAPICES	3	10,00	30,00
BORRADORES CAJAS	1	6,00	6,00
MARCADORES CAJAS	6	8,00	48,00
<b>TOTAL</b>			<b>174,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 45:Gastos de Constitución**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
REGISTRO MERCANTIL	1	300,00	300,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	1	500,00	500,00
SERVICIOS PROFESIONALES	1	600,00	600,00
PERMISOS SANITARIOS	1	200,00	200,00
PAGINA WEB	1	700,00	700,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.300,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 46 : Materia Prima**

DETALLE	CONSUMO ANUAL TM	VALOR UNITARIO / TM	VALOR TOTAL
CACAO	850,00	1.719,90	1.461.915,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.461.915,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 47: Insumos**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AGUA	1	1.300,00	1.300,00
CARTONES	10	251,40	2.514,00
FUNDAS PEAD	1	540,00	540,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.354,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 48 : Servicios Básicos**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELEFONO	1	600,00	600,00
LUZ	1	120,00	120,00
AGUA	1	96,00	96,00
INTERNET	1	360,00	360,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.176,00</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 49 : Publicidad**

DETALLE	CTDAD.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PRENSA	1	1500,00	1500,00
TELEVISION	1	2000,00	2000,00
RADIO	1	1500,00	1500,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.000,00</b>

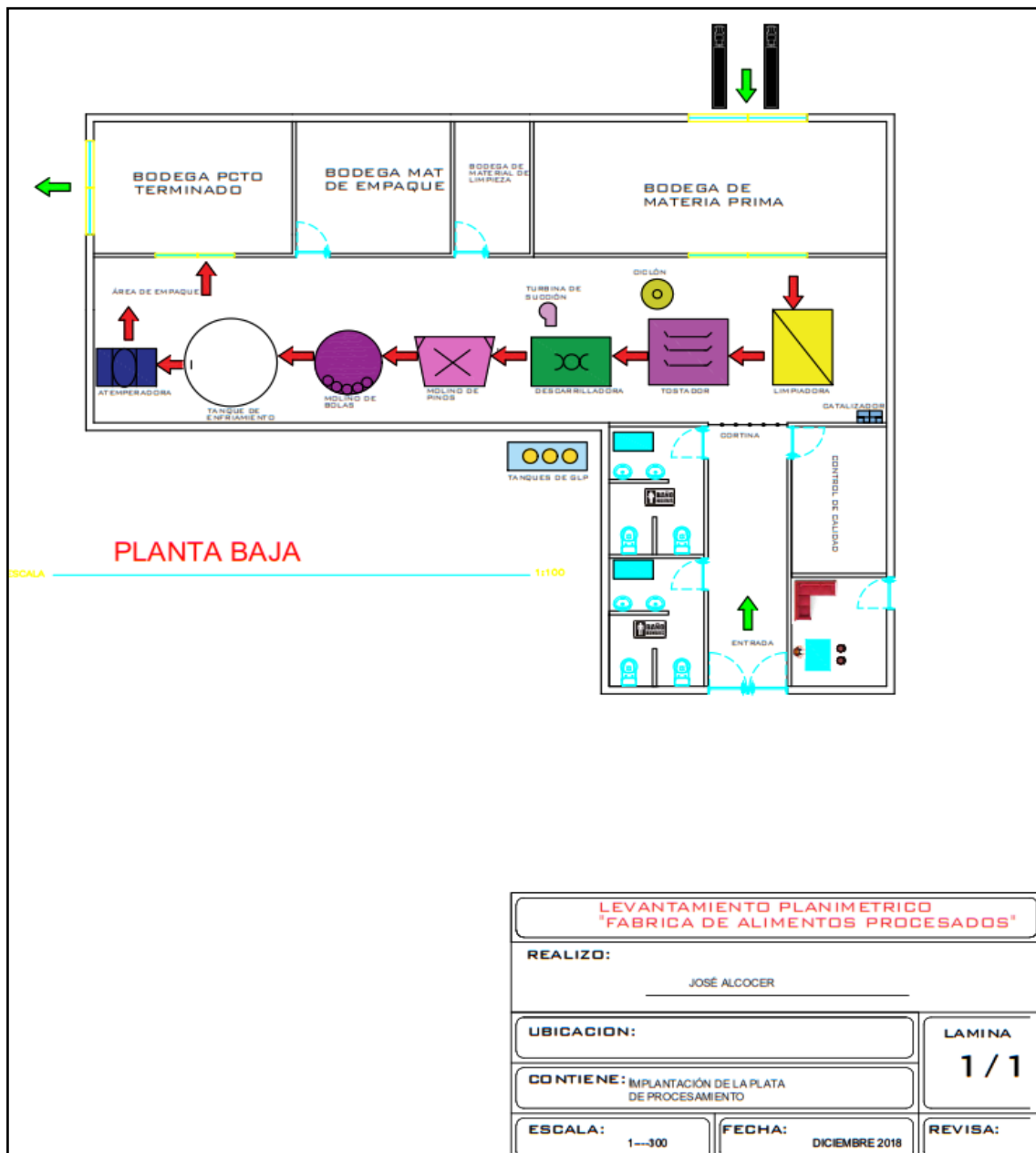
Fuente: Proformas

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.3.2.4 Distribución en planta

La distribución en planta se la ha realizado con la finalidad de optimizar de la mejor manera el proceso de producción; es decir es una planta funcional que nos permite realizar de manera eficiente los tiempos y movimientos requeridos para el proceso de producción, cumpliendo además la normativa vigente en cuanto a construcción con las Normas Ecuatorianas de Construcción.

**Gráfico 40: Distribución en Planta**



Elaborado por: (Alcoecer, 2018)

#### **4.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

“La empresa es la unidad económico – social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para llevar a cabo una producción socialmente, de acuerdo con las exigencias del bien común.

Para la introducción en el mercado la empresa llevará el nombre de “**Cacao La Belleza**”, una planta de procesamiento de cacao que brinda productos de calidad y a un costo accesible para el consumidor. La empresa operará en su propia infraestructura, contará con los equipos necesarios para producir con calidad a fin de satisfacer las necesidades de los diferentes consumidores.

##### **4.4.1 Políticas Generales de recursos humanos**

Como bien decía John F. Kennedy “Un hombre inteligente es aquel que sabe ser tan inteligente como para contratar gente más inteligente que él”. Por tanto, en el presente proyecto se va a dar la importancia que amerita al capital humano, mismo que será constantemente capacitado en el área que le corresponda.

La política de recursos humanos tiene como finalidad brindar a todos los miembros de la organización un ambiente de trabajo agradable que sea motivador y que fomente un sentimiento de pertenencia y compromiso con los objetivos empresariales, mediante liderazgo participativo que promueva el crecimiento profesional.

Las compensaciones y beneficios de los trabajadores serán las establecidas por las leyes vigentes desde el Ministerio de Relaciones Laborales que son:

- Afiliación a la seguridad social
- Pago de horas extras y suplementarias
- Pago del décimo tercer y décimo cuarto sueldo
- Pago de fondos de reserva
- Vacaciones anuales
- Pago de la jubilación patronal
- Licencias por paternidad/subsidio por maternidad
- Pago de utilidades

El requerimiento de mano de obra calificada y no calificada, es como se detalla a continuación:



**Tabla 50: Mano de Obra Calificada**

<b>DETALLE DE SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>									
<b>AÑO 1</b>									
<b>CARGO</b>	<b>CTDAD</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL TOTAL</b>	<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	<b>APORTE PATRONAL 11,45%</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>ANUAL CON BENEFICIOS</b>	<b>SUELDO TOTAL</b>
GERENTE GENERAL	1	2.500,00	30.000,00	2.500,00	386,00	286,25	2.500,00	35.661,25	35.661,25
Asesor Externo	1	1.500,00	18.000,00	1.500,00	386,00	171,75	1.500,00	21.546,75	21.546,75
Asesor Administrativo	1	1.500,00	18.000,00	1.500,00	386,00	171,75	1.500,00	21.546,75	21.546,75
SECRETARIA	1	600,00	7.200,00	600,00	386,00	68,70	600,00	8.843,70	8.843,70
Responsable Comercial - Producción	2	1.200,00	14.400,00	1.200,00	386,00	137,40	1.200,00	17.312,40	34.624,80
CONTADOR	1	700,00	8.400,00	700,00	386,00	80,15	700,00	10.255,15	10.255,15
BODEGUERO	1	500,00	6.000,00	500,00	386,00	57,25	500,00	7.432,25	7.432,25
<b>TOTAL</b>									<b>139.910,65</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 51: Mano de Obra No Calificada**

<b>CARGO</b>	<b>CTDAD</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	<b>APORTE PATRONAL 11,15%</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>ANUAL CON BENEFICIOS</b>	<b>SUELDO TOTAL TRABAJADORES</b>
JEFE DE PLANTA	2	500,00	750,00	386,00	83,63	500,00	2.458,63	4.917,25
SUPERVISOR	2	450,00	675,00	386,00	75,26	450,00	2.250,26	4.500,53
OPERADORES	8	386,00	386,00	386,00	41,81	375,00	1.541,81	12.334,50
CHOFER	1	400,00	400,00	386,00	44,60	400,00	1.619,60	1.619,60
<b>TOTAL</b>								<b>23.371,88</b>

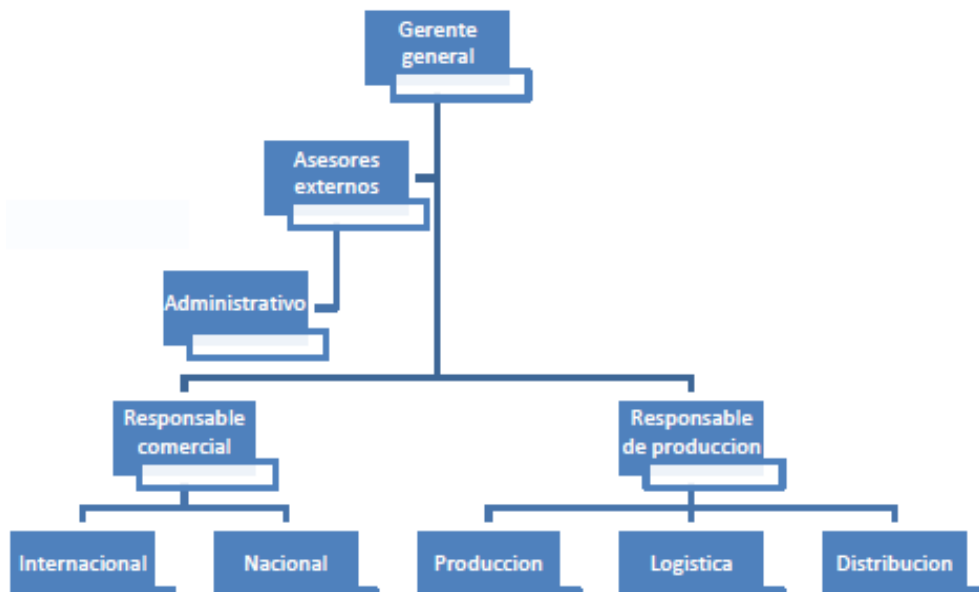
Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.4.2 Organigrama

A pesar de la estructura jerárquica descendiente desde la Dirección General, el liderazgo que se práctica en la organización es un liderazgo participativo por lo que todos los miembros de la empresa en los distintos niveles jerárquicos pueden aportar con sus ideas e iniciativas

**Gráfico 41: Organigrama de la Empresa**



Fuente: Investigación

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.4.3 Aspectos Legales de Constitución

- **Requisitos para obtener el Ruc**

Para el legal funcionamiento de la empresa, esta debe obtener el Registro Único de Contribuyentes emitido por el Servicio de Rentas Internas, los requisitos para su obtención son los siguientes:

- ✓ Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial.

- ✓ Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

- **Requisitos para sacar la Patente Municipal**

Para la consecución de la patente municipal se necesita:

- ✓ Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- ✓ Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- ✓ Certificado de Uso de Suelo
- ✓ Certificado Ambiental
- ✓ Pago del impuesto por concepto de Patentes
- ✓ Certificado del Cuerpo de Bomberos

- **Requisitos para el Permiso Sanitario**

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento sanitario son los siguientes:

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ 2. Copias del registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- ✓ Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- ✓ Plano del establecimiento a escala 1:50.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública

- **Requisitos para el Permiso del Cuerpo de Bomberos**

- ✓ Copia de Cédula de identidad, en caso de persona natural, en caso de tener personería jurídica, deberá presentar el RUC y copia del Nombramiento vigente de la persona que es representante legal.

- ✓ Copia de factibilidad de Uso de suelo otorgado por el GADM de Francisco de Orellana
  - ✓ Copia del último pago del impuesto predial, o copia de una planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.
  - ✓ Pago de la respectiva Tasa Administrativa
  - ✓ Plan de Contingencia
- **Inscripción al IESS para empleados.**

Todo trámite se lo puede realizar en la página WEB del IESS

- ✓ Obtener la clave de Empleador, en la categoría de empleadores debe registrarse con la cédula de ciudadanía.
- ✓ Realizar el aviso de entrada de los empleados contratado, ingresar la cédula de identidad del afiliado (en el caso de ser extranjero un documento de identificación).
- ✓ Llenar el formulario de los datos del trabajador, con la siguiente información:

Nombres completos del trabajador

Fecha de ingreso a la empresa y fecha de registro en el sistema.

Relación de trabajo

Modalidad de Contratación

Código de actividad sectorial

Denominación del cargo

Sueldo o remuneración que debe ir acorde a lo establecido por el IESS

Dirección de Empleado

En caso de que la modalidad de contratación sea por medio tiempo, el salario base de aportación será según los días que el trabajador labore y si se contrata a alguien para que labore por días, estos deberán pagar sus aportaciones por los días en los que hayan prestado sus servicios, independientemente del número de horas trabajadas por día.

- **Ministerio de Trabajo para trabajadores**

El Sistema de Registros de Contratos en Línea contempla el perfil de Perfil Empresa – Empleador, al cual pertenecen las empresas que se registren en el sistema y que generen contratos que deben ser legalizados, para los cual se deben cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes
- ✓ Correo Electrónico
- ✓ Número de Teléfono Convencional

Si el empleador no registra los contratos de trabajo y las actas de finiquito dentro de 30 días deberá pagar una multa de \$200, según dispone el Reglamento para el Registro de contratos de trabajo y actas de finiquito, Resolución No, MRL 2014-0192 del Ministerio de Relaciones Laborales (MRL), publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 358 de 21 de Octubre de 2014, para lo cual el empleador deberá registrar el contrato de trabajo; para ello deberá contemplar la información requerida por el sistema y cargar, en formato PDF los siguientes documentos:

- ✓ Contrato firmado por las partes
- ✓ Aviso de entrada el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social; deberá coincidir con la fecha de inicio del contrato.

Una vez ingresada esta información y documentación, el “Sistema de Registros de Contratos” genera un talón resumen que debe ser impresos como constancia del registro

#### **4.5 ESTUDIO FINANCIERO**

En el estudio financiero se establecen costos, gastos en los que se deben incurrir para el adecuado funcionamiento de la empresa, así como también los ingresos que se generaran con lo cual se definirá si el proyecto es viable financieramente.

#### 4.5.1 Inversión Inicial

La inversión inicial son los desembolsos de recursos financieros que se requiere para la puesta en marcha de la planta procesadora “Cacao La Belleza”. En el presente proyecto se prevé realizar la inversión en la adquisición del terreno, así como también se invertirá en la construcción de la infraestructura física requerida para su correcto y adecuado funcionamiento, a fin de contar con las instalaciones necesarias acorde a los requerimientos establecidos. Consecuentemente, la inversión inicial está compuesta por los valores requeridos tanto para Activos Fijos, Capital de Trabajo y Gastos de Administración, Ventas y Constitución, mismos que se detallan a continuación:

**Tabla 52: Inversión Inicial**

DETALLE	VALOR	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>109.345,00</b>
TERRENOS Y EDIFICIOS	43.000,00	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	59.000,00	
MUEBLES Y ENSERES	1.820,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	5.525,00	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>148.910,65</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	2.300,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	120.063,90	
GASTOS DE VENTAS	26.546,75	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>409.139,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>667.394,65</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.5.2 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados

**Tabla 53: Capital de Trabajo**

(+)Costos Variables	1.489.826,91
(+)Costos Fijos	146.610,65
<b>(=) COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1.636.437,56</b>
CICLO PRODUCTIVO	30 DÍAS
CICLOS A FINANCIAR	3 ciclos
CAPITAL DE TRABAJO	(Costo Total de Producción/360 días) * Ciclo Productivo
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>136.369,80</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO * CICLOS A FINANCIAR</b>	<b>409.109,39</b>

Fuente: Costos del Proyecto

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 54: Costos Fijos**

DETALLE	VALOR
SUMINISTROS DE ASEO	108,00
UTILES DE OFICINA	416,00
PUBLICIDAD	5.000,00
SERVICIOS BASICOS	1.176,00
SUELDOS Y SALARIOS	139.910,65
<b>TOTAL</b>	<b>146.610,65</b>

Fuente: Costos del Proyecto

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

**Tabla 55: Costos Variables**

DETALLE	VALOR
MATERIA PRIMA	1.461.915,00
INSUMOS	4.514,00
MANO DE OBRA	23.371,88
<b>TOTAL</b>	<b>1.489.800,88</b>

Fuente: Costos del Proyecto

Elaborado por: (Alcocer, 2018)



### 4.5.3 Financiamiento

**Tabla 56: Financiamiento**

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO
		CFN
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>109.345,00</b>	<b>109.345,00</b>
MAQUINARIA Y EQUIPOS	59.000,00	59.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.820,00	1.820,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	5.525,00	5.525,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>148.910,65</b>	<b>148.910,65</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	2.300,00	2.300,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	120.063,90	120.063,90
GASTOS DE VENTAS	26.546,75	26.546,75
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>409.139,00</b>	<b>409.139,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>667.394,65</b>	<b>667.394,65</b>

Fuente: Costos del Proyecto  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

Como se puede observar el presente proyecto será financiado netamente por el GOBIERNO AUNTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL LA BELLEZA, es decir el 100% del financiamiento será cubierto con financiamiento de la corporación Financiera Nacional.

### 4.5.3 Ingresos

Los ingresos del proyecto están calculados en función de toneladas métricas anuales de producción de pasta de cacao, los mismos que se detallan a continuación.

**Tabla 57: Ingresos**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasta de Cacao	12.000,00	12.195,60	12.394,39	12.596,42	12.801,74
Precio de Venta	144,73	149,65	154,74	160,00	165,44
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>1.736.760,00</b>	<b>1.825.081,54</b>	<b>1.917.894,60</b>	<b>2.015.427,60</b>	<b>2.117.920,56</b>

Fuente: Costos del Proyecto  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

Se debe destacar que los precios varían de año a año considerando la tasa de inflación que está en el 1.10% según el Banco Central.

#### 4.5.4 Costos y Gastos del Proyecto

Es necesario establecer los costos en los que requiere incurrir la planta para poder ejecutar el proyecto, considerando dentro de estos insumos, mano de obra, así como gastos de administración, ventas y de constitución para su proyección, de igual manera se ha considerado el porcentaje de inflación.

**Tabla 58: Costos y Gastos del Proyecto**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1.489.826,91</b>	<b>1.540.440,37</b>	<b>1.588.039,98</b>	<b>1.637.110,41</b>	<b>1.687.697,13</b>
MATERIA PRIMA	1.461.915,00	1.507.088,17	1.553.657,20	1.601.665,21	1.651.156,66
INSUMOS	4.540,04	4.680,32	4.824,95	4.974,04	5.127,73
MANO DE OBRA	23.371,88	28.671,88	29.557,84	30.471,17	31.412,73
<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>120.063,90</b>	<b>152.504,50</b>	<b>152.782,89</b>	<b>153.064,63</b>	<b>153.349,82</b>
SUMINISTROS DE ASEO	108,00	111,67	115,47	119,39	123,45
UTILES DE OFICINA	416,00	430,14	444,77	459,89	475,53
SERVICIOS BASICOS	1.176,00	2.352,03	2.432,00	2.514,69	2.600,19
SUELDOS Y SALARIOS	118.363,90	149.610,65	149.790,65	149.970,65	150.150,65
<b>3. GASTOS DE VENTAS</b>	<b>26.546,75</b>	<b>26.728,75</b>	<b>26.916,53</b>	<b>27.110,29</b>	<b>27.310,22</b>
PUBLICIDAD	5.000,00	5.170,00	5.345,78	5.527,54	5.715,47
SUELDOS Y SALARIOS	21.546,75	21.558,75	21.570,75	21.582,75	21.594,75
<b>TOTAL</b>	<b>1.636.437,56</b>	<b>1.719.673,62</b>	<b>1.767.739,40</b>	<b>1.817.285,33</b>	<b>1.868.357,17</b>

Fuente: Costos del Proyecto  
Elaborado por: (Alcocer, 2018)

#### 4.5.5 Estado Proforma de Resultados

El Estado Proforma de Resultado, o Estado de Pérdida y ganancias nos permite establecer la utilidad neta del ejercicio, después de haber deducido costos y gastos, así como también los respectivos cálculos que por ley nos corresponde realizar como son el 15% para el reparto de utilidades a los trabajadores y el 25% que corresponde a la previsión para Impuesto a la Renta, rubros que obligatoriamente se deben deducir.

Como se puede observar a partir del primer año de ejecución del proyecto se obtienen utilidades, los que permite ejecutar adecuadamente, el proyecto, debiendo realizar los cálculos necesarios que nos permitan establecer una mejor visión de la situación financiera del proyecto a futuro.

**Tabla 59: Estado de Resultados**

<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS NETAS	1.736.760,00	1.825.081,54	1.917.894,60	2.015.427,60	2.117.920,56
COSTOS DE PRODUCCION	1.489.826,91	1.540.440,37	1.588.039,98	1.637.110,41	1.687.697,13
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>246.933,09</b>	<b>284.641,17</b>	<b>329.854,62</b>	<b>378.317,18</b>	<b>430.223,43</b>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	120.063,90	152.504,50	152.782,89	153.064,63	153.349,82
GASTOS DE VENTAS	26.546,75	26.728,75	26.916,53	27.110,29	27.310,22
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>100.322,44</b>	<b>105.407,92</b>	<b>150.155,20</b>	<b>198.142,27</b>	<b>249.563,38</b>

Fuente: Costos y Gastos del Proyecto

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

## **4.6 EVALUACIÓN FINANCIERA**

La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios y costos futuros, durante la etapa de operación, permite determinar la viabilidad del proyecto.

### **4.6.1 Flujo de Caja**

Corresponde al flujo real de efectivo, nos permite tener una idea más real de la situación de la empresa, en cuanto a disponibilidad o liquidez de efectivo que tendrá nuestro negocio durante la vida útil del proyecto, obteniendo, los siguientes resultados:

**Tabla 60: Flujo de Caja Proyectado**

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		1.736.760,00	1.825.081,54	1.917.894,60	2.015.427,60	2.117.920,56
VALOR SALVAMENTO						54.580,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN		1.489.826,91	1.540.440,37	1.588.039,98	1.637.110,41	1.687.697,13
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		120.063,90	152.504,50	152.782,89	153.064,63	153.349,82
GASTOS DE VENTAS		26.546,75	26.728,75	26.916,53	27.110,29	27.310,22
AMORTIZAC. ACTIVOS DIFERIDOS		460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
UTILIDAD NETA		99.862,44	104.947,92	149.695,20	197.682,27	303.683,38
DEPRECIACIONES		16.673,67	16.673,67	16.673,67	16.673,67	16.673,67
INVERSION ACTIVOS FIJOS	- 109.345,00					
INVERSION ACTIVOS DIFERIDOS	- 2.300,00					
CAPITAL DE TRABAJO		- 409.139,00				
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>- 111.645,00</b>	<b>- 325.950,23</b>	<b>88.274,25</b>	<b>133.021,54</b>	<b>181.008,60</b>	<b>287.009,72</b>

Fuente: Costos y Gastos del Proyecto

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

Como se puede observar a partir del segundo año de funcionamiento la planta cuenta con el flujo neto real de caja positivo, lo que permite contar con el circulante necesario para la adquisición de recursos, que permitan un adecuado funcionamiento del centro, para el primer año es necesario establecer estrategias que permitan un adecuado funcionamiento de la planta como por ejemplo realizar convenios con proveedores para la provisión de la materia prima.

#### 4.6.2 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto es el 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 del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto

**Tabla 61: Valor Actual neto**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	- 111.645,00	1,00	- 111.645,00
1	- 325.950,23	0,88	- 287.814,77
2	88.274,25	0,78	68.826,81
3	133.021,54	0,69	91.581,41
4	181.008,60	0,61	110.038,93
5	287.009,72	0,54	154.065,55
<b>VAN</b>			<b>25.052,93</b>

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

En el presente proyecto se ha obtenido un  $VAN > 0$ , por lo que el proyecto es factible realizarlo, ya que generará ganancias por encima de la rentabilidad exigida ya que su valor es de \$25.052,93 con una tasa de descuento del 13,25%

#### 4.6.3 Tasa Interna de Retorno

Se denomina Tasa Interna de Retorno (TIR), a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) sea igual a cero, para su cálculo se toman en cuenta los flujos de caja netos actualizados

**Tabla 62: Tasa Interna de Retorno**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	- 111.645,00	1,00	- 111.645,00
1	- 325.950,23	0,87	- 282.208,92
2	88.274,25	0,75	66.171,80
3	133.021,54	0,65	86.333,69
4	181.008,60	0,56	101.713,12
5	287.009,72	0,49	139.634,85
<b>VAN</b>			<b>- 0</b>

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

La Tasa Interna de Retorno del Proyecto es del 15,50%, con esta tasa como podemos observar el VAN es igual a 0; por lo que el presente proyecto se considera rentable, ya que al realizar una inversión a plazo fijo la tasa pasiva actual máxima es del 7%, en cantidades considerables de inversión.

**Según** Oficio Circular No. SENPLADES-SNPD-2016-0002-C para que un proyecto de inversión sea viable el VAN debe ser igual o mayor a 0 y la TIR mayor al 12%

#### 4.6.4 Relación Beneficio Costo

La fórmula utilizada es la siguiente:

$$\text{Relación } \frac{B}{C}$$

$$= \text{Ingresos actualizados} / (\text{inversión inicial} + \text{egresos actualizados})$$

Los ingresos y egresos actualizados se detallan a continuación:

**Tabla 63: Relación Beneficio Costo**

INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS Y GASTOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS	SALDO	RECUPERACION CAPITAL
- 109.345,00			13%	13%		- 109.345,00
1	1.736.760,00	1.636.437,56	1.533.562,91	1.444.977,98	88.584,94	-20.760,06
2	1.825.081,54	1.719.673,62	1.423.003,12	1.340.817,31	82.185,81	61.425,74
3	1.917.894,60	1.767.739,40	1.320.413,95	1.217.036,52	103.377,43	164.803,18
4	2.015.427,60	1.817.285,33	1.225.220,79	1.104.765,94	120.454,85	285.258,03
5	2.117.920,56	1.868.357,17	1.136.890,43	1.002.925,91	133.964,53	419.222,55
SUMA	9.613.084,30	8.809.493,08	6.639.091,21	6.110.523,66		

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: (Alcocer, 2018)

Ingresos Actualizados	6.639.091,21
Costos Actualizados	6.110.523,66
Inversión Inicial	- 109.345,00
Inversión Inicial + Costos Actualizados	6.001.178,66
Ingresos Actualizados /Inversión Inicial + Costos Actualizados	1,11

Este indicador nos permita establecer que por cada dólar invertido se gana 0.11 centavos, parámetro que de igual manera define al proyecto como rentable.

#### 4.6.5 Período de Recuperación de Inversión

En todo proyecto en el cual se espera la característica rentable, se tiene como premisa la recuperación de la inversión, entonces el tiempo que se demore para recuperar el dinero invertido o Período de Recuperación de la Inversión, se vuelve muy importante, ya que de esto dependerá cuan rentable es llevarlo a cabo.

## CONCLUSIONES

- Se realizó el análisis de la situación mediante la observación de campo, y el levantamiento de información a través de las encuestas a los diferentes miembros de la sociedad, concluyéndose la necesidad del implemento de la planta procesadora de cacao en la parroquia La Belleza.
- A través de un estudio de mercado en el cual se utilizó herramientas como la encuesta, se determinó la buena aceptación que el producto tendrá una vez que salga al mercado, además permite eliminar intermediarios lo que genera en una drástica reducción de costos del producto.
- Se determinó la factibilidad para la implementación de la empresa debido a que el VAN y el TIR son positivos, dándonos como indicador un periodo corto de recuperación de la inversión inicial.

## RECOMENDACIONES

- Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural La Belleza, que impulse la creación de la planta procesadora de pasta de cacao, lo cual elevará el esfuerzo de los productores de cacao a cultivar de mejor manera.
- Se recomienda elaborar un plan de marketing profundo y agresivo, que permita captar la gran demanda potencial, cubrir el mercado local, provincial y sobre todo nacional, por ser una empresa nueva requerirá de gran publicad como tambien pruebas de degustación del producto procesado.
- Una vez demostrado mediante el análisis de los indicadores como el VAN y la TIR se recomienda la aplicabilidad y ejecución de la propuesta, ya que con esto se ayudará a generar empleo a la población y a dinamizar la economía de la parroquia la belleza.



## BIBLIOGRAFÍA

- Cajigas, E.(2004). *Proyectos de inversión competitivos: formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Palmira: Ferisa S.A.
- Carvajal, L. (2006). *Metodología de investigación*. Santiago de Cali: Poemia.
- Chaig, N.(2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México: Prentice Hall.
- Daniel, S.(2008). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Shalom .
- Erossa,V. (2010). *Proyectos de inversión en ingeniería*. España: Limusa.
- Eslava, J. (2003). *Análisis económico- financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Madrid: Esic.
- Galán, J.(2004). *Manual básico de formulación y elaboración de proyectos*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Griffin, R. (2011).*Guia de mercado*. Bogotá:Alpha y Omega
- Guzmán, F.(2010). *El estudio económico- Financiero y la evaluación*. Bogotá:McGraw-Hill.
- Huerta, I. (2016). *El estudio de mercado en las empresas*. México: Pirámide.
- Jácome, W. (2005). *Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de proyectos de inversión*. México: Thomson.
- Kendall, K., & Kendall, J. (2011). *Análisis y diseño de sistemas*. México: Pearson Educación.
- Luna, R & Chavez, D. (2001). *Guía para elaborar estudio de factibilidad ecoturísticos*. Guatemala: Proarca.
- Miranda, J. (2006). *Gestión de proyectos*. Colombia: Armada digital.
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Caracas: Félix.
- Raúl Coss, B. (2005). *Análisi y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa

Sapag,N. (2010). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Argentina: Pinter S.A.

Thompson, I. (2015). *Mercados en un mundo globalizado*. Madrid: Alpha y Omega.

Zorrilla, A. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Alpha y Omega

## ANEXOS

### ENCUESTA

Objetivo. El objetivo de la presente encuesta es conocer sus requerimientos, gustos y preferencias al momento de adquirir y consumir pasta de cacao, con la finalidad de ofertar productos que satisfagan sus necesidades, para lo cual solicitamos de la manera más comedida, se sirvan otorgar la información real.

**Indicaciones:** Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para la venta de la pasta de caco, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta marcando con una “X” la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una opción.

De antemano muchas gracias por su ayuda.

#### Datos Generales

**Género**            M                        F           

**Edad:**

15 – 24                        25 – 34           

35 – 44                        45 – 54           

55 – 64                        65 en adelante           

**Residencia:**    La Belleza             oya de los Sachas           

Loreto                        Orellana           

#### Cuestionario

**1. ¿Se incluye la pasta de cacao en la dieta alimenticia de su familia?**

SI                        NO

**2. Para el consumo familiar, ¿en qué cantidad adquiere de pasta de cacao?**

- 1 kilo
- 2 kilos
- 3 kilos
- Mas

**3. ¿Con que frecuencia consume usted este producto?**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**4. La pasta de cacao que actualmente consume ¿han llenado sus expectativas?**

Sí  No

**5. ¿Estaría dispuesto a adquirir pasta de cacao eviscerada envasada al vacío?**

SI  NO

**6. ¿Qué características usted observa a la hora de realizar su compra?**

Precio  Calidad  Presentación

Cantidad Marca  Servicio  Otros

**7. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el kilo de pasta de cacao?**

- De 0.75 a 1.75
- De 1.75 a 2.75
- De 2.75 a 3.75
- De 3.75 a más

**8. ¿Cómo considera la calidad de la pasta de cacao que usted adquiere actualmente?**

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>		

**9. ¿Cómo cataloga usted el servicio que le brinda su proveedor?**

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>		

**10. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?**

Micro mercado	<input type="checkbox"/>	Supermercados	<input type="checkbox"/>
Mercado	<input type="checkbox"/>		

Gracias

## ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CACAO

**Objetivo:** Determinar los proveedores de la materia prima, cantidad de producción y el estado del producto al instante de su venta, para la elaboración de pasta de cacao en la parroquia la Belleza del Cantón Francisco de Orellana de la provincia de Orellana

**Indicaciones:** Con el fin de conocer la cantidad y calidad de materia para la elaboración de la pasta de cacao, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta. De antemano muchas gracias por su ayuda.

### Datos Generales

Género: Femenino  Masculino   
Edad: 18-29 años  30-45 años  Más de 45 años

### Cuestionario

**1. ¿La producción del cacao en la parroquia la Belleza, según su criterio, en qué grado de desarrollo se encuentra?**

Alto   
Medio   
Bajo

**2. ¿Cómo productor cuántos quintales de cacao produce anualmente por hectárea?**

1 – 5 qq   
6 – 10 qq   
11 – 15 qq   
16 – 20 qq   
más de 20 qq

**3. ¿Qué variedad de cacao produce en su finca?**

Nacional   
Súper árbol   
CCN-51

**4. ¿En qué lugar vende su producto?**

- En su casa a los comerciantes que llegan
- En la ciudad a los comerciantes intermediarios
- En los centros de acopio

**5. ¿Estaría dispuesto vender su producto a una procesadora de pasta de cacao instalado en su zona?**

- Si
- No

**6. ¿Para la venta de su producto, cuando tiene que sacar de su finca, que medio de transporte usted utiliza?**

- Transporte propio
- Transporte en alquiler
- Transporte público
- El cliente recoge el producto de la finca

**7. ¿Al implementar en la parroquia la Belleza una planta procesadora de pasta de cacao, creé usted que se generaría mayores oportunidades de rentabilidad a los agricultores?**

- Si
- No

**8. ¿De ser factible el proyecto, considera que la parroquia La Belleza tendría un despunte socio económico?**

- Si
- No

Gracias.