



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA, EN LA  
PARROQUIA PANCHO NEGRO, CANTÓN LA TRONCAL,  
PROVINCIA DE CAÑAR.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

**INGENIERA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**LAURA MARINA FLORES TENE**

Riobamba – Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA, EN LA  
PARROQUIA PANCHO NEGRO, CANTÓN LA TRONCAL,  
PROVINCIA DE CAÑAR.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

**INGENIERA EN FINANZAS**

**AUTORA:** LAURA MARINA FLORES TENE

**DIRECTOR:** ING. LUIS ALBERTO ESPARZA CORDOVA

Riobamba – Ecuador

2022

**©2022, Laura Marina Flores Tene**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Laura Marina Flores Tene, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 22 de diciembre de 2022

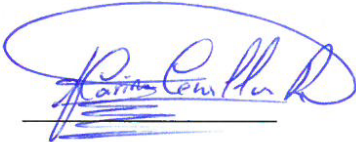
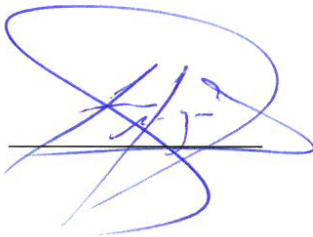
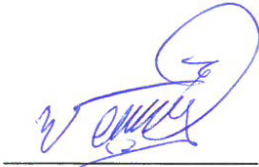


**Laura Marina Flores Tene**

**060510640-0**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA, EN LA PARROQUIA PANCHO NEGRO, CANTÓN LA TRONCAL, PROVINCIA DE CAÑAR.**, realizado por la señorita: **LAURA MARINA FLORES TENE**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Carina del Rocío Cevallos Ramos <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2022-12-22
Ing. Luis Alberto Esparza Córdova <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2022-12-22
Ing. William Patricio Cevallos Silva <b>ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2022-12-22

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación lo dedico a Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy. A mis padres Ángel Flores y Ana Tene, a mis hermanos quienes con su amor y sacrificio me han apoyado a seguir adelante y cumplir con esta meta tan importante en mi vida. De igual manera a los maestros que con sabiduría y paciencia me han guiado en las aulas para culminar exitosamente con mi carrera.

Laura Flores

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi infinito agradecimiento a Dios, mis padres y hermanos quienes siempre han estado a mi lado en el transcurso de este proceso apoyándome constantemente, de igual manera agradezco a mis maestros de la escuela superior politécnica de Chimborazo de la carrera de finanzas quienes han impartido sus conocimientos y han sido testigos de mis triunfos alcanzados de los cuales me llevo las mejores enseñanzas.

Laura Flores

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

1.	Problema de investigación.....	2
1.1	Planteamiento del problema.....	2
1.2	Formulación del problema .....	2
1.3	Sistematización del problema.....	3
1.4	Objetivos .....	3
1.4.1	<i>General</i> .....	3
1.4.2	<i>Específicos</i> .....	3
1.5	Justificación .....	3
1.5.1	<i>Justificación Teórica</i> .....	3
1.5.2	<i>Justificación Metodológica</i> .....	3

### CAPÍTULO II

2	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	5
2.1	Antecedentes de la Investigación .....	5
2.2	Marco teórico.....	6
2.2.1	<i>Empresa</i> .....	6
2.2.2	<i>Proceso Administrativo</i> .....	6
2.2.3	<i>Planeación</i> .....	8
2.2.4	<i>Proyecto</i> .....	9
2.2.5	<i>Estudio de Factibilidad</i> .....	13
2.2.6	<i>Estudio de Mercado</i> .....	16
2.2.7	<i>Demanda</i> .....	17
2.2.8	<i>Oferta</i> .....	19



2.2.9	<i>Marketing Mix</i> .....	20
2.2.10	<i>Comercialización</i> .....	22
2.2.11	<i>Canales de Comercialización</i> .....	23
2.2.12	<i>Estudio Técnico</i> .....	24
2.2.13	<i>Estudio Legal</i> .....	26
2.2.14	<i>Estudio Administrativo</i> .....	26
2.2.15	<i>Estudio Económico</i> .....	28
2.2.16	<i>Evaluación financiera</i> .....	29
2.2.17	<i>Indicadores que orientan las decisiones del proyecto</i> .....	29
2.2.18	<i>Centro de acopio</i> .....	31
2.2.19	<i>Marco conceptual</i> .....	35

### CAPÍTULO III

3	<b>MARCO METODOLOGICO</b> .....	38
3.1	<b>Enfoque de investigación</b> .....	38
3.2	<b>Nivel de Investigación</b> .....	38
3.2.1	<i>Investigación exploratoria</i> .....	38
3.2.2	<i>Investigación descriptiva</i> .....	39
3.2.3	<i>Investigación explicativa</i> .....	39
3.2.4	<i>Investigación aplicada</i> .....	39
3.2.5	<i>Diseño de investigación</i> .....	40
3.2.6	<i>Población y muestra</i> .....	40
3.2.7	<i>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</i> .....	41

### CAPÍTULO IV

4.	<b>MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	43
4.1	<b>Resultados</b> .....	43
4.1.1	<i>Encuesta a agricultores de Pancho Negro, cantón la Troncal</i> .....	43

### CAPÍTULO V

5.	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	56
5.1	<b>Título</b> .....	56
5.2	<b>Estudio de mercado</b> .....	56

5.2.1	<i>Generalidades</i> .....	56
5.2.2	<i>Descripción del producto</i> .....	56
5.2.3	<i>Almacenamiento del cacao</i> .....	57
5.2.4	<i>Función del centro de acopio</i> .....	57
5.2.5	<i>Área de mercado</i> .....	57
5.2.6	<i>Estudio de la demanda</i> .....	57
5.2.7.	<i>Estudio de la Oferta</i> .....	62
5.2.8.	<i>Márketing Mix</i> .....	64
5.2.9.	<i>Tamaño y localización del centro de acopio</i> .....	65
5.3.	<b>Estudio técnico</b> .....	67
5.3.1.	<i>Compra de cacao de seco</i> .....	67
5.3.2.	<i>Secado</i> .....	69
5.3.3.	<i>Proceso de Selección y envasado</i> .....	69
5.3.4.	<i>Almacenaje</i> .....	70
5.3.5.	<i>Proceso de pesaje y sellado del embalaje</i> .....	72
5.3.6.	<i>Proceso de comercialización</i> .....	73
5.3.7.	<i>Maquinaria y equipo</i> .....	73
5.3.8.	<i>Distribución del espacio físico del centro de acopio Pancho Negro</i> .....	73
5.3.9.	<i>Estructura legal del centro de acopio</i> .....	74
5.3.10.	<i>Marco legal</i> .....	74
5.4.	<b>Estructura Administrativa</b> .....	75
5.7.1.	<i>Funciones</i> .....	76
5.7.2.	<i>Reglamento</i> .....	79
5.5.	<b>Estudio financiero</b> .....	80
5.5.1.	<i>Inversiones</i> .....	80
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>101</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>102</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		
<b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-4:</b>	Género .....	43
<b>Tabla 2-4:</b>	Edad.....	44
<b>Tabla 3-4:</b>	Hectáreas de tierra con plantación de cacao.....	45
<b>Tabla 4-4:</b>	Tipo de cacao que produce.....	46
<b>Tabla 5-4:</b>	Dificultades al momento de comercializar su producto.....	47
<b>Tabla 6-4:</b>	Cantidad de cacao que produce por hectárea.....	48
<b>Tabla 7-4:</b>	Compradores de Cacao.....	49
<b>Tabla 8-4:</b>	Estado del cacao en venta.....	50
<b>Tabla 9-4:</b>	Precio del cacao en venta.....	51
<b>Tabla 10-4:</b>	Conformidad con el precio.....	52
<b>Tabla 11-4:</b>	Aceptación de la creación de un centro de acopio.....	53
<b>Tabla 12-4:</b>	Agricultores dispuestos a vender el cacao al Centro de Acopio.....	54
<b>Tabla 1-5:</b>	Listado de clientes potenciales.....	58
<b>Tabla 2-5:</b>	Demanda histórica de la producción de cacao de la parroquia Pancho Negro... ..	60
<b>Tabla 3-5:</b>	Demanda de cacao.....	<b>61</b>
<b>Tabla 4-5:</b>	Proyección de la demanda de cacao .....	62
<b>Tabla 5-5:</b>	Oferta histórica de la producción de la parroquia Pancho Negro.....	62
<b>Tabla 6-5:</b>	Demanda insatisfecha proyectada.....	63
<b>Tabla 7-5:</b>	Características Clasificadora.....	73
<b>Tabla 8-5:</b>	Inversión maquinaria.....	80
<b>Tabla 9-5:</b>	Inversión muebles y enseres.....	80
<b>Tabla 10-5:</b>	Inversión Eq. De oficina.....	81
<b>Tabla 11-5:</b>	Inversión Eq. de cómputo.....	81
<b>Tabla 12-5:</b>	Inversión instalaciones.....	81
<b>Tabla 13-5:</b>	Inversión Consolidada.....	81
<b>Tabla 14-5:</b>	Activo Diferido.....	82
<b>Tabla 15-5:</b>	Capital de trabajo.....	82
<b>Tabla 16-5:</b>	Financiamiento.....	83
<b>Tabla 17-5:</b>	Amortización.....	83
<b>Tabla 18-5:</b>	Amortización de la deuda.....	84
<b>Tabla 19-5:</b>	Costos Servicios Básicos.....	84
<b>Tabla 20-5:</b>	Costos de materiales Indirectos.....	85

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-2:</b>	Estructura de un estudio de Factibilidad.....	<b>14</b>
<b>Ilustración 2-2:</b>	Marketing Mix .....	<b>21</b>
<b>Ilustración 3-2:</b>	Ventas y Distribución. ....	<b>23</b>
<b>Ilustración 4-2:</b>	Estudio legal. ....	<b>26</b>
<b>Ilustración 1-4:</b>	Género.....	<b>43</b>
<b>Ilustración 2-4:</b>	Edad .....	<b>44</b>
<b>Ilustración 3-4:</b>	Hectáreas destinadas al cultivo de cacao.....	<b>45</b>
<b>Ilustración 4-4:</b>	Variedad de cacao que se produce en el sector.....	<b>46</b>
<b>Ilustración 5-4:</b>	Dificultades de comercialización, 2020 .....	<b>47</b>
<b>Ilustración 6-4:</b>	Cantidad de cacao que produce por hectárea, 2020 .....	<b>48</b>
<b>Ilustración 7-4:</b>	Compradores de cacao .....	<b>49</b>
<b>Ilustración 8-4:</b>	Estado del cacao.....	<b>50</b>
<b>Ilustración 9-4:</b>	Precio de venta del cacao.....	<b>51</b>
<b>Ilustración 10-4:</b>	Conformidad con el precio.....	<b>52</b>
<b>Ilustración 11-4:</b>	Agricultores Dispuestos formar parte del Centro Acopio.....	<b>53</b>
<b>Ilustración 12-4:</b>	Agricultores Dispuestos vender el cacao al Centro Acopio.....	<b>54</b>
<b>Ilustración 1-5:</b>	Demanda de toneladas de producción de cacao.....	<b>61</b>
<b>Ilustración 2-5:</b>	Quintales producidos de la parroquia Pancho Negro.....	<b>63</b>
<b>Ilustración 3-5:</b>	Canal de distribución del centro de acopio Pancho Negro .....	<b>64</b>
<b>Ilustración 4-5:</b>	Parroquia Pancho Negro, cantón la Troncal, Provincia de Cañar.....	<b>66</b>
<b>Ilustración 5-5:</b>	Flujograma de la compra de cacao seco.....	<b>68</b>
<b>Ilustración 6-5:</b>	Flujograma de la compra de cacao en baba .....	<b>68</b>
<b>Ilustración 7-5:</b>	Secado artificial .....	<b>69</b>
<b>Ilustración 8-5:</b>	Clasificadora de cacao .....	<b>70</b>
<b>Ilustración 9-5:</b>	Almacenaje .....	<b>70</b>
<b>Ilustración 10-5:</b>	Distribución del centro de acopio en planta.....	<b>74</b>
<b>Ilustración 11-5:</b>	Organigrama .....	<b>76</b>

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: ENCUESTA**

**ANEXO B: MAQUINARIA**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad que permita la implementación de un centro de acopio de cacao fino para la parroquia Pancho Negro, cantón la Troncal, provincia de Cañar. Se realizó a través de una metodología de tipo cuali-cuantitativo, con el uso de métodos analíticos y sintéticos, con un diseño descriptivo, de campo y exploratorio. Con la implementación de diversas técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta que fueron aplicados en la población productora de cacao y además en los consumidores de este producto. Siendo así, se obtuvo los siguientes resultados: la población tuvo en los últimos años una capacidad productiva de cacao fino en un 75% sobre cada hectárea; el 80% se dedica a la agricultura de productos no tradicionales. El 100% de la producción cosechada en el área de Pancho Negro está destinada a la comercialización. Por lo que, se pudo determinar que la zona es agrícola y está apta para la creación de un centro de Acopio que facilite la comercialización en mejores condiciones para el productor y el consumidor. Además de estos datos, la factibilidad del proyecto se enfocó a través del estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo legal y el estudio financiero. Concluyendo que, desde el punto de vista financiero, a través de la evaluación del VAN se logró un valor positivo de \$112.2563, una TIR del 23%, un periodo de recuperación de la inversión por 2 años; así como su Relación Beneficio Costo de \$1.52; de tal forma que se establecen como condiciones atractivas para los inversionistas del proyecto de forma comercial y a su vez mejorar las condiciones de los agricultores de la zona. Se recomienda hacer el uso técnico del presente trabajo de investigación para implementar el centro y fortalecer la economía local.

**Palabras clave:** <PLAN FINANCIERO>, <ACOPIO DE CACAO>, <PLANIFICACIÓN>, <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <EVALUACIÓN FINANCIERA>.



26-01-2023

0259-DBRA-UPT-2023

## ABSTRACT

The objective of this research work was to develop a feasibility study for the implementation of a fine cocoa collection center for the Pancho Negro parish, La Troncal canton, province of Cañar. It was carried out through a qualitative-quantitative methodology, with the use of analytical and synthetic methods, with a descriptive, field, and exploratory design. The implementation of various research techniques such as the interview and the survey were applied to the cacao-producing population and the consumers of this product. Thus, the following results were obtained: in recent years, the population has had a production capacity of 75% of fine cocoa on each hectare; 80% is dedicated to the agriculture of non-traditional products. 100% of the production in Pancho Negro area is destined for commercialization. Therefore, it was determined that the area is agricultural and is suitable for the creation of a storage center to facilitate marketing in better conditions for the producer and the consumer. In addition to these data, the feasibility of the project was focused on a market study, a technical study, a legal administrative study, and a financial study. Concluding from the financial point of view, through the evaluation of the NPV a positive value of \$112.2563 was achieved, an IRR of 23%, an investment recovery period of 2 years; as well as its Benefit-Cost Ratio of \$1.52; in such a way that they are established as attractive conditions for the investors of the project in a commercial way and at the same time improve the conditions of the farmers in the area. It is recommended to make technical use of this research work to implement the center and strengthen the local economy.

Keywords: <FINANCIAL PLAN>, <COCOCOA PACKAGE>, <PLANNING>, <PROJECT FEASIBILITY>, <FINANCIAL ASSESSMENT>.



Lic. José Luis Andrade Mendoza

0603339334

## **INTRODUCCIÓN**

La actividad agrícola dedicada al cultivo de cacao Fino Aroma, producto conocido como la pepa de oro ha sido desde siempre, una de las bases de la economía familiar campesina del sector costero y subtrópicos que constituyen las estribaciones de la Cordillera de los Andes. Es el producto que genera el mayor ingreso, pues un 60% del ingreso de las familias campesinas proviene de la comercialización del producto; además de ser un rubro importante dentro de la balanza comercial del Ecuador, el cacao ecuatoriano es mundialmente apreciado por su sabor y aroma, ya que son claves para la producción de los más finos chocolates.

Actualmente, la cadena agroalimentaria del cacao es la tercera más relevante después del banano y las flores, hallándose al Ecuador como el primer país productor y exportador de cacao fino y de aroma con un 75% de la producción mundial, según la Organización Internacional del Cacao. Actualmente la comercialización de cacao se dificulta por diversos factores entre los principales la presencia de intermediarios en la zona, en este contexto, se ve la necesidad de contar con un centro de acopio en la zona, a través del cual los productores de Pancho negro puedan comercializar en mejores condiciones su cacao durante todo el año.

El proyecto de Factibilidad es una propuesta que se fundamenta en los distintos estudios realizados como mercado, técnico, administrativo y económico que los trata básicamente en el tercer apartado del presente, con los cuales se llegan a las conclusiones y recomendaciones debidas, mismas que establece que es viable realizar las inversiones necesarias.



## **CAPÍTULO I**

### **1. Problema de investigación**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

Los productores de cacao de la Provincia de Cañar, poseen escasa integración en la cadena de comercialización local y nacional, no presentan logros en trabajos asociativos, venden el cacao de manera individual a intermediarios y sus precios son bajos, con el paso de los años existe una disminución de la calidad del cacao debido a un inadecuado manejo post-cosecha, la falta de innovación en los cultivos, y la mezclas de variedades de cacao, que afecta a los productores y limitan sus posibilidades de desarrollo.

La problemática que vive actualmente los productores de cacao con referencia a la venta y comercialización de su producto, está ligada al negocio de selectas familias del cantón La Troncal quienes estandarizan precios que no son coincidentes con la cotización nacional e internacional del cacao afectando así a los pequeños productores de la zona. Los productores del sector de la parroquia de Pancho Negro, se ven obligados a comercializar en los centros de acopio de la Troncal, debido a la distancia que resulta corta para los productores de la zona, que no quieren acudir a los mercados del cantón Duran y Guayaquil, por su producción es pequeña e individual.

En la actualidad los pequeños productores ven amenazadas sus inversiones en plantaciones de cacao debido a la falta de recursos. Pues el mantenimiento de plantaciones es costoso y de no hacerlo afecta a la calidad del producto.

Otro de los inconvenientes que tienen los productores es la delincuencia misma que se hace presente en el transporte público con lo que se exponen al riesgo de perder su producto provocando una pérdida económica. Siendo una verdadera problemática la falta de un centro de acopio de cacao en la localidad.

#### **1.2 Formulación del problema**

¿Cómo incide el proyecto de factibilidad, en la implementación de un centro de acopio de cacao fino de aroma en la Parroquia Pancho Negro del cantón La Troncal, provincia de Cañar?

### **1.3 Sistematización del problema**

- ¿Cómo beneficia un centro de acopio de cacao a los pequeños productores del sector?
- ¿Cuál es el impacto de la implementación de un centro de acopio de cacao en el proceso de comercialización?
- Qué estudios se deben desarrollar para la estructuración adecuada del proyecto.?

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 General**

Elaborar el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao fino de aroma, en la Parroquia de Pancho Negro, cantón La Troncal, provincia de Cañar.

#### **1.4.2 Específicos**

- Establecer los fundamentos teóricos obligatorios para la elaboración del proyecto.
- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de los productores de cacao fino de aroma en la Parroquia de Pancho Negro, cantón La Troncal, provincia de Cañar.
- Desarrollar los estudios de mercado, técnico, Costos, e inversiones, y estudio financiero previo a la evaluación económica y financiera correspondiente.

### **1.5 Justificación**

#### **1.5.1 Justificación Teórica**

Teóricamente la investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente instrumentos que permitan el logro de competencias en el campo de proyectos de inversión, así como su resultado podrá dar paso a nuevas iniciativas teóricas que promuevan el desarrollo del conocimiento a la investigación.

#### **1.5.2 Justificación Metodológica**

En la perspectiva metodológica se utilizará los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación que permitan obtener información confiable que posteriormente será utilizada para la realización del proyecto de factibilidad, siendo el mismo una herramienta utilizada para guiar

la toma de decisiones. La metodología servirá para identificar las posibilidades del éxito o fracaso de la propuesta, siendo decisivo para proceder o no implementar el proyecto

### ***1.5.3 Justificación Práctica***

La necesidad de la investigación se debe a que actualmente la parroquia de Pancho Negro, no cuenta con un centro de acopio de cacao, de esto surge la propuesta encaminada a crear un lugar específico para el acopio y comercialización del producto, que brinde seguridad y bienestar a los productores, eliminando así los intermediarios en la comercialización, para obtener precios justos en los mercados especializados.

Los productores no tendrán que viajar hacia los diferentes mercados intermediarios de La Troncal, Puerto Inca, El Triunfo y Naranjal lo cual genera gastos adicionales por el transporte.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

Acorde al tema de trabajo, se hará mención a investigaciones previas que tienen similar connotación, en estudios de factibilidad para la implementación de centros de Acopio, permitiendo así tener fundamentos para la toma de decisiones adecuadas.

**El primer trabajo de investigación cuyo tema es:** “Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro de acopio de cacao en la parroquia Puerto Limón en la provincia de Santo domingo de los Tsáchilas.”

**Autor:** José Daniel Pilataxi Paltán.

**Universidad:** Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

**Aporte:** Según (Pilataxi, 2019, pág. 2) Afirma que el estudio de factibilidad para la implementación de un centro de acopio de cacao en la parroquia Puerto Limón es 100% rentable, ya que, al ser evaluado y comprobado técnica y financieramente con los indicadores del VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Retorno de la Inversión, El Punto de Equilibrio, se arrojaron resultados muy positivos en cada uno de ellos.

**El segundo trabajo tiene como tema:** “Propuesta de plan de negocio para crear un centro de acopio de cacao en cantón Babahoyo, provincia Los Ríos”

**Autor:** Carlos Ray Mera Dicado

**Universidad:** Universidad de Guayaquil

**Aporte:** Según (Mera, 2018, pág. 4) indica que el centro de acopio favorece el mejoramiento de la comercialización de la producción de cacao con una aceptación del 100% por parte de los productores del Cantón Babahoyo específicamente de la zona productiva de la parroquia rural Febres Cordero y por defecto la aceptación de 70% de las industrias respectivas en la negociación momento de ofertar la producción a comercializar por la empresa.

**Un tercer estudio cuyo tema es:** Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio, secado y comercialización de cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalito del cantón Muisne provincia de Esmeraldas

**Autor:** Paulina Daniela Garrido Delgado

**Universidad:** Pontificia Universidad Católica del Ecuador

**Aporte:** Según (Garrido, 2015, pág. 7) define que El Ecuador es un país que posee ventajas comparativas óptimas debido a que dispone de muchas zonas que cumplen con las condiciones ecológicas y agronómicas para el desarrollo del cacao fino o de aroma. además, El estudio ha permitido determinar que existe detrás de la producción del cacao un mercado nacional e internacional con mucha demanda, pero baja oferta del producto.

Aportes que orientan el proyecto que se propone como solución a la problemática de la parroquia Pancho Negro, cantón la Troncal, provincia de Cañar

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Empresa.**

Los autores del libro *Prácticas de la Gestión Empresarial*, una empresa es “una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos.” (García, J. & Casanueva, C. 2019)

Para el autor del Diccionario de Economía, una empresa es “aquella entidad formada con un capital social, que además del propio trabajo de su promotor, puede contratar a cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles o a la prestación de servicios.” (Andrade, S. 2018)

Lo importante es tomar en cuenta lo que no se había previsto de la empresa, su proceso administrativo.

### **2.2.2 Proceso Administrativo**

Proceso administrativo es el conjunto de funciones y actividades que se desarrollan en la organización, orientadas al logro de los fines y objetivos. Está compuesto por 5 etapas básicas (Planificación, Organización, Dirección, Coordinación y Control) y 3 etapas subyacentes (Decisión, Comunicación e Influencia). Las características de este proceso son: Concepción sistémica: Es un procedimiento cíclico de cada fase, en el que los elementos improvisan entre sí, esto permite analizar completamente el proceso, siendo así debe asignarse al grupo los

rendimientos obtenidos. Orden lógico: El proceso es también una descripción de la forma en que el administrador debe analizar y resolver los problemas que se le presentan a la organización.

Según (Moratto, 2007, p.3). “ Es una actividad compuesta por etapas que forman un proceso único y estructurado con organizar, ejecución, control e interrelación entre las funciones”.

Según (Maikari95, 2012, p.2). “La determinación del conjunto de pasos a seguir para lograr un objetivo, todo esto basado en una investigación y con la elaboración de un plan detallado de acciones a realizar” “Es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, se clasifican en : a) Planeación, es la determinación de escenarios futuros y del rumbo hacia donde se dirige la empresa, etapas de planeación( Planeación estrategia, Visión, Filosofía, Misión, Objetivos, Políticas, estrategias, programa, presupuesto; b) Organización: consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, sus etapas son: División de trabajo y coordinación, Integración, es la función a través de la cual se eligen y obtienen los recursos necesarios para ejecutar los planes, sus etapas: selección, determinación, definición, elección; c) Dirección: es la ejecución de todas las etapas del proceso administrativo mediante la conducción y la orientación del factor humano y el ejercicio del liderazgo, sus etapas son: Toma de decisiones, motivación, supervisión, comunicación, liderazgo; d) Control: es la fase del proceso administrativo, a través del cual se establece estándares para evaluar los resultados obtenidos, u etapas: establecimiento de estándares, medición, corrección, retroalimentación” (Arianinnita, 2011, p.25).

Según: (Arena J. A., 1990, p.25). Una descripción detallada y exhaustiva de los autores que han contribuido en administración resultaría no solo extensa, sino complicada en su elaboración; sin embargo, es necesario atender los trabajos más representativos. El proceso Administrativo se inicia con el hombre inteligente, variando su intensidad de acuerdo con la etapa y sobre todo en función de los elementos disponibles; de tal suerte se encuentra vestigios en Egipto, China, Grecia, Roma y demás pueblos de la antigüedad, así como en las comunidades indígenas de América; aun cuando, en casi todas las civilizaciones citadas se confunden con el gobierno y la religión, debido a la trascendencia de ambas y la relativa importancia de los negocios comerciales e industriales.

En cuanto al antecedente Administrativo, desde mucho tiempo atrás, el hombre ha venido surgiendo con muchas necesidades a medida que ha venido enfrentándose con diversas situaciones en el ámbito empresarial, conforme a esto, se ha venido aportando muchas ideas que han dado solución

y respuestas a muchas inquietudes, esto lo enmarco a la situación que el nuevo centro de acopio deberá experimentar.

Según: Wood Ward (1960) “El proceso Administrativo son pasos donde los gerentes toman decisiones, los miembros de la organización ponen en prácticas diversas estrategias”, El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos, hacia el interior de su empresa y hacia el exterior de su empresa. Los conocimientos del diseño organizacional han ido evolucionando. Al principio los procesos administrativos, giraban al entorno del funcionamiento interno de una organización, las cuatro piedras angulares para el diseño de la organización, la división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía y la coordinación tienen una larga tradición en la historia del ejercicio de la administración.

Los elementos básicos del proceso Administrativo según (Amundarain, 2004).”los elementos de proceso de Administración, comprenden: revisión, planeación, organización, integración, dirección y control”. Según (Chiavenato, 2012). “Los elementos que los conforman son: planear, organizar, dirigir y controlar.

### **2.2.3 Planeación**

Según: (García, 2012, p.25) “Planificación, acción y efecto de planificar, función fundamental del proceso Administrativo, sin la previa administración de las actividades, por medio de la planeación no habría nada que organizar, dirigir ni que controlar. Para lograr una administración competente, deben hacerse planes basados en hechos, para prever y ordenar las actividades necesarias. Según (Gómez Cejas, 1994, p.26)” La planeación es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas”. Según (Hampton, 2011, p.32) “Es reflexionar sobre la naturaleza fundamental de la organización y decidir cómo situarla o posicionarla en el ambiente; determinar objetivo de corto plazo; definir métodos de realización”.

Según: (Goldstein, 2011, p.56), “La planeación es el proceso por el cual la dirección (CEO) o staff directo de una organización prevé el futuro y desarrolla los procedimientos de las operaciones necesarias para alcanzarlo ( el futuro)”. Según: (Terry, 2011, p.14), “Es la selección y relación de hechos, así como la formulación de suposiciones, respecto del futuro en la visión y formulación de las actividades propuestas que se crean necesarias para alcanzar los resultados. También es determinar los objetivos y los cursos de acción que deben tomarse. Explicación personal (Gómez Cejas, 1994). Como se ha venido definiendo, la planeación no es más que proyectar acciones para

un futuro en mediano a largo plazo, para que operen con éxito, lo que actualmente el GAD Parroquial Pancho Negro pretende o trata de hacer, esta con un objetivo de obtener un desarrollo sostenible mediante el proyecto de centro de acopio CACAO.

Herramientas de Planeación: Según: (R. T. G., 2011, p.3),” Son el conjunto de instrumentos, para ordenar la acción de la empresa en lo gerencial y administrativo. a) Propósitos: Son las aspiraciones fundamentales o finalidades de tipo cualitativo que persigue en forma permanente o semipermanente un grupo social. b) Objetivos: Representa los resultados que la empresa espera obtener, son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente. c) Estrategia: Son cursos de acción general o alternativas que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos, las lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas. d) Políticas: Son guías para orientar la acción; son criterios lineamientos y no se sancionan. e) Presupuestos: Es el plan de todas o algunas de las fases de actividad de la empresa expresando en términos económicos, junto con la comprobación subsecuente de las realizaciones de dicho plan. f) Pronósticos: Es prever las cosas que pudieran suceder. La herramienta viene siendo una gran ayuda para el proyecto propuesto.

Principios de la Planeación.

De acuerdo con (Rodríguez S. H., Etapas de Planeación, 2011, p.52)

- Principio de la Precisión: Los planes no deben hacerse con afirmaciones vagas y genéricas, sino con la mayor precisión posible.
- Principio de la Flexibilidad: Es dejar un margen para los posibles cambios que se pudieran dar, tanto buenos como malos.
- Principio de la Unidad: Trabajar de una manera unida, coordinada e integrada para lograr la meta propuesta.

#### **2.2.4 Proyecto**

Es un conjunto de actividades planeadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos, tiene como objetivo crear un producto o servicio único (Aceves Salmón, P. 2018, p. 12).

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a



satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura.

En síntesis, el proyecto productivo constituye el motor del desarrollo de una región o el país, razón por la cual se requiere de recursos que incentiven su desarrollo en las comunidades urbanas y rurales.

#### 2.2.4.1 Clasificación

Según (Gallardo, D. y Maldonado, V. 2016, p. 4) la tipología de los proyectos se clasifica en:

##### 1. Según el grado de dificultad que entraña su consecución

- **Proyectos Simples.** - Fáciles de concretar, porque se necesita pocos recursos humanos, materiales o tiempo para la obtención de la información necesaria para la toma de decisiones.
- **Proyectos complejos.** - Al contrario de los anteriores, requieren diversos elementos para su concreción.

##### 2. Según el capital de la organización que lo realiza

- **Proyectos públicos.** - Realizados por organismos estatales, por ejemplo, una obra pública.
- **Proyectos privados.** - Realizados por cualquier organización privada, por ejemplo, un acto de beneficio de una ONG.
- **Proyectos mixtos.** – Involucran a distintas organizaciones, por ejemplo, la organización de un Mundial de fútbol.

##### 3. Según el sector productivo que lo realiza

- Agrícola-ganadera o pesca
- Construcción
- De servicio
- Energía
- Industriales
- Medioambiente

- Minería.

#### 4. Según su área de influencia

- Internacionales
- Locales
- Nacionales
- Regionales

#### 5. Según su orientación

- Artísticos
- Comunitarios
- De investigación
- Económicos
- Educativos
- Financieros
- Fiscales
- Legales
- Productivos
- Sociales
- Tecnológicos

Según (Padilla, 2006). los proyectos pueden catalogarse de la siguiente manera:

- **Productivos:** los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio final.
- **De infraestructura social:** los que dirigen a solucionar limitantes que afectan al rendimiento de la mano de obra, tales como deficientes en educación, salud. Provisión de agua potable etc.
- **De infraestructura económica:** Los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades.
- **De regulación y fortalecimiento de mercados:** Son proyectos que apuntan y clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados, o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas

### *2.1.1.1 Etapas de un proyecto*

Dentro de la formulación de proyectos se establecen etapas que deben desarrollarse en forma consecutiva para lograr el éxito, las mismas son:

- **Estudios preliminares:** En esta etapa es importante contemplar aspectos de investigación acerca de la disponibilidad de insumos y proveedores en el mercado
- **Pre – Factibilidad:** En esta etapa se comparan enfoques alternativos de varios elementos del proyecto, se recomienda las alternativas más adecuadas para cada elemento a fin de efectuar análisis anteriores
- **Estudio del ciclo primario o preparación:** En esta etapa se contempla el estudio de factibilidad, proyecto preliminar, diseño detallado, las cuales deben sustituirse de forma coherente y consecutiva para lograr los objetivos previstos para el proyecto (Gabriel, 2010).

### *1.2.4.3 Evaluación de la Factibilidad*

Para Moncayo (2018), señala que la evaluación de factibilidad se comprende entre 4 componentes que son:

- Evaluación Técnica
- Evaluación Ambiental
- Evaluación Financiera
- Evaluación Socioeconómica (p.15).

Todos los puntos anteriormente relacionados son de fundamental importancia porque mediante los estudios de cada uno de ellos se puede determinar aspectos importantes que favorezcan al proyecto que se esté realizando y por ende hacerlo viable.

Según lo establecido en la evaluación de la factibilidad de un proyecto se determina para la aceptación de la factibilidad del mismo con el fin de obtener el desarrollo del proyecto en beneficio.

### 2.2.5 *Estudio de Factibilidad*

Es un estudio que se realiza por medio de la recolección de información sobre un determinado grupo de personas o lugar, información por la cual se determina si los objetivos están bien planteados y se está enfocando en dar solución al problema por el cual se implementó la idea del proyecto se lo analiza por la parte socio-económica y financiera la cual determinará si poseerá los suficientes recursos para dar por aceptable el proyecto.

Preguntas para un estudio de factibilidad son las siguientes:

- *¿Qué?*, para definir el proyecto que se desea implementar. *¿Quién?*, es para saber qué persona lo desarrollará o implementará. Una vez definido el proyecto, se pregunta si la empresa tiene la posibilidad de hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, existen dos opciones: la primera, que se rechace el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir el proyecto hasta llegar a uno que sea posible para la empresa. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021, p.21).
- *¿Cuándo y dónde?* el propósito de saber en qué fecha y en qué lugar es conveniente iniciarlo, lo cual indica la factibilidad del mercado. Si la respuesta es negativa existen dos alternativas: la primera, que se repruebe el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir la fecha y el lugar hasta encontrar aquéllos que sean posibles para el mercado. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021, p.22).
- *¿Cómo?* el objeto de saber qué métodos, estrategias y/o técnicas se van a emplear. Si la respuesta es negativa, encontramos dos situaciones: la primera, que se elimine el proyecto o que se vuelva a definir la técnica hasta encontrar la que sea posible realizar. Una vez que la respuesta sea afirmativa, el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021, p.22).
- *¿Cuánto?* Para saber la cantidad que se invertirá, cuánto nos generará y en cuánto tiempo; esto representa la factibilidad financiera de poder hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, se puede desechar el proyecto o se debe volver a definir la factibilidad financiera hasta encontrar la apropiada; una vez que la respuesta sea afirmativa, se realiza la siguiente pregunta (Cevallos, 2021, p.22).
- *¿Por qué?* Para saber cuál es la razón por la que queremos o pensamos iniciar la operación.

En las preguntas planteadas por el autor se puede analizar la aplicación y como se guía cada una de las preguntas para determinar el paso y lo que se quiere lograr mediante la aplicación de los procesos tomando en cuenta la investigación y la ejecución del proyecto (Cevallos, 2021, p.23).

### 2.2.3.1 Estructura del contenido de los Estudios de Factibilidad.

Según Ruíz (2017), se enfocan y afirman la siguiente estructura:



**Ilustración 1-2:** Estructura de un estudio de Factibilidad

Fuente: (Ruiz, I., 2017, p.2).

Según Ruíz Echeverría (2017) y Vique (2020) se enfocan y afirman la siguiente estructura:

En el Marco de Referencia se encuentra:

- Factores naturales
- Factores legales
- Factores tecnológicos (p.23).

Dentro de estos puntos se analiza el mercado su financiamiento las materias primas a utilizar, mediante normas legales expuestas y en camino para estar dentro de la Ley, también se analiza la tecnología a utilizar para el proceso de producción del bien o el servicio a dar.

En el Estudio de Mercado se encuentra:

- Producto
- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda insatisfecha
- comercialización del producto.

Mediante estos factores pretende establecer si hay una demanda existente o no la cual permita ser el enfoque a donde se dirija el proyecto establecido, se justifique el proceso en tiempo y en el entorno real.

El estudio técnico se divide en:

- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de la planta
- Marco legal
- Requerimientos y recursos.

Mediante un estudio técnico se podrá analizar la factibilidad del proyecto según la mano de obra la producción y donde se podría situar para que el proyecto se desarrolle de mejor manera y sea efectivo planteando en un lugar estratégico.

El estudio administrativo se identifica por:

- Organigrama
- Direccionamiento estratégico
- Mapa estratégico.

Se identifica por la estructura de la organización, los departamentos a emplear en la empresa en el proyecto identificado los aspectos para ejecutar la fase de operación mediante el estudio administrativo se busca emplear eficiencia y eficacia dentro de la organización.

En el estudio económico y financiero

- Inversión total
- Financiamiento de la inversión total
- Punto de equilibrio.

En este punto se busca establecer parámetros principales para la ejecución del mismo como principal punto buscando una rentabilidad en un proyecto dentro de las inversiones, costos e ingresos los cuales son medidos por parámetros establecidos de convivencia.

Dentro de la Evaluación Financiera se encuentra:

- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Valor Actual Neto (VAN)

- Costo/Beneficio
- Tasa Mínima de Rentabilidad.

Se enfoca en analizar la parte financiera midiendo su rentabilidad en el tiempo mediante proyecciones de estados financieros aplicando métodos para determinar la recuperación de la inversión en caso de ser factible, pero si no es factible no se podría realizar.

### **2.2.6 Estudio de Mercado**

Cevallos Vique (2020) menciona que: “Es relevante para la recolección de información mediante características de la población y el lugar a estudiar, tomando en referencia datos reales donde se pueda identificar las ventajas y desventajas para poder generar la propuesta de manera más clara.” (p.25).

#### *1.2.3.1 Objetivos del Estudio de Mercado*

El estudio de mercado tiene por objetivo:

- Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción, que en una cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta (precios, nivel de ingresos, etc.), la comunidad está dispuesta a comprar.
- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se están empleando para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Determinar el riesgo (intangibles) para un inversionista si su producto corre la suerte de ser o no aceptado en el mercado (Cevallos, 2020, p. 24).

#### *1.2.3.2 Importancia del Estudio de Mercado*

El estudio de mercado debe proporcionarnos criterios útiles para:

- Determinar la capacidad de producción de la nueva planta
- Fijar la ubicación de la planta

- Estimar probables ingresos durante la vida útil de los productos sustitutos y complementarios
- Conocer las estructuras de abastecimiento de materias primas (mercado proveedor)
- Conocer los hábitos, actitudes del consumidor con respecto a cambios en precios e ingresos
- Conocer la política estatal y sus efectos (impuestos, subsidios)
- Conocer los precios del mercado productor y consumidor
- Conocer los canales de comercialización. (Cevallos, 2020, p. 24)

Las preguntas fundamentales que tiene que resolver el estudio de mercado son:

- ¿Cuánto se podrá vender?
- ¿A quién se podrá vender?
- ¿Qué clase de competencia habrá?
- ¿A qué precio se podrá vender?
- ¿Cómo se comercializa?

### 2.2.7 *Demanda*

Según Resico (2018) afirma que: “Se determina por el comportamiento del consumidor en la decisión de adquirir un bien o servicio, el comportamiento del comprador depende de diferentes situaciones dentro de ellas son directamente los factores de precio, calidad y cantidad.”

Su fórmula es:

$$Dx = qx = f(Px)$$

**Donde;**

**Dx**: Demanda

**qx**: Cantidad demandada

**f**: Función

**Px**: Precio

La demanda varía según el comportamiento como:

- Ingresos de los consumidores (Y) se enfoca en los ingresos y la tendencia que tienen para adquirir bienes y servicios.
- Cantidad de consumidores(N) se caracteriza por el número de compradores que existe



- Precio de los bienes complementarios  $P_c$  se identifica por el precio que suplanta a otro bien
- Gustos y Preferencias son las características que un consumidor identifica de primera mano para poder adquirir el mismo.
- Expectativas es la intuición de cómo se presentará un producto mediante las promociones por temporadas.

#### 2.2.7.1. *Análisis de la Demanda*

Consiste en la segmentación de mercado donde se identifica al posible consumidor que esté dispuesto a adquirir. Esta demanda se mide por diferentes factores que están identificados, por una serie de factores como necesidades de un bien o servicio mediante la cual se determina el ingreso de un sector, de su población esto se obtiene mediante encuestas o entrevistas para poder tener información verídica y verdadera en tiempo real, dentro del mismo espacio se puede realizar la comparación entre la demanda actual y la posible demanda que existiría en el futuro (Cevallos, 2020, p. 33).

#### 2.2.7.2. *Tipos de Demanda*

Se identifica 3 tipos de Demandas que son:

- Demanda Histórica
- Demanda Actual
- Demanda Proyectada
- Demanda Insatisfecha.

Los tipos de oferta son indicadores donde se puede identificar los posibles consumidores mediante el comportamiento que tienen dentro del mercado y sobre los precios de los bienes y servicios, se puede analizar cuál ha sido su evolución partiendo de datos antiguos y llegando a los actuales para así poder proyectar hacia el futuro cual sería la posible demanda mediante una tasa de crecimiento en específico (Cevallos, 2020, p. 35).

#### 2.2.7.2. *Demanda Insatisfecha.*

Según Cevallos Vique (2020) indica que: “Se determina por la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada la cual da una participación en el mercado con el que se puede trabajar dentro del proyecto.”

Su fórmula es:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada}$$

#### 2.2.7.2. Demanda Proyectada

Se determina por el consumo aparente de un cierto producto el cual es analizado para proyectar mediante el coeficiente de crecimiento de la población.

Su Formula es:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

#### 2.2.8 Oferta

Según Goolsbee Austan (2018) menciona que “Es el servicio o bien que se puede comercializar en el mercado el cual satisface la necesidad de la otra parte en cargo de los diferentes precios que puede tener mediante el comportamiento del mercado competitivo.”

Su fórmula es:

$$Q_x = f(P_x, p, t, e)$$

Donde:

Q<sub>x</sub>: Cantidad del bien *x*

p<sub>x</sub>: Precio del bien *x*

p<sub>i</sub>: Precio de los insumos

t: Tecnología

e: Estado de la economía.

Los Factores que influyen en la Oferta.

- Técnicas de producción
- Los impuestos y subsidios
- Los precios de otros bienes (sustitutos)
- Expectativas en cuanto a los precios
- La cantidad de vendedores en el mercado.

### 2.2.8.1. *Análisis de la Oferta*

Mediante el análisis de la oferta se puede identificar la oferta actual y la oferta futura la cual está dentro del mercado, según la competencia que se pueda presentar a nivel de la localización planteándose con sus bienes y servicios a ofrecer a los demandantes.

Se utiliza para medir las cantidades que una empresa ofrece en un mercado midiéndose en características y producciones mediante la investigación de campo y la valoración económica social del sector para determinar su posible producción de bien o servicio (Cevallos, 2020, p. 48).

### 2.2.8.2. *Tipos de Oferta*

- Oferta Competitiva
- Oferta Proyectada
- Oferta Oligopólica
- Oferta Monopólica.

La oferta se clasifica según el comportamiento del mercado y la existencia de empresas que ofrecen los bienes y servicios a disposición de los clientes para satisfacer sus necesidades se presentan mediante características según la empresa y su comportamiento para acatar clientes es indispensable conocer el sector donde se va ubicar la empresa si existe competencia o es única si existirá una oferta futura (Cevallos, 2020, p. 48).

### 2.2.8.3. *Oferta Proyectada*

Se relaciona por los productos que se vende en el mercado tomando un indicador aparente y se lo proyecta mediante un coeficiente determinado de crecimiento poblacional.

Su fórmula es:

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

## 2.2.9 *Marketing Mix*

Como afirma Fernández Marcial (2021) en la actualidad se encuentra ajustado el mercado mediante la demanda satisfecha, pero a esto se le debe dar un valor agregado no solo en la producción sino en

la comercialización en saber cómo llegar a la demanda y que sea notorio lo que se desea expresar mediante estrategias de competencia y de marketing.



**Ilustración 2-2: Marketing Mix**

**Fuente:** (Fernández Marcial, 2021, p.25).

Mediante la presente investigación se puede analizar los 4 componentes del Marketing los cuales se va a definir a continuación:

- Producto

En las definiciones citadas por Thompson (2011), indica que: “Un producto es un bien o servicio que se ofrece para satisfacer la necesidad de una persona se caracteriza por sr tangible e intangible y se realiza el acto de la comercialización ente ofertantes y demandantes.”

Lo que indica es que un producto es lo que se consume a diario mediante las necesidades que tiene el consumidor enfocándose en lo adquiere para satisfacer su necesidad. Al enfocarse en el producto se pudo tomar en consideración la papa en el centro de acopio el cual tiene una amplia variedad de tipo y calidad.

- El Precio

Según Thompson (2011), indica que: “Es una variable del Marketing por la fijación de precios de los productos, es decir dar un valor económico el cual se gravan para ser entregados en el mercado y que los consumidores puedan adquirirlos en manera de trueque”, en el precio intervienen dos variables importantes como es el precio justo y las condiciones de fijación.

- La Promoción

A la promoción se la considera el medio de conexión entre la oferta y la demanda en la comunicación, en el marketing se categoriza por invertir en propaganda por cualquier medio para poder llegar a sus compradores de forma técnica mediante las decisiones para producir la oferta mediante un análisis a la demanda (Figueroa et al., 2020, p. 319).

- Plaza de Distribución

Según Figueroa et al. (2020), indica que: “Es la acción de personas que se dedican a la venta es un medio de comercialización, es el conjunto de actividades de un grupo de productores que se dedican a vender sus productos a los consumidores, intermediarios o mayoristas.”

### **2.2.10 Comercialización**

La afirmación de Ramírez (2015), señala que se puede identificar como la acción de intercambio de un bien o servicio el ofertante ofrece y el demandante por la adquisición cancela un valor monetario esto se lo lleva en los mercados o lugares afines dentro de este tema interviene el desarrollo de estrategias de comercialización.

Los factores que determinan una buena comercialización son:

- Análisis del consumidor

Mediante un análisis profundo de un mercado identificado se logra determinar preferencias características y gustos por los productos que desean consumir mediante la necesidad que presenten su comportamiento frente a promociones, precios y lugar.

- Desarrollo del producto

Se enfoca en la aplicación de tecnología para poder innovar el producto bien o servicio que se vaya a ofrecer al consumidor para que esté al alcance y gusto del mismo.

- Fijación de Precios

Se utiliza como medio para establecer un precio justo a su producto y generar márgenes de utilidad mediante la calidad del producto a ofrecer.

- Branding

Es una estrategia de un marketing mix establece en dar publicidad mediante un logotipo llamativo el cual se identifique con el producto que se va a vender y represente lo que el productor y empresario quiere transmitir, dando canales de estrategias.

- Ventas y Distribución



**Ilustración 3-2:** Ventas y Distribución.

Fuente: (Montes del Castillo & Montes , 2014, pág. 5).

Mediante este proceso se debe canalizar bien al consumidor y cual sería lo correcto para poder llegar al mismo mediante la venta se permite un punto de ganancia al productor directamente peor si existen intermediarios disminuirá la economía del productor por eso es importante saber llegar al consumidor final mediante los canales existentes.

### 2.2.11 Canales de Comercialización

Mediante Ramírez (2015), los canales de comercialización se busca la manera de relacionar al productor con el consumidor mediante:

- Canales de distribución para productos de consumo

a) Canal Directo

Se identifica donde el productor tiene relación directa con el consumidor y es responsable de cada una de sus ventas y no tiene un precio fijo y adecuado al comportamiento del mercado.

b) Canal Detalle

Existe la intervención de otras personas en acción de intermediarios como los supermercados, tiendas, vendedores de mercado los cuales realizan la acción de comprar vender y volver a vender creando las terciadoras y no generando ganancia al productor.

c) Canal mayorista

Se detalla la participación de los intermediarios los cuales distribuyen al por mayor a otras personas o nombradas como clientes los cuales se encargan de la acción de compra y venta al por mayor.

### **2.2.12 Estudio Técnico**

Según Cevallos (2020), afirma que: “Es el proceso técnico-productivo, para a cuál se tiene que establecer un punto de equilibrio adecuado mediante los equipos, infraestructura civil, mano de obra, materia prima y también tomando en cuenta la localización y tamaño del proyecto.”

Mediante el estudio técnico se puede analizar todo lo relacionado a la producción y la tecnología a utilizar dentro del mismo se analiza la adaptación del proyecto en un sector donde se analiza lo siguiente:

- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de planta
- Marco legal

#### **2.2.12.1. Tamaño del Proyecto**

Según Cevallos (2020), manifiesta que: “Es la relación de la capacidad de producción que tendrá un bien o servicio es decir el tiempo de producción que se podrá proyectar mediante el tiempo” (p.23). En otra palabra se determina por la inversión y el servicio que podrá brindar en el tiempo determinado puede ser diario, semanal o mensual.

#### *2.2.12.2. Ingeniería del proyecto*

Cevallos (2020), indica que “Es un punto de análisis el cual permite contabilizar la ingeniería del proyecto partiendo desde la inversión principal que requieren los bienes o servicios los mismos que permiten determinar la factibilidad incluyendo en muebles y enceres incluyendo la localización.”

#### *2.2.12.3. Localización*

Como bien sostiene Cevallos (2020), su principal enfoque es saber ubicar de manera correcta la empresa en un lugar terrestre que este a disposición del proyecto a efectuar, en este caso será el centro de acopio el cual estará a disposición de los ofertantes y demandantes.

- **Macro localización**

Se interpreta como la definición de la zona geográfica donde se va a ubicar la unidad de servicio o de producción los cuales se identifiquen para reducir costos en especial de transporte. Se lo identifica de manera; nacional, regional o provincial (Cevallos, 2020, p. 60).

- **Micro localización**

Mediante la Micro localización se define el sitio preciso donde se va a construir el proyecto que esté al alcance de los posibles demandantes determinando disponibilidad de producción, comercialización, mano de obra, servicios básicos, etc. Los cuales son de fundamental importancia para su enfoque (Cevallos, 2020, p. 60).

#### *2.2.12.4. Distribución de Planta*

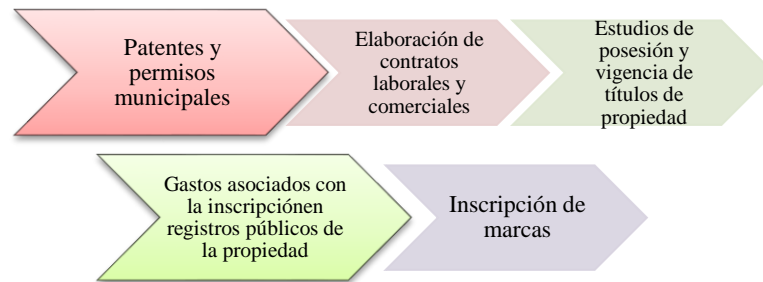
Dentro de este punto se indica las áreas que debe tener una empresa o una entidad o según el enfoque del proyecto el mismo que tendrá área comercial de distribución, industrial o comercial las cuales tendrán diferente estructura dentro de la empresa y será organizado según la necesidad que se presente para mejorar su producción o comercialización del bien o servicio (Cevallos 2020, p. 50).



### 2.2.13 Estudio Legal

Según Alemán (2021), menciona que: “Es la unión de leyes establecidas para la creación de un nuevo proyecto o acción con lo cual se pretende lograr la creación de una empresa que posibilite un Centro de Acopio siguiendo lineamientos dentro de la ley” (p.98).

En el estudio legal existe algunos gastos como:



**Ilustración 4-2:** Estudio legal.

**Fuente:** (Alemán, 2021, p.56).

Si bien se expresa en el Estudio legal ingresan todos los reglamentos establecidos dentro de la empresa y llevar al cabo mediante la ley establecida en el Ecuador para luego no tener problemas al momento de solicitar permisos.

### 2.2.14 Estudio Administrativo

Alemán (2021), se basa en los indicadores de organización de planes para la ejecución ordenando al equipo de trabajo ejecutando mediante un flujo de procesos y manuales de perfil profesional.

En la parte administrativa que propone Cevallos (2020), indica que interviene el análisis organizacional mediante los procedimientos administrativos definidos es decir ocupa la parte operacional, inversión y estructuración de la planta.

En otras palabras, el estudio Administrativo legal se compone de procesos, leyes y reglas en el proyecto a ejecutar que estén dentro de la normativa para aplicar y en lo posterior no presentar problemas dichos.

#### 2.1.1.2 Organigrama Estructural

Según Ydali y Niño (2010), señala que “son elementos propios de cada negocio y correspondiente a su cultura organizacional, es decir expresa todas las características posibles existentes mediante una gráfica de la parte administrativa y de funciones dentro de una empresa.

#### *2.1.1.3 Empresa*

Según Andrade (2018), selecciona que: “Una empresa es una organización sistematizada y organizada según sus funciones, pueden ser públicas o privadas con fines o sin fines económicos esto varía dependiendo su actividad a la que se enfoque.”

#### *2.1.1.4 Misión*

Según Andrade (2020), indica que: “Se enfoca hacia dónde va como empresa en forma de generalización de cómo me quiero ver en el futuro, en el aspecto profesional, personal y empresarial.”

#### *2.1.1.5 Visión*

Según Andrade (2020), indica que: “Es un conjunto de acciones planificadas de forma no visible con lo cual se desea a llegar a ser en el futuro y mediante de utilización de herramientas estableciendo tiempos de corto, medio y largo plazo.”

#### *2.1.1.6 Valores Institucionales*

Los valores se determinan por el enfoque que presente una entidad siempre y cuando tenga los principios de buenas costumbres dirigidas al bienestar de las personas administrativo, personal operacional y clientela para crear un ambiente laboral saludable.

#### *2.1.1.7 Políticas*

Son guiones a cumplirse dentro de una organización la cual no debe ser faltada se enfoca al personal administrativo y operacional y también incluyendo al cliente en caso de llegarse a incumplir algún parámetro se puede aplicar una política de excusa.

#### *2.1.1.8 Reglamentos*

Son conjuntos de condiciones a cumplirse por parte de las personas pertenecientes a la organización incluyendo su oferta y su demanda para crear un vínculo de respeto y operacionalizad en su plenitud.

#### *2.2.14.1. Estructura*

Se trata de un enfoque donde se divide según las necesidades de la empresa dependiendo de los departamentos existentes y la parte administrativa en conjunto con los trabajadores es algo parecido a la ingeniería del proyecto.

#### **2.2.15 Estudio Económico**

En lo establecido por Ficos (2018), indica que: “Es un análisis realizado a los términos monetarios de donde parten las decisiones a tomar en la etapa de inversión y ejecución de un proyecto, mediante los gastos e ingresos.”

##### *2.2.15.1 Inversión*

La inversión nace cuando el inversor toma la decisión de ejecutar un proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar el proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria y equipos, compra de equipo de oficina, adquisición de materias primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programa de capacitación del personal (Boero, 2020, p. 44).

##### *2.2.15.2 Punto de Equilibrio*

Según Cevallos (2020), menciona que: “El punto de equilibrio se basa en la combinación y relación de costos variables y costos fijos los mismos que señalan cual es la inversión y venta de producto para determinar el punto de encuentro donde no se gana ni se pierde.”

##### *2.1.12.1. Costo Fijo*

Son valores constantes sin importar el aumento o disminución de la producción de un bien o servicio determinado el tiempo, no importa la operación que realicen se fortalecen por estrategias adoptadas mediante estrategias que sin importar el volumen que produce la empresa del bien o servicio no afecta a sus costes de producción (Municipalidad de Bogotá, 2018, p.54).

### *2.1.12.2. Costo Variable*

Son valores que cambian mediante la producción es decir si aumenta o disminuye es lo cual se determina el valor de una ejecución u orden mediante la cantidad a exponer mediante una proporción generada la cual si afecta a los costos de la empresa (Municipalidad de Bogotá, 2018, p.89).

### **2.2.16 Evaluación financiera**

En la realización de la parte financiera del proyecto y con el objeto de tener los estados financieros proyectados, balance general, balance de resultados, y flujo de efectivo, se hace necesario realizar las proyecciones de ventas, materias primas, compras, presupuesto de personal presupuesto de costos y gastos operacionales, tabla de depreciaciones y financiación del proyecto con las proyecciones propuestas, elementos que nos permitirán obtener los estados de resultados, a la vez dar paso al flujo de efectivo indispensable para la evaluación financiera correspondiente. (Flórez, 2016)

### **2.2.17 Indicadores que orientan las decisiones del proyecto**

Los indicadores a calcular: el Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tasa interna de retorno modificada (TIRM), Relación Beneficio/Costo, Período Promedio de Recuperación de la Inversión (PPRI) y Valor Económico Agregado (EVA).

#### *2.2.17.1 Valor Actual Neto (VAN)*

- El método descuenta todos los flujos de fondos para encontrar su valor actual (Sapag & Sapag, 2014).
- El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.
- El valor actual neto no es otra cosa que el flujo neto de fondos en el periodo de evaluación medido en dinero de hoy.
- Es el equivalente en dólares actuales de todos los flujos de fondos futuros del proyecto.
- Valor actual neto es la sumatoria de los valores actualizados, a una tasa de descuento adecuada para el inversionista.

### 2.2.17.2 Cálculo del VAN

Generalmente el VAN se calcula de la siguiente manera:

Se parte del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto (Sapag & Sapag, 2014, pág. 2).

Fórmula.

$VAN = - Inversión\ inicial + Sumatoria\ FNE\ Actualizado$

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

### 2.2.17.3 La Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es aquella tasa que hace al VAN igual a cero y expresa el rendimiento de la inversión en términos de tasa de interés

- La TIR es aquella tasa que mide la rentabilidad como un porcentaje. (Sapag & Sapag, 2014, pág. 3)
- La TIR mide la rentabilidad del dinero que se mantiene en el proyecto.
- La TIR no debe ser menor a la TREMA considerada como el costo de oportunidad del capital.
- Si la TIR es mayor que la tasa de interés del dinero prestado para la ejecución del proyecto, el proyecto es conveniente.

### 2.2.17.4 Cálculo de la TIR.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o de tanteo, para lo cual se debe establecer dos VAN, el uno con valor positivo y un negativo, la TIR estará ubicado al interior del intervalo (Sapag & Sapag, 2014, pág. 78).

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$r_1$  = Tasa de descuento utilizada para calcular el  $VAN_1$

$r_2$  = Tasa de descuento utilizada para calcular el  $VAN_2$

$VAN_1$  = Valor positivo

$VAN_2$  = Valor negativo.

#### 2.2.17.5 *Periodo de la Recuperación de la Inversión (PRI)*

Mide en cuanto tiempo se recupera la inversión o en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo del capital involucrado (Sapag & Sapag, 2014, pág. 80). Es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

#### 2.2.17.6 *Relación Beneficio/Costo*

Es el cociente que resulta de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i) (Sapag & Sapag, 2014)

$$RB/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

#### 2.2.18 *Centro de acopio*

Se constituyen instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de hortalizas, cacao, frutas, etc. de pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad; los mismos están equipados con máquinas de alta tecnología, que realizan el lavado sanitario, secado, selección, procesamiento y empaque de productos, para luego ser enviados a los mercados Mayoristas Urbanos, Distritales, supermercados (Cruz, 2018, pág. 41).

Para (Terán, 2015, pág. 78) los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y en calidad en los mercados de los

grandes centros urbanos, es por ello que es importante establecerlos en las parroquias, ya que el sector rural se caracteriza por tener los niveles de pobreza y extrema pobreza más altos del país, por tener un sistema productivo poco diversificado y por su baja productividad, en parte por estar desvinculado del comercio nacional e internacional y disponer de poca o nula información tecnológica y de mercados. Por otro lado, encontramos bajos niveles de organización de los productores, lo que limita su participación en los procesos de definición de políticas y programas.

Bajo el criterio de (Riaño & Salazar, 2009, pág. 89) un centro de acopio es el lugar destinado a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaca y prepara para su venta, además que con ellos se mejora la comercialización directa entre productores y consumidores, brindando así productos de mejor calidad y precios justos a los productores.

#### *2.2.18.1 Objetivos de los centros de acopio*

Un centro de acopio debe cumplir ciertas actividades para recepción, almacenamiento y comercialización de los productos (Guacanes, 2016, pág. 45).

Tiene como principales objetivos:

- Concentración de la oferta rural: Esta característica es una de las más importantes ya que con su debido cumplimiento se logra el impulso y expansión de las unidades de producción con ello se obtiene el aumento de la oferta de los productos.
- Mejoramiento de la calidad: El centro de acopio se encarga de varias actividades como la clasificación y adecuación del producto lo que permite llevar un ordenamiento de los productos recibidos, la manipulación de los productos influye altamente en el mantenimiento de la calidad de los mismos. Estas funciones agregan un valor comercial ya que se eliminan las impurezas que contienen los productos desde los centros de producción.
- Incremento de la producción: Los agricultores al llevar a cabo esta actividad necesitan obtener cierto beneficio que lo consiguen con el intercambio de dinero por su producto.
- El cumplimiento de estos objetivos es indispensable al momento de la creación de un centro de acopio ya que promueven el avance sistemático del aumento de la producción de los elementos que se produzcan en la zona y el mejoramiento de la calidad de vida de los productores, los habitantes del sector se benefician de las plazas de trabajo generadas por la creación de estos centros, además con el incremento de ingresos económicos se puede obtener capacitaciones para los productores y se obtiene un precio mucho más competitivo ya que se eliminan los intermediarios (Guacanes, 2016, pág. 46).

### *2.2.16.2. Tipos de acopio*

Los tipos de acopio se pueden clasificar según lo que se colecte como pueden ser productos básicos, productos procesados, o residuos entre estos tenemos:

- **Núcleo de acopio primario:** Estos centros son los encargados de recolectar los productos finales obtenidos de la cosecha, esto quiere decir que es el resultado de un proceso largo de producción, esta recolección se la realiza en el mismo lugar en donde se cosecha el producto, ya que este es el principal beneficio para el productor evitando su desplazamiento hacia lugares lejanos para ofertar su producto. Están constituidos por individuos o grupos asociativos que se dedican esencialmente a la recolección y acopio de los productos de todas y cada una de las unidades básicas de producción.
- **Núcleo de acopio secundario:** Encargados del acopio, manejo, selección, almacenamiento, y empaque de productos procesados, que provienen de núcleos artesanales o industriales, los cuales serán enviados a los mercados internos o externos. Están conformados por individuos o grupos asociativos, debidamente capacitados para el manejo, gestión de comercialización y exportación de productos terminados.
- **Núcleo de acopio residual:** Son aquellos que están conformados por personas naturales o grupos asociativos, los cuales tiene la labor de recolectar los residuos resultantes de la transformación de productos agropecuarios, están capacitados, según los tipos de residuos estos serán enviados a las plantas de reciclaje (Rojas C. , 2019, pág. 7).

### *2.2.16.3. Clasificación de centros de acopio*

Se pueden clasificar los centros de acopio según el producto acopiado, el periodo de acopio o su ubicación geográfica, por el tipo de administración, por el tipo de construcción. (Rojas C. , 2019, pág. 8)

#### **A. Según el producto acopiado**

- **Especializados:** Son los centros que se dedican de manera especial a concentrar un solo tipo de producto en particular o en grupos, dependiendo de su afinidad.
- **Diversificados:** Son los rubros que pertenecen a diferentes especies en un mismo lugar y tiempo.



## **B. Según el periodo de acopio**

- Permanentes: Son los centros de acopio que se utilizan durante todo el año en un mismo periodo de forma continua para el mismo rubro
- Eventuales: Son centros de acopio los cuales son útiles en ciertos periodos continuos o de manera alterna durante el año (Rojas C. , 2019, pág. 8).

## **C. Según la ubicación geográfica.**

- Rurales: Centros de acopio que se ubican en un mismo sector de producción, para que luego sean trasladados mediante camiones acondicionados especialmente para viajar largas distancias
- Peri-urbanos: Clasificación de los centros de acopio que se encuentran en el perímetro de las ciudades o en lugares aledaños que pertenecen a cadenas de industrias procesados.
- Urbanos: Representados por el depósito de los mayoristas, almacenes, por quienes realizan compras directamente del campo y por cadenas de detallistas organizados (Rojas C. , 2019, pág. 8).

## **D. Según el tipo de administración:**

- Privados: La mayoría de capital es privado, el gerente general se encarga de la administración de la empresa.
- Comunales: la junta administrativa es designada por la comunidad y se encarga de la administración. Es necesario desarrollar un proceso de capacitación permanente para desarrollar habilidades y destrezas para la gestión, operación y mantenimiento del centro de acopio. Además, se debe brindar herramientas para promover la participación activa de la población y mejorar la capacidad de gestión y negociación comunal para el desarrollo.
- Familiares: La administración está a cargo de personas que pertenecen a un entorno familiar unidos por consanguinidad y afinidad. (Rojas C. , 2019, pág. 9).

#### *2.2.18.2 Ventajas de un centro de acopio*

- Mayor estabilidad en los precios durante el año.
- Mayores ingresos durante el año.
- Mayor seguridad en el pago de los productos.
- Los clientes no son temporales, buscan relaciones estables por muchos años.
- Recolección de la producción agrícola en el centro de acopio.
- Productos con valor agregado.
- Venta conjunta de la producción.
- Asociatividad entre los productores.
- Se plantean soluciones conjuntas ante los problemas comunes.
- Dinamiza la actividad agrícola en la localidad (Rojas C. , 2019, pág. 9).

#### *2.2.18.3 Desventajas de un centro de acopio*

- Se vende la producción a intermediarios.
- Los precios de venta están por debajo del costo de producción.
- Ausencia de mercado establecido.
- Pérdida de la producción. (Rojas C. , 2019, pág. 9).

### **2.2.19 Marco conceptual**

Dentro de la investigación ha sido necesario aclarar términos fundamentales tales como:

**Factibilidad técnica.** - En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. (Martínez, 2010, pág. 16).

**Fijación del precio.** - Es de suma importancia ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto. (Rodríguez R. A., 2011, pág. 85)

**Financiamiento.** - Proporcionar los fondos que necesitan las empresas bajo las condiciones más favorables y de acuerdo con los objetivos establecidos para solventar la implementación del servicio (Aveces, 2018, pág. 85).

**Estados Financieros.** - Documentos que demuestran la situación financiera y de resultados de la Institución, normalmente a través de los Estados de Situación Financiera y de Pérdidas y Ganancias, de Utilidades, Costos, Gastos (Fred, 2000, pág. 45).

**Crédito.** - Contrato a través del cual una entidad financiera pone a disposición de su cliente una cantidad máxima o límite que la entidad está dispuesta a conceder, contra la promesa de pago o reembolso (Galarza, 2000).

**Corto Plazo.** - Lapso de breve duración, que se considera a efectos de créditos, planificación, depósitos (Fred, 2000, pág. 45).

**Largo Plazo.** - Lapso de duración prolongada a efectos de créditos, planificación, etc. En macroeconomía, el periodo de tiempo que permite el ajuste de todas las variables económicas al cambio (Fred, 2000, pág. 46).

**Garante.** - Aval o firma de una persona natural o jurídica para respaldar una operación contraída, por el deudor en caso de incumplimiento de este (Galarza, 2000, pág. 1).

**Interés.** - Cantidad que presta un prestatario a un prestamista, calculada en términos de capital en una tasa estipulada por un determinado tiempo (Galarza, 2000, pág. 41).

**Mercado.** - Todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer una necesidad o deseo (Fred, 2000, pág. 44).

**Descuento.** - Operación por la cual un banco o una entidad o agente financiero, adquiere una letra de cambio u otro efecto comercial de su liberador, del cual percibe deduciéndolo del valor expresado por la letra un interés por anticiparle la cantidad en cuestión, cuyo cobro será la fecha del vencimiento del efecto (Fred, 2000, pág. 45).

**Factibilidad.** - Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

El estudio de factibilidad es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5 % y un 10 % del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

**Rentabilidad.** - La capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado (Fred, 2000, pág. 45).

**Socio.** - Cada una de las partes que trabajan conjuntamente en desarrollar un negocio empresarial, cualquiera que sea la forma jurídica utilizada (Fred, 2000, pág. 7).

**Cliente.** - Persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor (Fred, 2000, pág. 45).

**Inversión.** - La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo (Fred, 2000, pág. 45).

**VAN.** - El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión (Arboleda G. , 2017, pág. 8).

**TIR.** - La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir (Arboleda G. , 2017, pág. 23).

**Localización del Proyecto:** .- La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social (Martínez, 2010, pág. 12).

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de investigación

En el presente trabajo de investigación se recolecta, analiza y se vinculan datos cualitativos y cuantitativos para determinar resultados que permiten responder al planteamiento del problema, concluyendo que el enfoque es mixto.

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre las variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. (Hernández, 2015, pág. 85).

#### 3.2 Nivel de Investigación

Es una investigación previa, se realizarán análisis estadísticos para determinar la cantidad de cacao que produce la zona, además se puntualizará las características del objeto de estudio describiéndolas, por lo tanto, el nivel de investigación es exploratoria y descriptiva.

##### 3.2.1 Investigación exploratoria

La investigación corresponde a un estudio de carácter exploratorio y descriptivo. Exploratorio, ya que se trata de una de las primeras aproximaciones empíricas en torno al proyecto de inversión y la competitividad. En este sentido, “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Rojas M. , 2015, pág. 45)

Se realizará el estudio exploratorio con el propósito de destacar los aspectos fundamentales en el proyecto y se encontrará los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplificará al abrir otras líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.

### **3.2.2 Investigación descriptiva**

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. La investigación Observacional, Exploratoria, “No experimental”, Formulativa). Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra, o se pregunta y se registra. Describe el fenómeno sin introducir modificaciones: tal cual. Las preguntas de rigor son: ¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Dónde está?, ¿Cuándo ocurre?, ¿Cuántos individuos o casos se observan?, ¿Cuáles se observan? (Rojas M. , 2015, pág. 56)

Se va aplicar la investigación descriptiva ya que se va a realizar una encuesta para establecer la realidad del proyecto. Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, y se lograra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinando con ciertos criterios de clasificación para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo investigado.

Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

### **3.2.3 Investigación explicativa.**

Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos requieren del control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado. (Rojas M. , 2015, pág. 56)

Mediante esta investigación, se requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, los mismos que tratan de responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga.

### **3.2.4 Investigación aplicada**

La presente investigación tiene por objetivo la resolución de problemas productivos, comerciales, sociales, económicos y financieros de la sociedad. Se basa en hechos y realidades inmediatas del entorno.

- **Documental:** para el desarrollo de la investigación se basará en artículos científicos originales y de revisión, informe final de tesis de grado y posgrado, revistas especializadas, informes de fuentes empresariales públicas y privadas, entre otras fuentes, para la generación de conocimiento.
- **De campo:** para la presente investigación se obtendrá información a través de la recopilación de datos del mercado, trabajo de campo, en fuentes como los productores, distribuidores, autoridades Gads provinciales, municipales, instituciones, empresas privadas, productivas y comerciales.

### 3.2.5 Diseño de investigación

Según la manipulación intencionada de la variable independiente

- **No experimental:** No existe la manipulación o control de variables independientes, se las observa y se las recopila tal y como se presentan en un entorno productivo, comercial, social, económico, financiero, cultural, político de la sociedad en general con diferentes técnicas e instrumentos.

Según el número de intervenciones en el trabajo de campo

- **Longitudinal:** Se realiza más de una intervención en el trabajo de campo. La recopilación de datos en un entorno definido de investigación con la intención de hacer seguimiento de la variable de estudio se lo hace por varias ocasiones.

### 3.2.6 Población y muestra

**Población:** En el presente trabajo de investigación se consideró como universo de estudio a 103 productores de cacao

**Muestra:** Según (Merino, 2019, p.23) muestra es; una parte o una porción de un producto que permite conocer la calidad del mismo.

En el presente proyecto el universo a investigar es pequeño debido a la poca cantidad de productores de cacao en la parroquia Pancho Negro, siendo necesario trabajar con todos ellos en el levantamiento de la información primaria.

Totalidad de encuestas 103.

### 3.2.7 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

La presente investigación se realizará determinando la producción nacional y su importancia en la economía llegando a determinar la producción de la zona en objeto de estudio estableciendo conclusiones que permitan ejecutar el proyecto, por lo que se empleará el método deductivo .

#### 3.2.7.1 Métodos

**Inductivo.** - Parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general

Se utiliza el método deductivo en el estudio de mercado, debido a que los resultados obtenidos se exentaran a la población.

**Deductivo.** - Parte de razonamientos generales para ir en busca de aplicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares dentro de la organización empresarial (Merino, 2019, p.23).

Este método permite obtener un resumen con el cual se basa para la realización del estudio de factibilidad en base a la investigación realizada anteriormente.

**Analítico.** - Método de proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio en cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual (Merino, 2019, p.23).

Después que se defina un mercado este método permite realizar el respectivo análisis que permitirá verificar la factibilidad del proyecto.

#### 3.2.7.2 Técnicas

**Encuesta.** - Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla (2015, pág. 49).



Para la realización del presente trabajo de investigación se aplicará encuestas dirigidas a la población objetivo, en este caso en particular se realiza al universo de la población, siendo este un número total de productores de cacao de 130, en función de un cuestionario establecido. (ver anexo A.).

Observación de campo. - Es el recurso principal de la observación descriptiva; se realizan en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados. La investigación social y la educativa recurren en gran medida a esta modalidad (Rojas M. , pág. 49).

Constantemente se puede observar la realidad que viven de los productores de cacao de la parroquia Pancho Negro, al sacar sus productos a comercializar hasta los diferentes cantones aledaños.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 4.1 Resultados

##### 4.1.1 Encuesta a agricultores de Pancho Negro, cantón la Troncal, provincia de Cañar

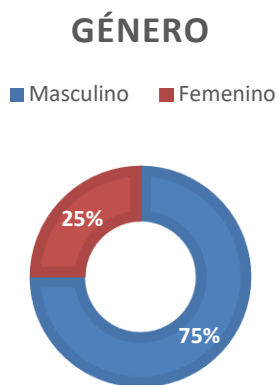
Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, a los productores de cacao en la parroquia Pancho Negro, cantón la Troncal, provincia de Cañar, se ha obtenido los siguientes resultados.

**Tabla 1-4: Género**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	77	75%
Femenino	26	25%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 1-4: Género**

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

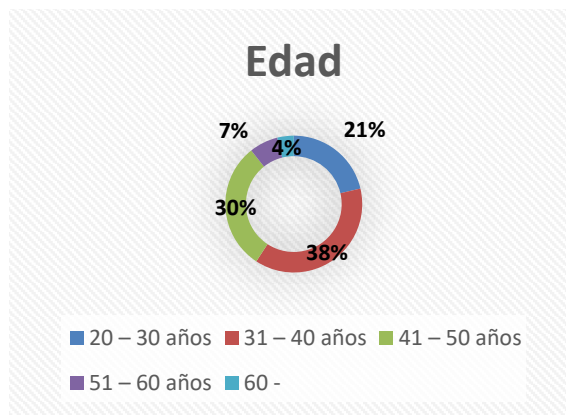
**Análisis:** el 75% de los agricultores encuestados corresponden al género masculino.

**Tabla 2-4:** Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
20 – 30 años	22	21%
31 – 40 años	39	38%
41 – 50 años	31	30%
51 – 60 años	7	7%
60 -	4	4%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 2-4:** Edad

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** la mayoría de los agricultores encuestados se encuentran en una edad de 31- 40 años de edad y en su mayoría.

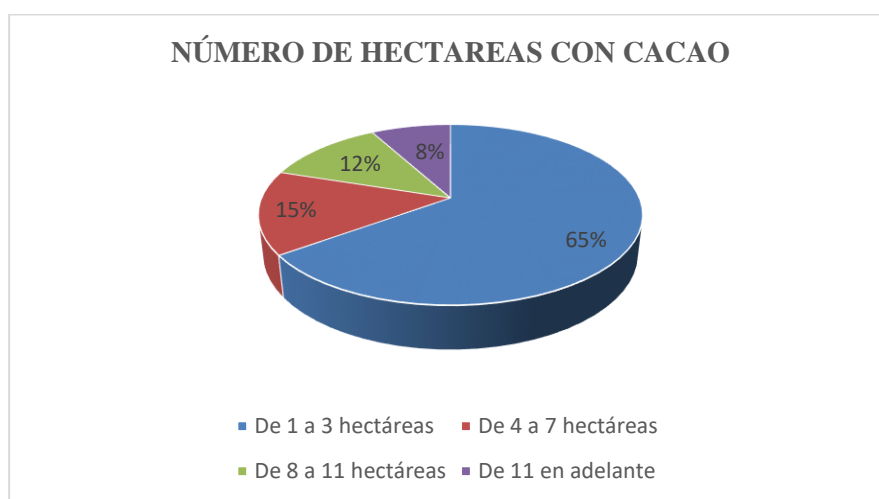
## 1.- ¿Cuántas hectáreas de tierra posee usted con plantación cacao?

**Tabla 3-4:** Hectáreas de tierra con plantación de cacao

Categoría	Frecuencia	%
De 1 a 3 hectáreas	67	65%
De 4 a 7 hectáreas	15	15%
De 8 a 11 hectáreas	12	12%
De 11 en adelante	9	8%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 3-4:** Hectáreas destinadas al cultivo de cacao

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** En esta pregunta podemos observar que los agricultores de la parroquia Pancho Negro en su mayoría poseen de 1 a 3 hectáreas que dedican al cultivo de cacao, un grupo menor de 4 a 7 hectáreas, siendo los porcentajes más considerables, y un 12% de los agricultores encuestados mantienen de 8 a 11 hectáreas destinadas a la producción de cacao.

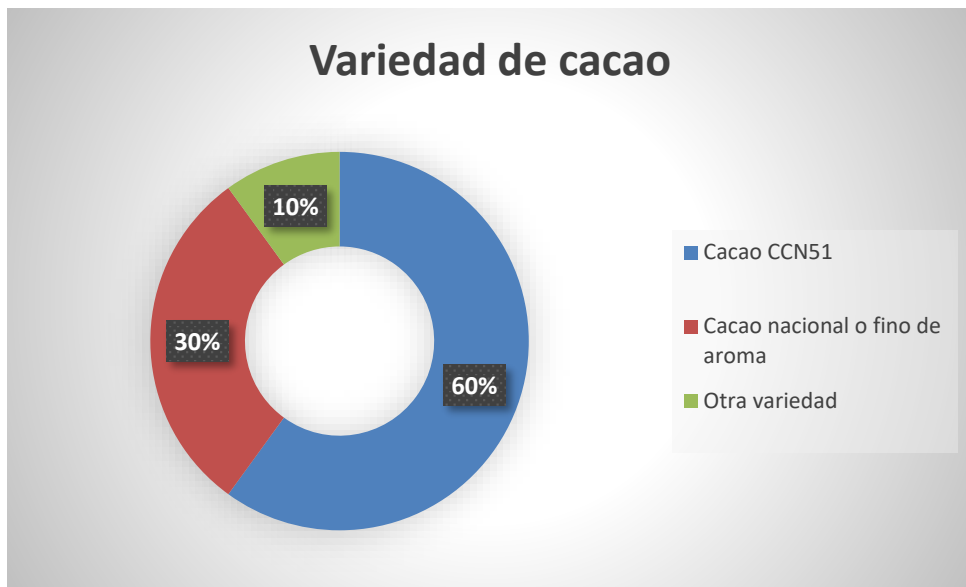
## 2.- ¿Qué tipo de cacao produce usted?

**Tabla 4-4:** Tipo de cacao que produce

Categoría	Frecuencia	%
Cacao CCN51	62	60%
Cacao nacional o fino de aroma	31	30%
Otra variedad	10	10%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 4-4:** Variedad de cacao que se produce en el sector

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** En esta pregunta podemos observar que los agricultores de la parroquia Pancho Negro en su mayoría se dedican al cultivo de caca CCN51, un grupo menos considerable producen Cacao nacional fino aroma, así como otro grupo pequeño produce otra variedad de cacao en la localidad.

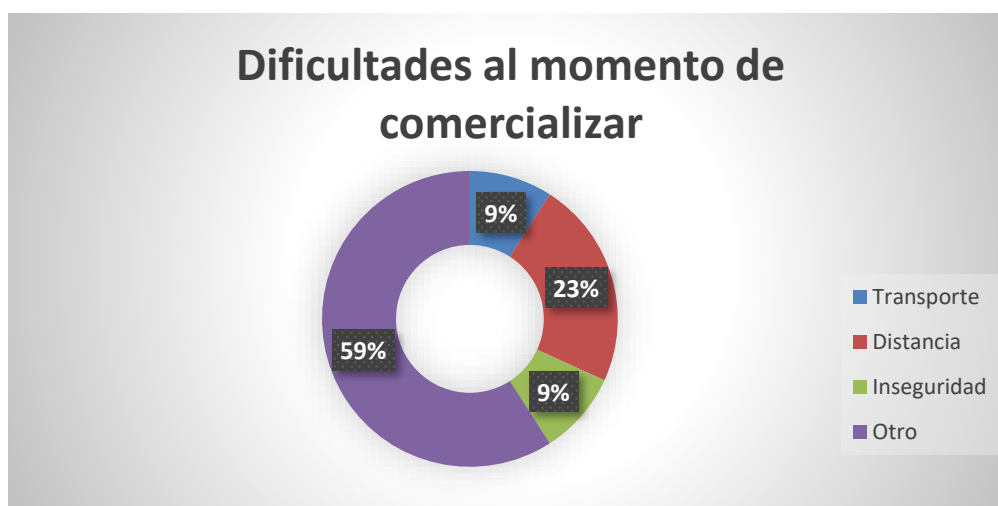
### 3. ¿Presenta dificultades al momento de comercializar su producto?

**Tabla 5-4:** Dificultades al momento de comercializar su producto

Categoría	Frecuencia	%
Transporte	10	9%
Distancia	26	23%
Inseguridad	10	9%
Otro	57	59%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 5-4:** Dificultades de comercialización, 2020

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** La Mayoría de los agricultores de Cacao tienen alguna dificultad al vender sus productos en el mercado, mayorista de los productores se ven afectados por varias dificultades una de ellas y la más preponderante son los intermediarios, para un 23% constituye el transporte por la distancia a los mercados más cercanos, muy pocos consideran que la inseguridad es un factor que se debe considerar al vender la producción.

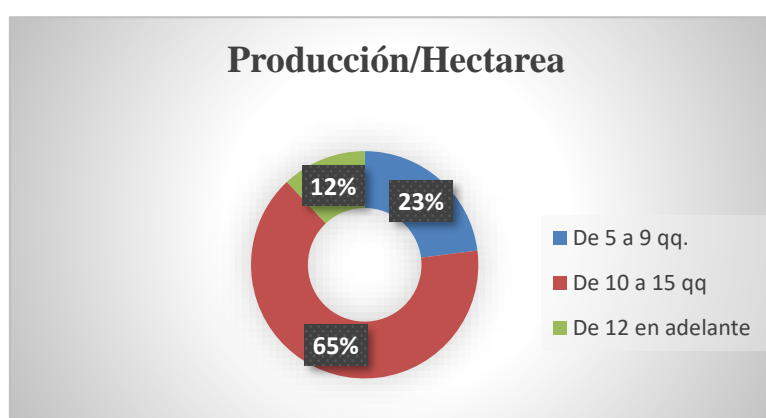
#### 4. ¿Cuál es la cantidad de cacao que produce por hectárea?

**Tabla 6-4:** Cantidad de cacao que produce por hectárea

Categoría	Frecuencia	%
De 5 a qq.	24	23%
De 10 a 15 qq	67	65%
De 12 en adelante	12	12%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.



**Ilustración 6-4:** Cantidad de cacao que produce por hectárea, 2020

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** Los agricultores productores de cacao consideran que producen normalmente de 10 a 15 qq que se consideran una buena capacidad productiva de esa tierra en la localidad, un 23% producen de 5 a 9 qq y un 12% tiene una producción de más de 12 quintales.

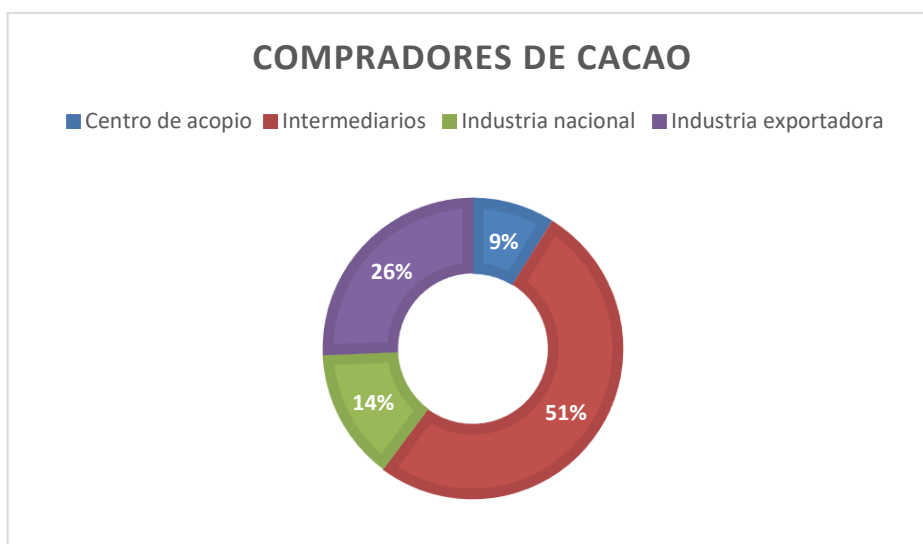
## 5. ¿A quién vende su producción de cacao?

**Tabla 7-4:** Compradores de Cacao

Categoría	Frecuencia	%
Centro de acopio	10	10%
Intermediarios	58	56%
Industria nacional	16	16%
Industria exportadora	19	18%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 7-4:** Compradores de cacao

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** Los agricultores venden su producción agrícola en su mayoría a intermediarios, un 26% lo hace a la industria exportadora que compran en la cercanía, en un porcentaje menor 14% de los productores venden su producción a la industria nacional, no se indicó la vía por la cual llegan a las empresas nacionales y finalmente en un 9% a un centro de acopio.



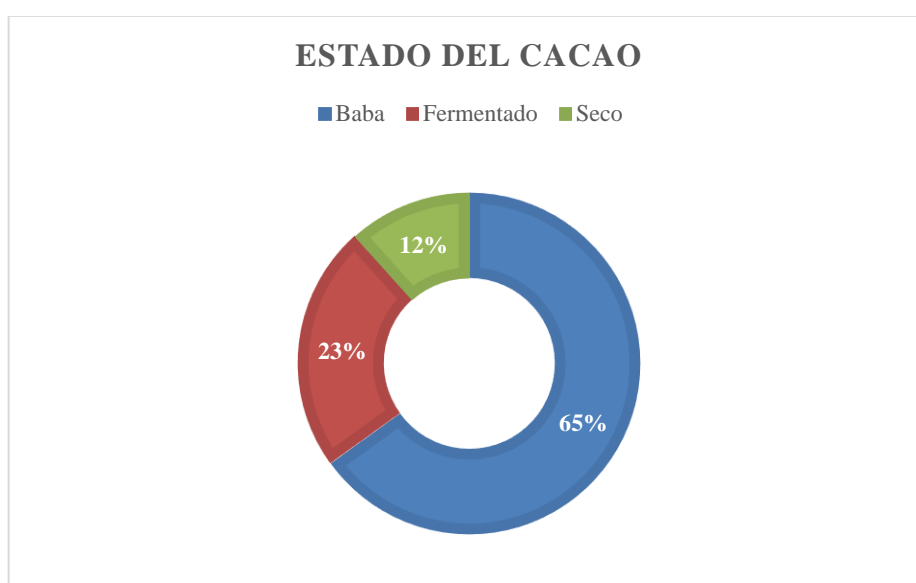
## 6. ¿En qué estado vende su cosecha de cacao?

**Tabla 8-4:** Estado del cacao en venta

Categoría	Frecuencia	%
Baba	67	65%
Fermentado	24	23%
Seco	12	12%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 8-4:** Estado del cacao

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** Los agricultores venden su producción agrícola en su mayoría en seco, un 23% lo hace fermentado y solo el 12% de los agricultores lo comercializa en baba, situación que no ayuda mucho en el precio que reciben por quintal.

## 7. ¿Cuál es el precio promedio al que vende su producción de cacao?

**Tabla 9-4:** Precio del cacao en venta.

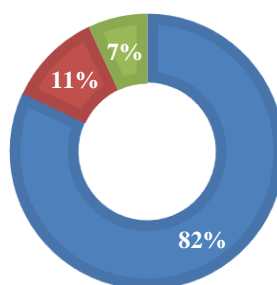
Categoría	Frecuencia	%
25 a 35 USD	84	82%
36 a 45 USD	11	11%
46 a 55 USD	8	7%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

### PRECIO DE VENTA DEL CACAO

■ 25 a 35 USD ■ 36 a 45 USD ■ 46 a 55 USD ■



**Ilustración 9-4:** Precio de venta del cacao

**Fuente:** Encuesta productores de Cacao, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** Existe una mayoría de agricultores que afirman que el pago que reciben de sus productos no es bueno, ya sea en seco, fermentado o en baba, manifiestan que existen días buenos que se recupera la inversión, pero también declaran que existen días que el precio disminuye por la presencia de muchos intermediarios, existen muy pocos agricultores que pueden vender el cacao a un precio más alto del que generalmente se paga en la zona, pero esto no es todo un siempre. Y un porcentaje muy bajo 7% puede vender su producción en seco, en fermento o en baba a un precio de mercado nacional normal.

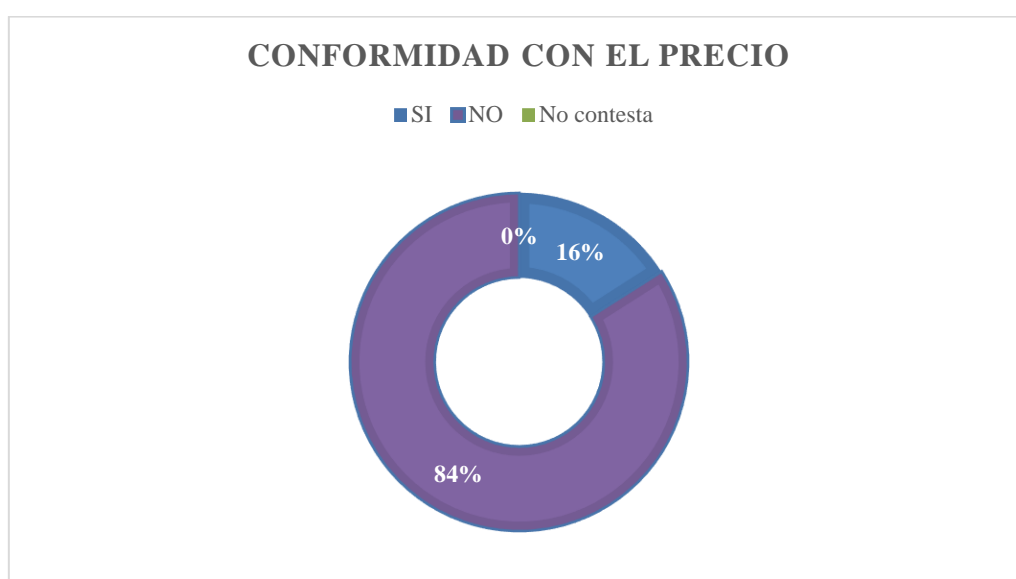
## 8. ¿Está usted de acuerdo con el precio del cacao que le ofrecen los compradores?

**Tabla 10-4:** Conformidad con el precio

Categoría	Frecuencia	%
SI	16	16%
NO	87	84%
No contesta	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 10-4:** Conformidad con el precio

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** La mayoría de los agricultores encuestados en la parroquia Pancho Negro no están de acuerdo con el pago que reciben por su producción, solo un 16% de ellos considera estar de acuerdo con el pago que recibe por la venta de su cacao.

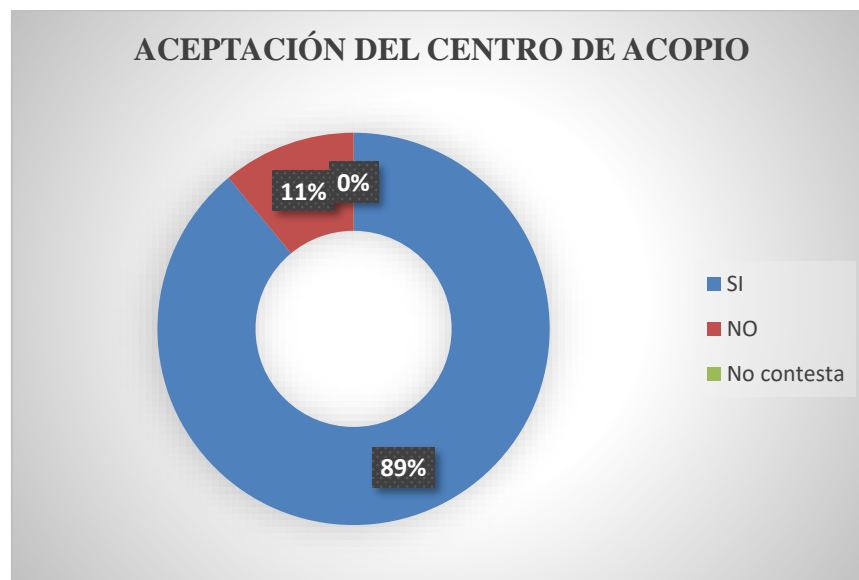
**9.- ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro de acopio para la comercialización de cacao ubicado en la parroquia Pancho Negro?**

**Tabla 11-4:** Aceptación de la creación de un centro de acopio

Categoría	Frecuencia	%
SI	92	89%
NO	11	11%
No contesta	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 11-4:** Agricultores Dispuestos formar parte del Centro Acopio

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** La gran mayoría de los encuestados en la parroquia Pancho Negro les gustaría contar con un centro de acopio ya que no pertenecen a ninguna asociación de productores agrícolas, es decir son agricultores independientes.

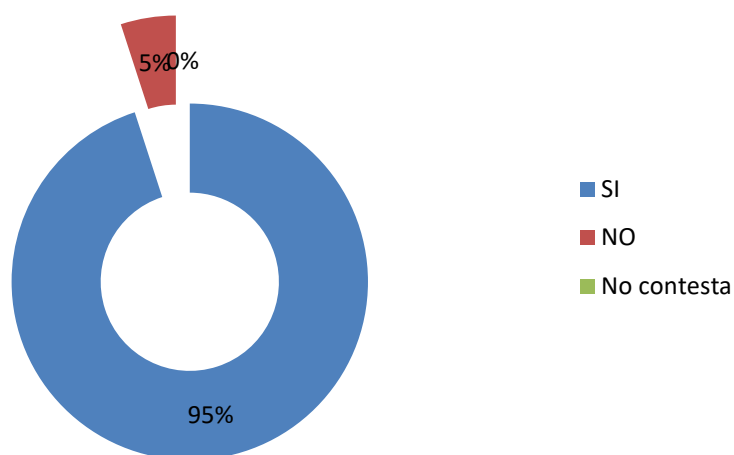
**10. ¿Estaría dispuesto a vender su producción de cacao a un nuevo centro de acopio si le brinda mejor precio y servicio?**

**Tabla 12-4:** Agricultores dispuestos a vender el cacao al Centro de Acopio

Categoría	Frecuencia	%
SI	98	95%
NO	5	5%
No contesta	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.



**Ilustración 12-4:** Agricultores Dispuestos vender el cacao al Centro Acopio

Fuente: Encuesta productores de Cacao, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2020.

**Análisis:** La gran mayoría de los encuestados están de acuerdo en vender su producción al centro de acopio a crearse y formar parte de él como sociedad colectiva en la parroquia Pancho Negro, puesto que están muy consientes en los grandes beneficios como generación de empleo, mayores ingresos y estabilización laboral que acarrea la creación de este centro de acopio, además ayudaría a dinamizar la economía local, lo cual haría más atractivo al mercado, mientras que apenas el 5% de agricultores no lo harían ya que desconocen de los beneficios que este puede brindar.

## **4.2 Análisis de los resultados Obtenidos**

Según datos de las encuestas a los agricultores en Pancho Negro, los agricultores poseen entre 1 a 3 hectáreas destinadas a la producción de cacao que en su mayoría es del tipo CCN51, que hoy por hoy presenta dificultades en la comercialización en especial por la presencia de intermediarios que pagan bajos precios por el cacao seco que es el que más se comercializa en la zona, por lo cual la mayoría de los agricultores no está de acuerdo con los precios que se expresa su inconformidad en la pregunta 8 del cuestionario de encuesta.

Sobre el contexto los agricultores, se encuentran dispuestos a formar parte de un centro de acopio, venderle su producción o comercializar a través de él, con ello inclinar un poco la suerte de los intermediarios pregunta 9 y 10, Análisis que orienta y afirma que: **EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD, PERMITIRÁ CONTAR CON UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA, EN LA PARROQUIA PANCHO NEGRO, CANTÓN LA TRONCAL, PROVINCIA DE CAÑAR.**

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.1 Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA, EN LA PARROQUIA PANCHO NEGRO, CANTÓN LA TRONCAL, PROVINCIA DE CAÑAR.

#### 5.2 Estudio de mercado

##### 5.2.1 Generalidades

El estudio de factibilidad puede ser realizado debido a sus condiciones, dando solución al problema y cubriendo una necesidad, después de un análisis definido establecer cuánto dinero se necesita para financiar las inversiones, costos y gastos que conlleva realizar el proyecto.

Para el desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao fino de aroma, en la parroquia Pancho Negro, cantón La Troncal, provincia de Cañar, se necesita conocer a fondo la situación económica en la que viven los agricultores de la zona, por otra parte, el sustento teórico es fundamental para poner en marcha el proyecto que se propone.

Los proyectos de factibilidad no siempre son viables financieramente, por tal razón es necesario analizar todas metodologías y recursos que se utiliza en la propuesta, de esta manera analizar la factibilidad y viabilidad, lo cual se expondrá atreves del estudio económico financiero.

##### 5.2.2 Descripción del producto

Por medio de la investigación de mercado realizado en la parroquia Pancho Negro, el centro de acopio venderá la producción en granos secos de cacao a las industrias nacionales.

**Cacao seco:** El grano seco de cacao es la última fase del producto antes de ser proceso, en el centro de acopio llegaremos al secado optimo del producto, compraremos a los productores el cacao que decidan vender, el producto se debe verificar bien debido a que el productor en su mayoría vende el cacao seco con un grado de humedad el cual debe ser nuevamente procesado para obtener el secado correcto.

**Cacao en baba:** La producción de cacao que se adquiriera en baba debe ser procesado en el centro de acopio con un tratamiento adecuado, debe ser; clasificado, fermentado, limpiado y secado de forma natural para obtener un producto de calidad que permita ser comercializado en el mercado nacional.

### ***5.2.3 Almacenamiento del cacao***

Una vez obtenido el secado óptimo del producto se procede con el almacenamiento el cual debe ser en un lugar seco y ventilado donde no se encuentre en contacto con sustancias químicas que puedan afectar su calidad, se empaqueta en sacos de yute de 60kg después de haber seleccionado y limpiado los granos de cualquier impureza.

### ***5.2.4 Función del centro de acopio***

Con la implementación del centro de acopio se genera la reducción de la cadena de intermediación y mejora la calidad en los procesos de comercialización ofreciendo un producto de calidad.

### ***5.2.5 Área de mercado***

La zona productiva de la Parroquia Pancho Negro se considera como mercado competitivo debido a un alto nivel de participantes, que lleva al estudio de mercado respectivo.

De acuerdo con la producción se identifica dos áreas de mercado

- Área de mercado para el Cacao Nacional o Fino de Aroma
- Área del mercado para el cacao CCN-51.

### ***5.2.6 Estudio de la demanda***

#### ***5.2.6.1. Evolución de la demanda***

La demanda del producto está delimitada a la demanda insatisfecha presente en el mercado nacional y extranjero, el consumo, la producción, los precios entre otros aspectos que involucren con el cacao en grano seco.

De la producción nacional de cacao en el Ecuador, el 70% es exportado en grano seco, mientras que el 25% se exporta en productos semielaborados de cacao (licor, pasta, manteca, chocolate,



cacao en polvo, entre otros) y tan solo un 5% se consume por la industria artesanal chocolatera del Ecuador.

Al finalizar el año 2020 se batió una marca que se tenía desde el 2018 al exportar 30.000 toneladas más de cacao, mientras que el cacao ecuatoriano y sus semielaborados batieron récord de exportación en los primeros cuatro meses del año 2021 al enviar a sus diferentes mercados de destino el 10,7% más siendo 101.605 toneladas en comparación con las 91.821 del mismo periodo del 2020, Asimismo, en divisas también se reflejó el incremento de \$ 39,2 millones más que de enero a abril del 2020 (Universo, 2021).

Los resultados positivos del sector cacaotero ecuatoriano ha provocado que la demanda del producto se mantiene en sus principales mercados sea apetecido en la industria nacional, aunque la mayor parte de la producción sea objeto de exportación.

#### 5.2.6.2. Identificación de la población objetivo

El mercado objetivo al que se dirige la producción de nuestro centro de acopio se encuentra en las ciudades de Duran y Guayaquil, encontrando aquí diversas empresas dedicadas a la compra de nuestro producto para la exportación, elaboración de chocolates y semielaborados entre otros, convirtiéndose en nuestros clientes potenciales.

A continuación, se detalla el listado de las empresas que serán nuestros clientes potenciales:

**Tabla 1-5:** Listado de clientes potenciales

<b>CLIENTES POTENCIALES</b>			
<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
<b>1</b>	Agroarriba S.A.	Cacao en Grano	km 4.5 via Duran Yaguachi – Durán
<b>2</b>	Barry-Callebaut Ecuador S.A.	Cacao en Grano	Edif. World Trade Center, Piso 8, Oficina 5. Guayaquil, Ecuador.
<b>3</b>	Cafeica Comercializadora de Café y Cacao Cia. Ltda.	Cacao en Grano	Km. 4 1/2 Vía Durán - Tambo (Diagonal a Saibaba)
<b>4</b>	Cafiesa S.A.	Cacao en Grano & Semielaborados	Km. 4 1/2 Vía Durán - Tambo, Durán

5	Chocolates Finos Nacionales Cofina S.A.	Cacao en Grano & Semielaborados	Km. 11 Vía Durán - Tambo a 100 Mts. Pasando el Peaje - Durán, Guayas
6	Eco-Kakao S.A	Cacao en Grano & Semielaborados	Km 7 1/2 Vía Daule - Guayaquil
7	Exportadora e Importadora Comercial Orellana Eximore C. Ltda.	Cacao en Grano	Km. 5 1/2 Vía Durán - Tambo
8	Exportadora Exigranos S.A.	Cacao en Grano	Km. 4 1/2 Vía Durán - Yaguachi
9	Fundación Maquita	Cacao en Grano & Semielaborados	Av. Honorato Vásquez # 141 y Km. 26 Vía Perimetral, Guayaquil
10	Inmobiliaria Guangala S.A.	Cacao en Grano	Km. 3 1/2 Av. Juan Tanca Marengo, Guayaquil
11	Olam Ecuador	Cacao en Grano	Km. 4.5 Vía Duran – intersección vía Durán - Yaguachi I Durán, Guayas
12	Osella S.A.	Cacao en Grano	Km. 2 1/2 Vía Durán - Tambo, Guayas
13	Universal Sweets Industries S. A	Semielaborados de Cacao & Chocolates	Eloy Alfaro 1103 y Gómez Rendón - Guayaquil.

Fuente: ANECACAO, 2021

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

### 5.2.6.3. Estimación de la demanda actual

Para estimar la demanda que produce nuestro centro de acopio debemos identificar los productos:

- a) La demanda de cacao CCN-51 en el Ecuador
- b) La demanda de cacao nacional o fino de aroma en el Ecuador

#### a) Demanda de cacao CCN-51 en el Ecuador

La demanda de cacao CCN-51 a diferencia del cacao Nacional o Fino de Aroma tiene una participación del 72% en las exportaciones ecuatorianas. Al no ser un producto de alta calidad el precio varía y su adquisición es más accesible a las industrias extranjeras para la elaboración de chocolates y semielaborados con sus respectivas formulas (ANECACAO, 2015, pág. 7).

## b) Demanda de cacao Nacional o Fino de Aroma en el Ecuador

El cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los fabricantes de chocolate refinados. Representa únicamente 5% de la producción mundial de cacao. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad Nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional. (ANECACAO, quienes-somos/cacao-nacional, 2015)

Se puede determinar que nuestro centro de acopio ofrece productos con una alta demanda, los cuales serán vendidos en el mercado nacional.

### 5.2.6.4. Demanda histórica de la producción de cacao de la parroquia Pancho Negro

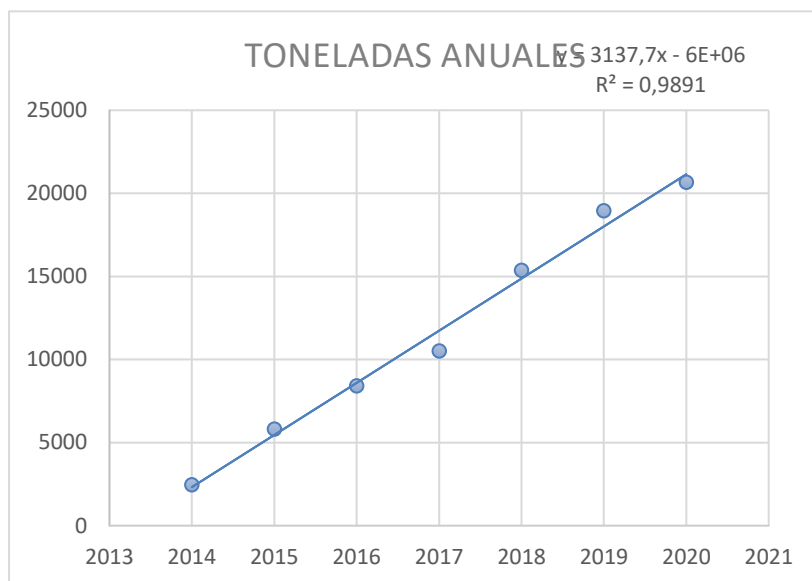
La demanda histórica se puede analizar a partir de datos estadísticos, en este caso proporcionados por el ministerio de agricultura y ganadería que se encuentra a disposición de la población. Al analizar la demanda histórica, nos permite tener una idea aproximada de su evolución, con el fin de tener elementos válidos para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certeza. La información utilizada se obtendrá de fuentes secundarias, datos de la población, niveles de producción, consumo, importación y exportación, evolución de precios, mecanismos de observación y encuestas.

**Tabla 2-5:** Demanda histórica de la producción de cacao de la parroquia Pancho Negro

AÑOS(X)	QQ. EXPORTADAS (Y)	X	XY	Y <sup>2</sup>	X <sup>2</sup>
2014	2451	1	2451	6007401,00	1
2015	5802	2	11604	134652816,00	4
2016	8403	3	25209	635493681,00	9
2017	10512	4	42048	1768034304,00	16
2018	15360	5	76800	5898240000,00	25
2019	18953	6	113718	12931783524,00	36
2020	20650	7	144550	20894702500,00	49

Fuente: Investigación de campo, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.



**Ilustración 1-5:** Demanda de toneladas de producción de cacao  
Realizado por: Flores, Laura, 2022.

#### 5.2.6.5. Proyección de la demanda

En la parroquia de Pancho Negro se produce 20.650 quintal de cacao anualmente, en base a una encuesta realizada, detallándose de la siguiente manera:

**Tabla 3-5:** Demanda de cacao

Número de hectáreas de cultivo de Cacao por cada agricultor.	Numero de Agricultores	Total, de Hectáreas de cultivo de Cacao (X)	Quintales producidos por hectárea. (Y)	Total, quintales producidos por número de hectáreas $Z=(X)*(Y)$
3 hectáreas	15	45 hcts	25 qq	1125
7 hectáreas	67	469 hcts	25 qq	11725
11 hectáreas	12	132 hcts	25 qq	3300
20 hectáreas	9	180 hcts	25 qq	4500
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>826 hcts</b>		<b>20650</b>

Fuente: Investigación de campo, 2020.  
Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 4-5:** Proyección de la demanda de cacao

<b>PRODUCTOS</b>	<b>AÑO 1</b> (2021)	<b>AÑO 2</b> (2022)		<b>AÑO 3</b> (2023)	<b>AÑO 4</b> (2024)	<b>AÑO 5</b> (2025)
<b>Cacao seco por QQ.</b>	24.283	27.421		30.559	33.697	36.834

**Fuente:** Investigación de campo, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.

### 5.2.7. Estudio de la Oferta

#### 5.2.7.1. Oferta actual

La parroquia Pancho Negro en sus inicios fue conocido por sus extensas zonas de bosque irrigadas, hoy en día es una zona agrícola por excelencia, los rendimientos obtenidos, el cacao es el cultivo que con mayor éxito se produce en la zona tropical del Cañar.

Para el caso del cultivo exclusivo se observan rendimientos de 1,45 Tm/ha, y 1,37 Tm/ha para el cultivo asociado. Estos rendimientos están por encima del promedio nacional, siendo la zona tropical del Cañar, la zona cacaotera con el más alto rendimiento en el país, superando a la provincia del Guayas y Los Ríos las que por su extensión presentan los mayores volúmenes de Producción. En el año 2020 se sembraron 7000 hectáreas de cacao, cada hectárea representa 30 sacos de cacao de 160 libras de grano seco, que son comercializados en los centros de acopio de La Troncal, El Triunfo y Guayaquil, a 116 dólares cada uno.

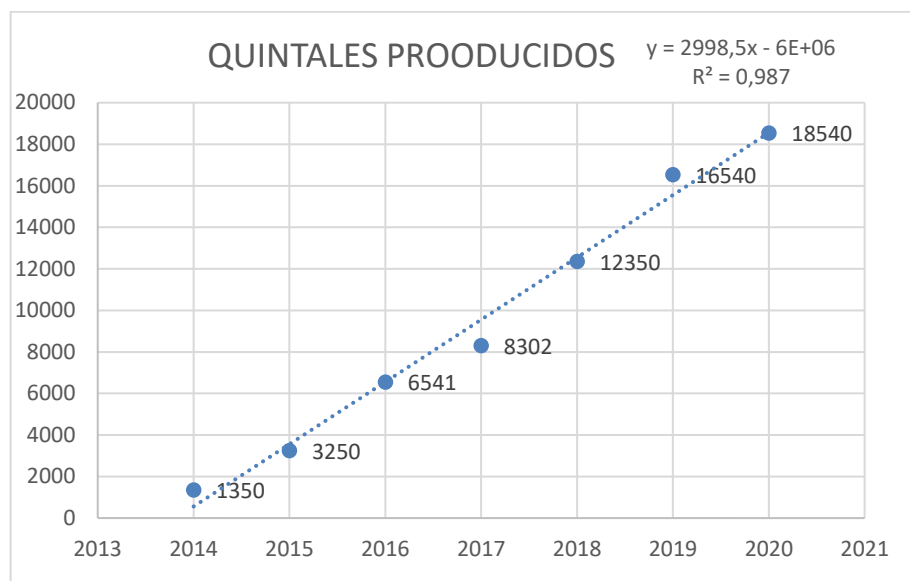
El presente proyecto involucra 826 hectáreas de cacao de pequeños productores, por lo que el centro de acopio pretende atender a 10 toneladas de cacao fino aroma en el primer año y ponerlo en venta dentro del mercado local que son empresas y exportadoras de este tipo de producto.

**Tabla 5-5:** Oferta histórica de la producción de la parroquia Pancho Negro

<b>AÑOS(X)</b>	<b>Produccion por qq. (Y)</b>	<b>X</b>	<b>XY</b>	<b>Y2</b>	<b>X2</b>
<b>2014</b>	1350	1	1350	1822500	1
<b>2015</b>	3250	2	6500	10562500	4
<b>2016</b>	6541	3	19623	42784681	9
<b>2017</b>	8302	4	33208	68923204	16
<b>2018</b>	12350	5	61750	152522500	25
<b>2019</b>	16540	6	99240	273571600	36
<b>2020</b>	18540	7	129780	343731600	49

**Fuente:** Investigación de campo, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.



**Ilustración 2-5:** Quintales producidos de la parroquia Pancho Negro

**Fuente:** Investigación de campo, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.

#### 5.2.7.2. Demanda insatisfecha

Si consideramos la oferta y la demanda de cacao fino aroma en toneladas en el contexto local, se tiene la siguiente demanda insatisfecha:

**Tabla 6-5:** Demanda insatisfecha proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
1	24283	18540	5743
2	27421	19467	7954
3	30559	20440	10119
4	33697	21462	12235
5	36834	22535	14299

**Fuente:** Investigación de campo, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

Es decir, el centro de acopio pretende participar con el 20% de la demanda del mercado, gracias a la unidad de los productores en torno al centro de acopio.

### 5.2.8. *Marketing Mix*

#### **Precio**

En lo referente al precio, éste juega un papel importante dentro de la estrategia de mercadeo. La fijación del precio resulta ser una tarea de suma importancia y es reiterativa en razón que su determinación se realiza en un ambiente dinámico, generado por los cambios en los precios de los insumos, fenómenos naturales, nuevos competidores o cambio en las preferencias de los consumidores.

En el mercado local, el precio del cacao generalmente se fija en función de los existentes en el mercado, éste puede darse en distintas etapas, ya sea al momento de la salida del producto, o mediante el cálculo de la fijación de un margen de contribución, de forma tal que se consideren todos los costos fijos en los que incurre el producto, con una estructura de costos fijos lo más liviana posible.

#### **Canales de distribución**

El canal de distribución mediante el cual va a funcionar el centro de acopio agrícola “Pancho Negro”, es corto, puesto que los agricultores comercializan sus productos agrícolas de manera directa, contando con un mercado selecto, que, al considerar un volumen mayor del producto, se tendrá una salida más rápida y segura del cacao de los productos agrícolas de la zona.



**Ilustración 3-5:** Canal de distribución del centro de acopio Pancho Negro

**Fuente:** Investigación de campo, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

#### **Promoción**

Estrategias de penetración en el mercado. - Hace referencia a las tácticas que se utilizarán el centro de acopio Pancho Negro para ingresar el cacao fino aroma al mercado, las mismas que son publicidad escrita, radial, de boca en boca y televisiva:

- Prensa Escrita. - En este caso se va a utilizar como medio de difusión del centro de acopio “Pancho Negro” a periódicos locales y nacionales más populares, en este caso se ha establecido realizar publicidad mediante el periódico “El Extra”.
- Cuñas Radiales. - De igual manera se va a efectuar cuñas radiales para difundir la compraventa de cacao fino aroma que posee el centro de acopio, por lo tanto, esto se llevará a cabo mediante radios locales, y entre la radio principal se encuentra Radio Tropicalita Super Stereo (Guayaquil) 91.3 FM.
- Publicidad Televisiva. - Se ve necesario considerar la publicidad televisiva, en la cual se va a emitir mediante un canal de televisión local un espacio televisivo referente al centro de acopio agrícola “Pancho Negro”, dando a conocer a la comunidad la existencia del nuevo centro de acopio de cacao fino aroma; por ello se ha escogido troncalnet, con cobertura en la provincia del Guayas y Cañar.
- Publicidad boca a boca. - Este tipo de publicidad boca a boca que se va a ejecutar en el centro de acopio, consistirá que mediante la difusión de un buen rumor acerca de los beneficios de comercializar el cacao fino aroma a través del centro de acopio por lo tanto una persona le comunica a otra persona y así sucesivamente acerca de estos, para ello es necesario brindar una gran impresión al cliente, mediante una buena atención y calidad de los productos.

Para el efecto se establece una inversión de 250 dólares por año.

### ***5.2.9. Tamaño y localización del centro de acopio***

#### ***5.2.9.1. Tamaño***

La capacidad de almacenamiento y procesamiento del cacao en el centro de acopio será de 4594 qq al año. Correspondiendo al 80% de la demanda insatisfecha que presenta el sector cacaotero de la parroquia de Pancho negro para el mercado nacional.

#### ***5.2.9.2. Localización***

#### ***5.2.9.3. Macro localización***

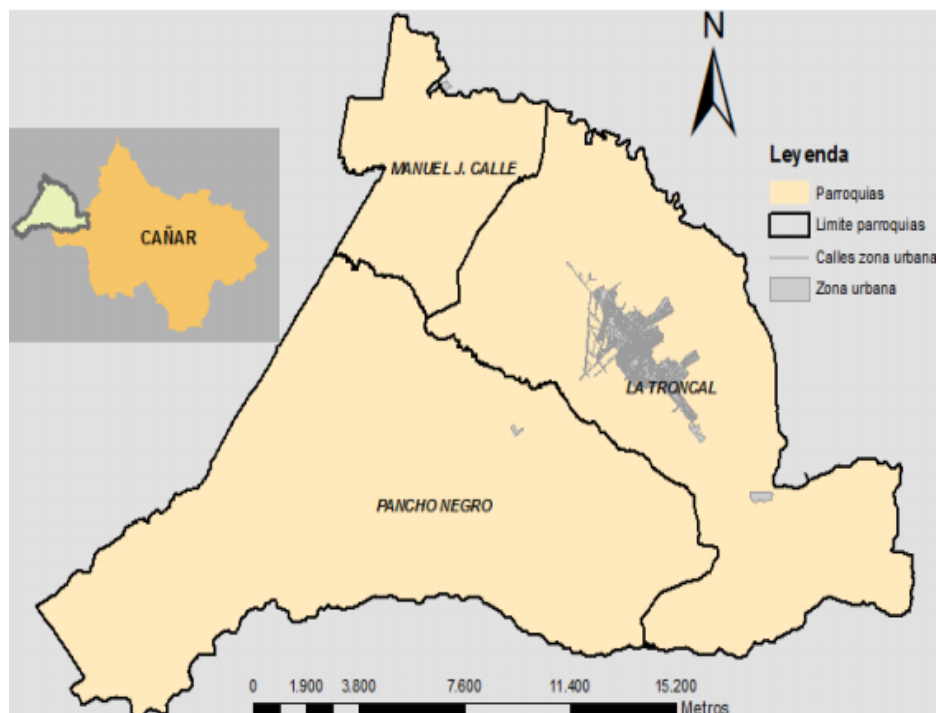
El centro de acopio estará ubicado en la provincia del Cañar, cantón La Troncal, parroquia Pancho Negro, esto debido a la necesidad de este centro en dicho lugar para un mejor desarrollo productivo y la cercanía de la producción agrícola y la existencia de la mano de obra como son



los agricultores, reduciendo los costos de transportación al trasladar la producción a los mercados más cercanos, La Troncal.

### 3.2.7.3 Micro localización

La parroquia Pancho Negro se encuentra ubicada en la región subtropical de la provincia del Cañar, actualmente cuenta con varias vías de acceso en perfectas condiciones, por lo cual los tiempos para llegar a ella son relativamente cortos de La Troncal, El Triunfo-Guayas por accesos diferentes.



**Ilustración 4-5:** Parroquia Pancho Negro, cantón la Troncal, Provincia de Cañar  
**Fuente:** GAD municipal de La Troncal, 2018.  
**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

La localización del proyecto, se constituye en una variable fundamental en torno a la distribución geográfica del mercado y el impacto que tiene la localización en los costos de operación y distribución del servicio, situación que se ve favorable en La Troncal Pancho negro- Cañar Guayas, lugar que cuenta con los servicios básicos , cercanía al mercado financiero de la localidad, afluencia masiva de personas y lo necesarios para esta actividad, el lugar sea establecido en base a los siguientes factores:

- a) **Afluencia de la gente:** Es una zona céntrica comercial muy concurrida todo el día ya que es uno de lugares que poseen mayor movimiento económico por la cercanía con los demás

negocios comerciales.




- b) Disponibilidad de Terrenos.** - Por el mismo hecho de estar ubicado en la vía Guayaquil-Cañar existen un crecimiento considerable de obras de infraestructura adecuadas para implementación de negocios comerciales la cual nos facilita el acceso a servicios básicos.
- c) Transporte y vías de Acceso.** - Se estudian las diversas vías de acceso y la facilidad de localizar transporte.
- d) Servicios básicos.** - Es uno de los factores más importantes para localizar el centro de acopio y es preferible ubicarla donde exista energía eléctrica, agua potable, teléfono, internet, entre otros.
- e) Cercanía del mercado.** - Es indispensable estar cerca de los consumidores potenciales. Podemos manifestar que la localización es la Troncal Pancho Negro-Guayas Cañar, ya que cuenta con todos los servicios necesarios para poder operar.

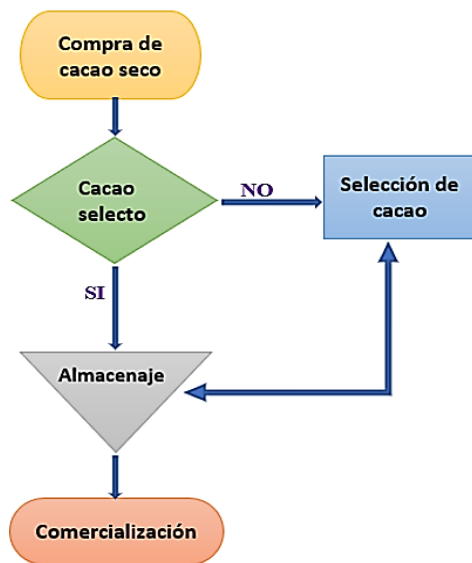
### 5.3. Estudio técnico

Dentro del estudio técnico se ha considerado los procesos, compra, secado y comercialización del cacao, mismo que se detalla a continuación.

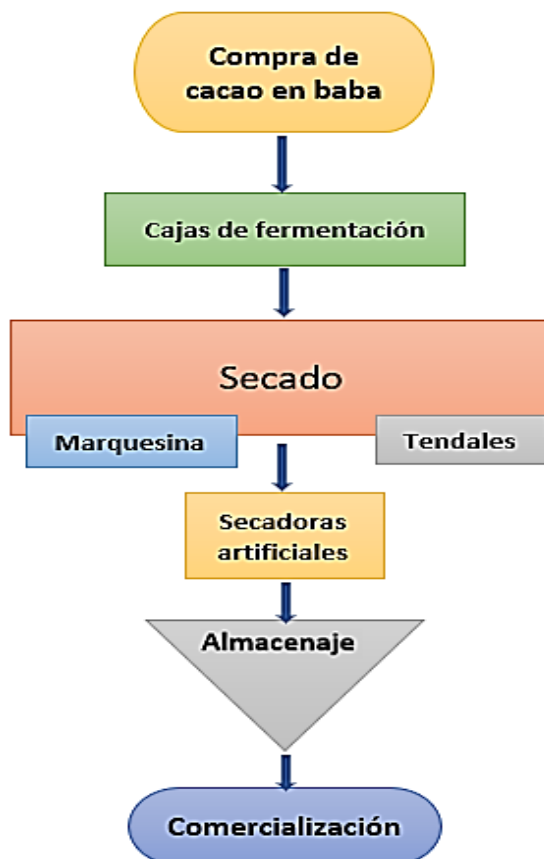
#### 5.3.1. Compra de cacao de seco

Dentro de las faces comerciales se encuentra actividad relacionada con la compra de cacao seco de manera directa a los agricultores de la zona, los cuales deberán cumplir con ciertas condiciones técnicas de calidad. El cacao se recibe seco en quintales.

Significado	Simbología
Inicio/ fin	
Proceso	
Decisión	
Almacenamiento	
Conectores	



**Ilustración 5-5:** Flujograma de la compra de cacao seco.  
Realizado por: Flores, Laura, 2022.



**Ilustración 6-5:** Flujograma de la compra de cacao en baba  
Realizado por: Flores, Laura, 2022.

### 5.3.2. *Secado*

Después de la fermentación, las almendras tienen alrededor de 55% de humedad que debe reducirse al 6-8% que es la humedad en la cual se debe almacenar y comercializar, durante este tiempo, las almendras de cacao terminan los cambios para obtener el sabor y aroma a chocolate.

Una vez culminada la fermentación, se retiran las almendras de cacao de la caja o se trasvasan los montones para su desecación. Las almendras de cacao se encuentran libres de pulpa adherente, pero tienen todavía cierto contenido de humedad y están algo blandas. En los lugares en que el clima es relativamente seco en el momento de la recolección, se suelen secar las almendras de cacao extendiéndolas durante el día al sol, por ello que en el centro de acopio contará con 2 estufas artificiales. Una de las más sencillas y baratas es la denominada secador Samoa.

La mayor parte de la producción del cacao proviene de localidades donde las almendras se secan al sol; sin embargo, algunas cosechas coinciden con un periodo de lluvia o con un periodo de humedad intensa y las almendras deben ser secadas artificialmente; de esa forma, durante el tiempo de lluvias no hay pérdida de tiempo ni de almendras.



**Ilustración 7-5:** Secado artificial  
**Fuente:** Secado de cacao artificial, 2020.

### 5.3.3. *Proceso de Selección y envasado*

Una vez realizado el proceso de secado, se hará la selección o clasificación del grano para mejorar su apariencia, calidad, y de esta manera conseguir un mejor precio de venta.

La selección del grano se lo ejecuta mediante una máquina clasificadora industrial, de material metálico con funcionamiento mecánico como se podrá apreciar a continuación.



**Ilustración 8-5:** Clasificadora de cacao

**Fuente:** Clasificación cacao artificial, 2020.

La clasificación del cacao se realizará cuando baja por la zaranda, este proceso va separando los granos negros, aplastados, vacíos, picados o con moho (polvo blanco alrededor del grano).

#### **5.3.4. Almacenaje**

El almacenamiento se considera como parte fundamental de este proceso debido a que se convierte en un eslabón vital para cerrar el ciclo de producción del cacao porque de nada nos sirve haber estructurado todas las aéreas si vamos a dañar el proceso con un inadecuado proceso de bodegaje, transporte o almacenamiento como tal, se puede apreciar en la ilustración 9-5.



**Ilustración 9-5:** Almacenaje

**Fuente:** Proceso de Bodegaje, 2020.

##### **5.5.3.1. Problemas en el almacenaje**

En la actualidad es muy frecuente que el consumidor final se queje de los problemas que tiene el producto, causados por un mal almacenaje del mismo cabe indicar que en muchos de los casos

cuando se realizan las inspecciones notamos que no se están cumpliendo con las normativas establecidas por los organismos de control.

Una fuente de contaminación muy común en bodegas o en tránsito es:

1. Aplicación inadecuada de sustancias para el combate de insectos plagas. Algunas plagas durante la cadena pueden adquirir al combate no bien planificado. Siempre que se pueda debe hacerse un combate integrados de plagas, bajo la supervisión de un técnico especializado.
2. Residuos de productos agroquímicos en el almacén.
3. Sustancias tóxicas debido al combate de plaga mal dosificadas, rara vez estas pueden venir desde el campo, como residuos o en las almendras contaminadas con elementos menores o metales pesados.

#### 5.5.3.2. *Medidas para mantener un buen almacenaje*

Algunas medidas para obtener una a protección de las almendras de cacao en la bodega son:

- Controles de la temperatura y la humedad ambiental lo más continuo posible.
- En caso de ser necesario el combate de plagas en el interior de la bodega una vez el cacao estén en pilas, se debe tener algunos cuidados como el combate integrado, es decir por medios de químicos, culturales, biológicos, etiológicos, mecánicos, etc., en una forma bien planificada. Se debe tener muy claro contra que es el combate preventivo.
- Las grandes bodegas no siempre dan buen mantenimiento a las maquinarias necesarias para el buen manejo del cacao.
- Las puertas de las bodegas deben dar al menos a dos lados diferentes para la facilidad de la entrada y salida del material.
- Las ramas de cacao deben tener la suficiente separación, entre ellas y con las paredes del edificio de 45 a 50 cm., para que la ventilación sea adecuada y que el tránsito de personas sea sin problema. Debe haber al menos un pasillo central de circulación de 2,5 m aproximadamente.
- Los sacos o contenedores de cacao no deben estar en contacto directo en el suelo, es indispensable el uso de tarimas que mantengan los sacos de cacao, no menos 5 cm del suelo en forma firme. De preferencia se recomienda 10 cm. De separación.

- Para esto puede usar las recomendaciones para una buena práctica de limpieza de las bodegas. No se debe permitir que estén junto con humo, las almendras toman los malos olores fácilmente.
- Que haga el combate de plagas en los exteriores adecuadamente con materiales permitidos por las leyes del país.
- Que las almendras entren en la bodega limpia, sin contaminación de tierra del campo, basura, etc., con la humedad del 7 % o menos.
- Que los almacenes estén siempre limpios y si son usados para otros menesteres, que cuando se guarde el cacao, se los limpie eficientemente.
- Que los alrededores estén libres de malezas, basuras, y otros materiales contaminantes.
- Que no se usa simultáneamente para guardar materiales contaminantes como agroquímicos, cemento, combustibles, etc. Si estos se usan en otras ocasiones que el cacao no está, hay que tener las precauciones de que no haya residuos de mohos o malos olores, es decir se debe limpiar adecuadamente.
- Realizar una prueba de corte para asegurarse de la no presencia de insectos, hongos u otros factores de contaminación.
- Se recuerda que los insectos y otros microorganismos, tienen la capacidad de mutar y desarrollar resistencia a los agroquímicos de ahí que se recomienda usar un combate integrado.
- Un problema común para grandes pérdidas en el cacao son los incendios, que pueden sucederse por quemar basuras junto al cacao, por fumar en la bodega o por alza de temperatura dentro de la bodega.

La mayoría de los productores de la región coloca los sacos sobre bloques de arcillas y en menor grado sobre tablas de madera, ambos en depósito techados. La práctica común en los centros es almacenar los sacos de cacao en un espacio techado.

El centro de acopio tendrá bodegas con bloques de arcilla (ladrillos).

### ***5.3.5. Proceso de pesaje y sellado del embalaje***

Una vez embazado en los sacos, el cacao puede ser almacenado con el saco abierto de 1 o 2 días hasta que el mismo sea negociado al mejor precio.

Para el almacenaje los sacos de cacao deben caber en una bodega amplia de hormigón armado, donde el producto se encuentre libre de impurezas, con ventilación suficiente y lejos de zonas húmedas.

### 5.3.6. *Proceso de comercialización*

El proceso se caracteriza por contactar con comerciantes mayoristas, industria o exportadores de cacao, con el objeto tener un precio justo por el cacao para los productores, mejorando de este modo su calidad de vida.

### 5.3.7. *Maquinaria y equipo*

La maquinaria y equipos necesario fundamentalmente son: dos secadoras de cacao, 12 cajones de fermentación y una clasificadora con las siguientes características técnicas.

**Tabla 7-5:** Características Clasificadora

ÍTEM	MAQUINARIA Y EQUIPO
1	Zaranda limpiadora para cacao
2	Secador de cacao
3	Baterías de fermentación de cacao: son cajas de madera, elaboradas con madera especial para almacenar el cacao en baba que posteriormente será fermentado
4	Marquesinas: casetas de madera para facilitar el secado de cacao en época de lluvia.

Fuente: Proceso de Bodegaje, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

Esta maquinaria tendrá un costo de \$ 10.000,00.

### 5.3.8. *Distribución del espacio físico del centro de acopio Pancho Negro*

La distribución del espacio físico está en relación directa con el tamaño a un costo de las obras civiles 35.000 dólares y el espacio del terreno de 875 m<sup>2</sup> a un costo de 28.57 dólares por metro cuadrado y un promedio de construcción por metro cuadrado de 40.00 dólares según la cámara de construcción de Cañar, prorrateados para toda el área del centro de acopio en función de la siguiente distribución:





**Ilustración 10-5:** Distribución del centro de acopio en planta  
**Fuente:** Distribución del centro de acopio, 2020.

### 5.3.9. Estructura legal del centro de acopio

La estructura legal estará dada según la legislación propia del país y la localidad.

### 5.3.10. Marco legal

Los permisos necesarios para la creación de un centro de acopio de cacao seco y cacao en baba en el sector costero y oriental del Ecuador son:

#### 1. Requisito para la otorgación del certificado de uso de suelo:

Comprar tasa administración ventanilla llenarla y adjuntar:

- a) Certificado de no adeudar al municipio – copia de cédula y certificado de votación.
- b) Copia de certificado de bombero entregar en secretaría de alcaldía con copia para su recibido.

#### 2. Ruc Personas Jurídicas:

Entregar los siguientes documentos al Servicio de Renta Internas:

- a) Escrituras de constitución.
- b) Nombramiento de Representante legal o agente de retención.
- c) Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal o agente de retención.
- d) Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de retención.
- e) Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del dominio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

### **3. Requisitos para obtener certificado de funcionamiento**

- a) Solicite inspección de establecimiento comercial, según sea el cacao:
  - Primera vez
  - Renovación
  - Cambio de propietario
  - Cambio de razón social
  - Traslado del establecimiento
- b) Copia de certificado del funcionamiento del año anterior
- c) Original de copia de cedula del propietario o del representante legal
- d) Copia de RUC
- e) Original y copia de junta nacional de artesanos (si es afiliado)
- f) Realizar inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos:
- g) Presentar informe de inspección
- h) Original y copia de compra o de recarga de extintor (es) y otros.

#### **5.4. Estructura Administrativa**

##### **Nombre**

Centro de Acopio Pancho Negro

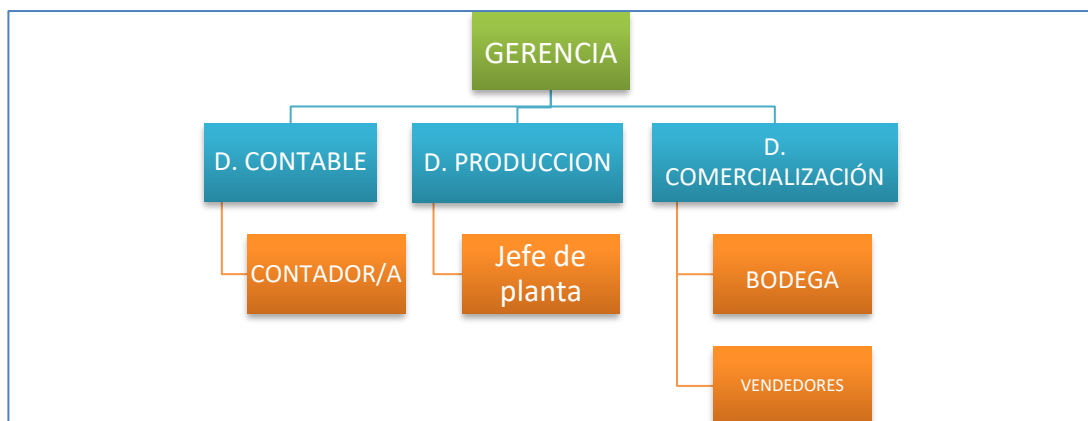
**Misión:** Fomentar el comercio del cacao fino aroma en la parroquia Pancho Negro del cantón la Troncal, provincia de Cañar y sus alrededores, para contribuir con el desarrollo económico, brindando a los pequeños productores un precio justo, mejorando su calidad de vida.

**Visión:** Ser una empresa eficaz, sostenible y rentable, pionera en la comercialización de cacao fino aroma de la más alta calidad, promotora de iniciativas vinculantes entre exportadores y productores de la comunidad.

#### 5.4.1. Valores Corporativos

- **Honestidad.** - Practicada sobre la relación con el cliente y los exportadores en cada tipo de negociación a realizar en el Centro de Acopio.
- **Responsabilidad.** - Desde el punto de vista de convenios con los proveedores agrícolas para facilitar insumos a los productores de la zona.

En la ilustración se presenta el organigrama estructural propuesto para la administración del Centro de Acopio Pancho Negro



**Ilustración 11-5:** Organigrama

**Fuente:** Estudio realizado, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2020.

#### 5.4.1. Funciones

*Gerente: Dentro de las funciones del gerente tendremos las siguientes:*

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se estén ejecutando correctamente.

- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

**Secretaria:** Debe ser una persona en la que se tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

- Aptitudes para la organización.
- Brindar apoyo a todas las unidades.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.
- Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.
- Dinámica y entusiasta.
- Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, e Internet.
- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Persona proactiva, y organizada

Una secretaria de gerencia debe tener las siguientes características:

Comunicación constante con el sector financiero para el seguimiento de Cartas Fianzas, Pagarés, Líneas de Crédito, Sobregiros

**Contabilidad:** Dentro de las funciones tenemos:

- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

**Producción:** Dentro de las funciones básicas tenemos:

- Cooperar con el Departamento Comercial para adaptar la producción a las necesidades del cliente.
- Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes.
- Elaborar y dirigir los planes de producción, la política de compras y logística de materias primas.
- Planificar la fabricación según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones.

### **Bodega**

Dentro de bodega se procederá llevar a cabo las siguientes funciones:

- Se debe diligenciar los formatos de entrada y salida del almacén. **ENTRADA DE ALMACEN:** Este documento debe contener la siguiente información: Fecha Cantidad Unidad Código de barras Descripción del artículo Proveedor Numero de factura Numero de orden de compra Tener un control de inventario diario Alimentación del inventario por medio de las planillas.
- Se realiza la recepción de productos que ingresan al almacén. Se llenan el anterior formato que certifica el recibo de la mercancía. **SALIDA DEL ALMACEN:** Este documento contiene la siguiente información:
- Fecha Cantidad Unidad Código de barras Descripción del artículo Cliente N° de factura N° de orden de compra Costo por unidad. Tener un control de inventario diario. Llenar el formato de salida del almacén Cada vez que se realice estas actividades se debe realizar los reportes respectivos al jefe de compras y ventas y al contador. Todos los documentos deben ser firmados por el responsable del recibo y despacho de pedidos en este caso el jefe de bodega además de tener la firma de autorización del contador.

### **Procesos**

- Llevar los libros de compra y adquisiciones
- Planificar las actividades de compra de cacao, materiales y suministros
- Realizar la compra oportuna y mantener los inventarios necesarios para el proceso productivo
- Seleccionar la materia prima de calidad.

## **Comercialización**

- Coordinar el trabajo con Gerencia.
- Coordinar las actividades de comercialización.
- Cumplir con toda las entregas y pedidos
- Elaborar el libro diario e informes de las ventas.
- Establecer canales de distribución
- Establecer estrategias de atención al cliente
- Identificar a los clientes potenciales.
- Realizar ventas al por mayor.

El centro de acopio agrícola “Pancho Negro ” se manejará mediante una estructura departamental, siendo esta la más idónea para el manejo de las actividades productivas de este centro puesto que existirá un comité administrativo que estará encargado de la toma de decisiones, asimismo existe el nivel ejecutivo, quienes son personas especializadas en los diferentes departamentos como son en este caso: comercialización y contabilidad; y cada una de estas deben respetar las disposiciones del comité administrativo, sin embargo son conedores de sus responsabilidades en cada uno de los departamentos encargados.

### **5.4.2. Reglamente**

Es una disposición legislativa expedida por el Poder Ejecutivo en uso de sus facultades constitucionales para hacer cumplir los objetivos del centro de acopio. Su objeto es hacer efectivo el cumplimiento de las leyes administrativas y permitir el buen funcionamiento del centro de acopio entre los cuales se citan las siguientes:

- Abandonar sin ningún fundamento el lugar o puesto de trabajo, o sea sin previa autorización de la persona correspondiente.
- No acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la Ley, los Reglamentos que dicte el centro de acopio para el efecto o por las Autoridades competentes.
- No obedecer las órdenes y disposiciones de trabajo, es decir, resistirse al cumplimiento de cualquier disposición superior que tenga relación directa o indirecta con el trabajo, siempre y cuando la misma se encuentre en las disposiciones legales y reglamentarias.

- Prohibido hacer cualquier tipo de comentarios o divulgar rumores que vayan en contra de los intereses del centro de acopio o del buen nombre y prestigio de las personas que dirigen mencionado centro de acopio o de sus compañeros de trabajo, o provoquen inquietud y malestar entre el personal. Finalmente, todos los trabajadores están obligados a cumplir con la totalidad de lo establecido en el contrato de trabajo y lo que este reglamento dispone.

## 5.5. Estudio financiero

### 5.5.1. Inversiones

Dentro de las inversiones tenemos las fijas, las intangibles y el capital de trabajo, las mismas se detallan a continuación:

- **Fijas**

En la implementación del centro de acopio se requieren de las siguientes maquinarias, equipos y herramientas; para la ejecución de las actividades con efectividad.

**Tabla 8-5:** Inversión maquinaria

Inversión de Maquinaria y Equipo de producción			
DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Zaranda limpiadora para cacao	2	1000	2000
Secador de cacao	2	500	1000
Baterías de fermentación de cacao	4	500	2000
Marquesinas	2	2500	5000
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>4500</b>	<b>10000</b>

Fuente: Proceso de investigación, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 9-5:** Inversión muebles y enseres.

Inversión Muebles y Enseres			
DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	200	200
Silla ejecutiva	1	120	120
sillas de espera	5	28	140
Básculas	2	120.00	240
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>338</b>	<b>700.00</b>

Fuente: Proceso de investigación, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 10-5: Inversión Eq. De oficina**

Inversión de equipos de oficina			
DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
calculadora	2	12.50	25.00
teléfono	1	50.00	50.00
archivador	1	75.00	75.00
Programa contable ANECACAO	1	1800.00	1900.00
<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>2000.00</b>

Fuente: Proceso de investigación, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 11-5: Inversión Eq. de cómputo**

Inversión Equipos de cómputo			
DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Lapto HP	1	\$ 1200.00	\$ 1200.00
Impresora multifunción	1	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ 1,800.00</b>

Fuente: Proceso de investigación, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 12-5: Inversión instalaciones**

Inversión de Instalación			
DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Edificio	1	\$ 35,000.00	\$ 35,000.00
Terreno	1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>60,000.00</b>	<b>60,000.00</b>

Fuente: Proceso de investigación, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 13-5: Inversión Consolidada**

ACTIVOS FIJOS		
Terrenos	\$ 25,000.00	4.56%
Edificio	\$ 35,000.00	6.39%
Equipo de Oficina	\$ 2,000.00	0.37%
Maquinaria	\$ 10,000.00	1.83%
Mobiliario	\$ 700.00	0.13%
Vehículos	\$ 15,000.00	2.74%
Equipo de Cómputo	\$ 1,800.00	0.33%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 89,500.00</b>	<b>16.34%</b>

Fuente: Proceso de investigación, 2020.

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

Se tiene una inversión fija por un valor de 89.500.00.



- **Diferidos**

Estos activos representan los gastos en los que se incurre para poder dar la formalidad a la empresa, como su constitución, sus permisos, la organización y puesta en marcha.

**Tabla 14-5:** Activo Diferido

ACTIVO DIFERIDO		
Gasto de Constitución	\$ 1,875.00	0.34%
Gastos de Organización	\$ 800.00	0.15%
Gastos de Instalación	\$ 2,675.00	0.49%
Gastos de Investigación	\$ 750.00	0.14%
Patentes y Marcas	\$ 435.00	0.08%
<b>TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 6,535.00</b>	<b>1.19%</b>

**Fuente:** Proceso de investigación, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.

El activo diferido estará dado por un total de \$6535,00.

- **Capital de trabajo**

El capital de trabajo es el valor con el cual podrá funcionar la empresa en un tiempo determinado, normalmente se lo suele calcular mensual.

**Tabla 15-5:** Capital de trabajo

ANEXO 1: CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	/MES	V/ANUAL
M.O	19,558.80	19,559
MP	2800	405,163
GGF	950	3,431
SUELDO	#¡REF!	17,929
UTILES DE OFICINA	705	705
MATERIALDE LIMPIEZA	500	6,000
SERVICIOS BASICOS	850	10,200
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 462,987.34</b>

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.

El capital de trabajo para el centro de acopio es de \$ 462,987.34.

### 5.5.1.1. Financiamiento

El financiamiento está dado a través de un pasivo de largo plazo a través del sistema financiero y el capital social de los socios.

**Tabla 16-5:** Financiamiento

<b>B. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>PASIVO</b>	<b>\$544,022.34</b>	<b>97%</b>
<b>PRESTAMOS CORTO PLAZO</b>	\$ -	0%
<b>PRESTAMOS LARGO PLAZO</b>	\$544,022.34	97%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15,000.00</b>	<b>3%</b>
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	\$ 15,000.00	3%
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO(FINANCIAMIENTO)</b>	<b>\$559,022.34</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

- **Servicios de la deuda**

Al calcular el servicio de la deuda se conoce el préstamo a largo plazo que debe realizarse y el gasto financiero que este generaría.

**Tabla 17-5:** Amortización

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>					
<b>PRESTAMO A LARGO PLAZO</b>					
<b>PRESTAMO COOP.</b>					
<b>MONTO:</b>	\$ 544,022.34				
<b>TASA DE INTERÉS:</b>	17.21%				
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	SOBRE SALDOS				
<b>años</b>	<b>DEUDA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	\$ 544,022.34	\$ 93,626.24	\$108,804.47	\$ 202,430.71	\$435,217.87
2	\$ 435,217.87	\$ 74,901.00	\$108,804.47	\$ 183,705.46	\$326,413.40
3	\$ 326,413.40	\$ 56,175.75	\$108,804.47	\$ 164,980.21	\$217,608.94

4	\$ 217,608.94	\$ 37,450.50	\$108,804.47	\$ 146,254.97	\$108,804.47
5	\$ 108,804.47	\$ 18,725.25	\$108,804.47	\$ 127,529.72	\$ -
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 280,878.73</b>	<b>\$544,022.34</b>	<b>\$ 824,901.07</b>	

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

**Tabla 18-5:** Amortización de la deuda.

**TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**

<b>PRESTÁMO A LARGO PLAZO</b>						
<b>PRESTÁMO COOP. BANCO PICHINCHA</b>						
<b>MONTO:</b>	\$ 544,022.34					
<b>TASA DE INTERÉS:</b>	17.21%					
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	SOBRE SALDOS					
años	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA ANUAL	SALDO	
1	\$ 544,022.34	\$ 93,626.24	\$108,804.47	\$ 202,430.71	\$435,217.87	
2	\$ 435,217.87	\$ 74,901.00	\$108,804.47	\$ 183,705.46	\$326,413.40	
3	\$ 326,413.40	\$ 56,175.75	\$108,804.47	\$ 164,980.21	\$217,608.94	
4	\$ 217,608.94	\$ 37,450.50	\$108,804.47	\$ 146,254.97	\$108,804.47	
5	\$ 108,804.47	\$ 18,725.25	\$108,804.47	\$ 127,529.72	\$ -	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 280,878.73</b>	<b>\$544,022.34</b>	<b>\$ 824,901.07</b>		

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

#### 5.5.1.2. Costos y gastos

- Costos de producción**

Los costos de producción son los valores monetarios que se encuentran ligados de manera directa con la producción de un bien, en nuestro caso el cacao; a continuación, detallaremos los costos de producción para el ejercicio del primer año con su proyección.

- Costos indirectos.**

Se tomo en cuenta los gastos de servicios básicos.

**Tabla 19-5:** Costos Servicios Básicos.

Costos Indirectos servicios básicos				
Detalle	tiempo	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Energía eléctrica	1 mes	12	23.5	282

Red de comunicación	1 mes	12	21.52	258.24
Agua potable	1 mes	12	25.89	310.68
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>850.00</b>

**Fuente:** Proceso de investigación, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.

## MATERIALES INDIRECTOS.

Los materiales indirectos se consideran a los insumos para la venta del cacao.

**Tabla 20-5:** Costos de materiales Indirectos.

<b>Materiales Indirectos</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
sacos	unidad	1300	0.35	455
Hilo	unidad	25	1	25
Uniformes	unidad	6	25	150
Guantes	par	15	5	75
<b>TOTAL</b>		<b>1329</b>	<b>31,35</b>	<b>705</b>

**Fuente:** Proceso de investigación, 2020.

**Realizado por:** Flores, Laura, 2022.

## DEPRECIACIONES

La depreciación supone la disminución de valor de un bien propiedad del Centro de Acopio, debido al desgaste por el uso, al paso del tiempo o a la obsolescencia.

**CÁLCULO DE DEPRECIACIONES**

RUBROS DE INVERSIÓN: ACTIVOS FIJOS	VIDA UTIL	VALOR DE ADQUISICIÓN	AÑOS					TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO
			1	2	3	4	5		
<b>Edificio</b>	20	35,000.00	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 8,750.00	\$ 26,250.00
<b>Equipos de oficina</b>	10	2,000.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
<b>Maquinaria</b>	10	10,000.00							
<b>Mobiliario</b>	10	700.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 350.00	\$ 350.00
<b>Vehículos</b>	5	15,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 15,000.00	\$ -
<b>Equipos de cómputo</b>	3	1,800.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00			\$ 1,800.00	\$ -
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>		<b>\$ 64,500.00</b>	<b>\$ 5,620.00</b>	<b>\$ 5,620.00</b>	<b>\$ 5,620.00</b>	<b>\$ 5,020.00</b>	<b>\$ 5,020.00</b>	<b>\$ 26,900.00</b>	<b>\$ 37,600.00</b>

Realizado por: Flores, Laura, 2022.

Una vez calculados los diferentes costos se podrá establecer el presupuesto de costos y así proyectarlo.

**ROL DE PAGOS**

NÓMINA	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS	TOTAL DESCUENTO	PAGAR
		SBU	H.EXTRA	OTROS			
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>							
	Operario 1	\$ 600.00			\$ 56.70	\$ 56.70	\$ 543.30
	Operario 2	\$ 600.00			\$ 56.70	\$ 56.70	\$ 543.30
	Operario 3	\$ 600.00			\$ 56.70	\$ 56.70	\$ 543.30
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1,800.00</b>			<b>\$ 170.10</b>	<b>\$ 56.70</b>	<b>\$ 1,629.90</b>
	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 170.10</b>	<b>\$ 56.70</b>	<b>\$ 1,629.90</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 21,600.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2,041.20</b>	<b>\$ 680.40</b>	<b>\$ 19,558.80</b>

NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES				VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL PROVISIONES
			APORTE PATRONAL IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO				
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>									
	Operario 1	\$ 600.00	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 25.00	\$ 49.98	\$ 797.88	
	Operario 2	\$ 600.00	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 25.00	\$ 49.98	\$ 797.88	
	Operario 3	\$ 600.00	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 25.00	\$ 49.98	\$ 797.88	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ 218.70</b>	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ 75.00</b>	<b>\$ 149.94</b>	<b>\$ 2,393.64</b>	
	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ 218.70</b>	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ 75.00</b>	<b>\$ 149.94</b>	<b>\$ 2,393.64</b>	
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 21,600.00</b>	<b>\$ 2,624.40</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>\$ 21,600.00</b>	<b>\$ 900.00</b>	<b>\$ 1,799.28</b>	<b>\$ 28,723.68</b>	

**PRESUPUESTO DE COMPRAS**

CACAO	4594.4	6363.2	8095.2	9788	11439.2
(+) MERMA	600	600	600	600	600
<b>COMPRA TOTAL</b>	<b>5194.4</b>	<b>6963.2</b>	<b>8695.2</b>	<b>10388</b>	<b>12039.2</b>
<b>PRECIO</b>					
CACAO EN BABA	\$ 78.00	84.50	91.33	98.49	106.01
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 405,163.20</b>	<b>\$ 588,390.40</b>	<b>\$ 794,089.14</b>	<b>\$ 1,023,114.12</b>	<b>\$ 1,276,329.77</b>

**PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>COSTOS ANUALES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO DIRECTO</b>					
<b>Materia Prima Directa</b>	\$405,163.20	\$ 588,390.40	\$ 794,089.14	\$1,023,114.12	\$1,276,329.77
<b>Mano de Obra Directa</b>	\$ 19,558.80	\$ 21,514.68	\$ 23,666.15	\$ 26,032.76	\$ 28,636.04
<b>Prestaciones Sociales</b>	\$ 28,723.68	\$ 31,596.05	\$ 34,755.65	\$ 38,231.22	\$ 42,054.34
<b>COSTO INDIRECTO</b>					
<b>Seguros del centro de acopio</b>	\$ 2,000.00	\$ 2,240.00	\$ 2,508.80	\$ 2,809.86	\$ 3,147.04
<b>Combustible</b>	\$ 600.00	\$ 672.00	\$ 752.64	\$ 842.96	\$ 944.11
<b>materiales de empaque</b>	\$ 705.00	\$ 789.60	\$ 884.35	\$ 990.47	\$ 1,109.33
<b>Depreciaciones de Fabrica</b>	\$ 5,620.00	\$ 5,620.00	\$ 5,620.00	\$ 5,020.00	\$ 5,020.00
<b>ú. aseo</b>	\$ 950.00	\$ 1,064.00	\$ 1,191.68	\$ 1,334.68	\$ 1,494.84
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$463,320.68</b>	<b>\$ 651,886.73</b>	<b>\$ 863,468.41</b>	<b>\$1,098,376.07</b>	<b>\$1,358,735.47</b>

Para el primer año se tiene un presupuesto de costos de producción de **\$463,320.68** a su vez se proyecta para los cinco años llegando a un presupuesto de **\$1,400,872.67**

- Gastos de producción

Son los gastos necesarios para mantener el proyecto, clasificados en gastos administrativos como los gastos de venta generados en el giro de negocio propiamente dicho. En estos gastos se contemplará rol de pagos y provisiones, amortizaciones y gastos financieros.

NÓMINA	CARGO	ROL DE PAGOS							PAGAR						
		INGRESOS			DESCUENTOS		TOTAL DESCUENTO								
		SBU	H.EXTRA	OTROS	APORTE INDIVIDUAL IESS										
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>															
	Gerente	\$	1,200.00				\$	1,200.00	\$	113.40	\$	113.40	\$	1,086.60	
<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>1,200.00</b>	\$	-	\$	-	\$	<b>1,200.00</b>	\$	<b>113.40</b>	\$	<b>113.40</b>	\$	<b>1,086.60</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>															
	Contador	\$	800.00				\$	800.00	\$	75.60	\$	75.60	\$	724.40	
	Jefe de planta	\$	850.00				\$	850.00	\$	80.33	\$	80.33	\$	769.68	
<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>1,650.00</b>	\$	-	\$	-	\$	<b>1,650.00</b>	\$	<b>155.93</b>	\$	<b>155.93</b>	\$	<b>1,494.08</b>



NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES							TOTAL PROVISIONES
			APORTE PATRONAL IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA			
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>										
	Gerente	\$ 1,000.00	\$ 121.50	\$ 83.33	33.33	\$ 41.67	\$ 83.33	\$ 363.17		
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 1,000.00</b>	<b>\$ 121.50</b>	<b>\$ 83.33</b>	<b>\$ 33.33</b>	<b>\$ 41.67</b>	<b>\$ 83.33</b>	<b>\$ 363.17</b>		
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>										
	Contador	\$ 800.00	\$ 97.20	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 66.67	\$ 297.20		
	Jefe de planta	\$ 850.00	\$ 103.28	\$ 70.83	\$ 33.33	\$ 35.42	\$ 70.83	\$ 313.69		
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$ 1,650.00</b>	<b>\$ 200.48</b>	<b>\$ 137.50</b>	<b>\$ 66.67</b>	<b>\$ 68.75</b>	<b>\$ 137.50</b>	<b>\$ 610.89</b>		

#### AMORTIZACIONES

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>										
<b>Gastos de constitución</b>	\$	1,875.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 1,875.00	\$	-
<b>Gastos de Organización</b>	\$	800.00						\$	-	\$ 800.00
<b>Gastos de Instalación</b>	\$	2,675.00	\$ 535.00	\$ 535.00	\$ 535.00	\$ 535.00	\$ 535.00	\$ 2,675.00	\$	-
<b>Gastos de Investigación</b>	\$	750.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 750.00	\$	-
<b>Gastos patentes</b>	\$	435.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$	-
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>	\$	<b>6,535.00</b>	<b>\$ 1,147.00</b>	<b>\$ 1,147.00</b>	<b>\$ 1,147.00</b>	<b>\$ 1,147.00</b>	<b>\$ 1,147.00</b>	<b>\$ 5,387.00</b>	\$	<b>800.00</b>

**PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Sueldos(Administrativos)</b>	\$ 13,039.20	\$ 14,603.90	\$ 16,356.37	\$ 18,319.14	\$ 20,517.43
<b>Prestaciones Sociales</b>	\$ 4,358.00	\$ 4,880.96	\$ 5,466.68	\$ 6,122.68	\$ 6,857.40
<b>Servicios Basicos</b>	\$ 950.00	\$ 1,064.00	\$ 1,191.68	\$ 1,334.68	\$ 1,494.84
<b>Amortizaciones</b>	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00
<b>Seguros</b>	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 20,694.20</b>	<b>\$ 22,895.86</b>	<b>\$ 25,361.73</b>	<b>\$ 28,123.50</b>	<b>\$ 31,216.67</b>
<b>GASTO DE VENTA</b>					
<b>Sueldos (Ventas)</b>	\$ 17,928.90	\$ 20,080.37	\$ 22,490.01	\$ 25,188.81	\$ 28,211.47
<b>Prestaciones Sociales</b>	\$ 7,330.70	\$ 8,210.38	\$ 9,195.63	\$ 10,299.11	\$ 11,535.00
<b>Publicidad y Promoción</b>	\$ 250.00	\$ 280.00	\$ 313.60	\$ 351.23	\$ 393.38
<b>Transporte</b>	\$ 500.00	\$ 560.00	\$ 627.20	\$ 702.46	\$ 786.76
<b>Embalaje</b>	\$ 1,325.00	\$ 1,484.00	\$ 1,662.08	\$ 1,861.53	\$ 2,084.91
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 27,334.60</b>	<b>\$ 30,614.75</b>	<b>\$ 34,288.52</b>	<b>\$ 38,403.14</b>	<b>\$ 43,011.52</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
<b>Intereses</b>	\$ 93,626.24	\$ 74,901.00	\$ 56,175.75	\$ 37,450.50	\$ 18,725.25
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 93,626.24</b>	<b>\$ 74,901.00</b>	<b>\$ 56,175.75</b>	<b>\$ 37,450.50</b>	<b>\$ 18,725.25</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 141,655.04</b>	<b>\$ 128,411.61</b>	<b>\$ 115,826.00</b>	<b>\$ 103,977.14</b>	<b>\$ 92,953.45</b>

### 5.5.1.3. Ingresos

Para el cálculo de los ingresos se ha tomado en consideración el nivel de acopio de cacao que va a realizar el centro y las ventas que se realizará de este proceso, por lo cual, se ha utilizado la información recabada y proyectada para los años de vida útil del proyecto, del porcentaje de la demanda insatisfecha que se logrará y se aspira para el proyecto siendo así en un valor inicial de

#### PRESUPUESTO DE VENTAS

AÑOS	1	2	3	4	5
<b>Ventas(qq)</b>					
<b>CACAO</b>	4594.4	6363.2	8095.2	9788	11439.2
<b>PRECIO</b>					
<b>Producto A</b>	\$ 130.00	136.50	143.33	150.49	158.01
<b>TOTAL INGRESOS</b>					
<b>CACAO</b>	\$ 597,272.00	\$ 868,576.80	\$ 1,160,244.54	\$ 1,472,996.12	\$ 1,807,559.47
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 597,272.00	\$ 868,576.80	\$ 1,160,244.54	\$ 1,472,996.12	\$ 1,807,559.47

Como se puede observar el presupuesto de ventas representa el valor total de ingresos que se tendrá en el proyecto, siendo así que se logrará un valor anual por \$ 597,272.00 para el primer periodo logrando un incremento positivo para el periodo cinco alcanzando un valor total de \$ 1,807,559.47

Una vez analizados los principales costos y gastos del proyecto se puede definir el impacto que causa al Estado de Resultados, al establecer el valor del ingreso único generado por la venta del producto, si bien este tipo de producto es un bien de consumo local y sobre todo de uso exportable para la economía del país, se logra incrementar la producción de forma anual y existe un control de precios por parte de organizaciones internacionales que están conformados por los principales países productores, por lo que, actualmente se ha fijado mínimos y máximos que oscilan entre los 2300.00 por tn a 3400 por tn por lo que las proyecciones efectuadas se dan en un contexto paralelo al precio oficial dado y registrado por ANECACAO.

#### 5.5.1.4. Estado de Resultados

El estado de resultados, también llamada cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido el proyecto durante un periodo de tiempo.

#### ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

RUBROS	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>	\$ 597,272.00	\$ 868,576.80	\$ 1,160,244.54	\$ 1,472,996.12	\$ 1,807,559.47
<b>(-) Costo de Producción</b>	\$ 463,320.68	\$ 651,886.73	\$ 863,468.41	\$ 1,098,376.07	\$ 1,358,735.47
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	\$ 133,951.32	\$ 216,690.07	\$ 296,776.13	\$ 374,620.05	\$ 448,824.00
<b>Gastos Operativos:</b>					
<b>(-)Gastos de Administración</b>	\$ 20,694.20	\$ 22,895.86	\$ 25,361.73	\$ 28,123.50	\$ 31,216.67
<b>(-) Gastos de Ventas</b>	\$ 27,334.60	\$ 30,614.75	\$ 34,288.52	\$ 38,403.14	\$ 43,011.52
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	\$ 85,922.52	\$ 163,179.46	\$ 237,125.88	\$ 308,093.41	\$ 374,595.80
<b>(-) Gastos Financieros</b>	\$ 93,626.24	\$ 74,901.00	\$ 56,175.75	\$ 37,450.50	\$ 18,725.25
<b>(=) Utilidad Antes de P. Trabajadores</b>	\$ -7,703.72	\$ 88,278.46	\$ 180,950.13	\$ 270,642.91	\$ 355,870.55
<b>(-) 15% Utilidad Trabajadores</b>	\$ -1,155.56	\$ 13,241.77	\$ 27,142.52	\$ 40,596.44	\$ 53,380.58
<b>(=) Utilidad Antes de Impuesto a la Renta</b>	\$ -6,548.17	\$ 75,036.69	\$ 153,807.61	\$ 230,046.48	\$ 302,489.97
<b>(-) Impuesto a la Renta</b>	\$ -1,637.04	\$ 18,759.17	\$ 38,451.90	\$ 57,511.62	\$ 75,622.49
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	\$ -4,911.12	\$ 56,277.52	\$ 115,355.71	\$ 172,534.86	\$ 226,867.48

Por lo que, se puede observar el proyecto presenta una utilidad neta del ejercicio durante sus cinco periodos, positiva.

### 5.5.1.5. Flujo de Caja

El flujo de caja es un indicador de la liquidez del proyecto. Si su importe es positivo, indica que el proyecto tiene capacidad para afrontar pagos; que es solvente. Si el flujo es negativo, significa que el proyecto puede tener dificultades para cumplir sus obligaciones de pago.

#### FLUJO DE EFECTIVO

	0	1	2	3	4	5
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	\$ -4,911.12	\$ 56,277.52	\$ 115,355.71	\$ 172,534.86	\$ 226,867.48	
<b>(+) DEPRECIACIONES</b>	\$ 5,620.00	\$ 5,620.00	\$ 5,620.00	\$ 5,020.00	\$ 5,020.00	\$ 5,020.00
<b>(+) AMORTIZACIONES</b>	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00	\$ 1,147.00
<b>(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS</b>						\$ 37,600.00
<b>(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 462,987.34	\$ 46,298.73	\$ 50,928.61	\$ 56,021.47	\$ 61,623.61	
<b>(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE DEUDA</b>		\$ 108,804.47	\$ 108,804.47	\$ 108,804.47	\$ 108,804.47	\$ 108,804.47
<b>Inversión inicial de los Accionistas</b>	\$ 15,000.00					
<b>Créditos</b>	\$ 544,022.34					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$ -559,022.34	\$ 464,843.22	\$ 538.78	\$ 64,246.85	\$ 125,918.86	\$ 223,453.62

Durante el primer periodo se cuenta con un flujo positivo que se va incrementando a lo largo de la vida útil del proyecto. Teniendo un flujo constante de \$203887.26, lo cual es importante, por cuanto al productor agrícola se realizan los pagos de forma inmediata y respetando el precio justo, por lo que, es importante que el Centro de Acopio cuente con los recursos activos disponibles de forma inmediata.

### 5.5.1.6. Evaluación financiera

La evaluación financiera forma parte del proceso de toma de decisiones que el centro de acopio tendrá que realizar, mediante la cual se realiza un análisis de sensibilidad de un determinado período de tiempo, para estudiar el valor actual neto y la tasa interna de retorno para determinar si la inversión ha sido o va a representar una rentabilidad para los inversionistas.

Para calcular esta evaluación, es importante contar con el valor de la tasa de descuento, el costo de oportunidad y la tasa mínima aceptada por los inversionistas.

#### TASA DE DESCUENTO

Fuentes de Financiamiento	Participación	%	Tasa de interés	Tasa ponderada
Capital Social	\$ 20,000.00	3.46%	6.50%	0.23%
Banco pichincha	\$ 557,202.74	96.54%	17.21%	16.61%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 577,202.74</b>	<b>100%</b>	<b>23.71%</b>	<b>16.84%</b>

Tal es así que, la Tasa de descuento oscila para el proyecto en un 16.84%.

#### COMPARAR CON COSTOS DE OPORTUNIDAD

Tasa de descuento	16.92%
Tasa Pasiva de Interés (SF)	6.50%
TMAR (tasa mínima de rentabilidad aceptada por los inversionistas)	18.00%
Tasa de inflación país 2022	-1.50%
Riesgo país	13.00%
Tasa Pasiva de Interés (SF)	6.50%



## VAN

El “Valor Actual Neto” (VAN), es considerado como el indicador más importante en el accionar partiendo desde la inversión y determinando futuros ingresos por medio de las proyecciones de los flujos de efectivo, intervienen todos los ingresos y egresos que interviene en el proyecto de factibilidad determinando así una existencia de incremento a la primera inversión seleccionada en el periodo 0 como referencia.

En los indicadores dentro de esta herramienta se determina con el VAN positivo un proyecto viable y beneficioso en crecimiento.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TMAR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TMAR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TMAR)^n}$$

### CÁLCULO DEL VAN

<b>Tasa de descuento</b>	16.92%
<b>Sumatoria FNC Actualizados</b>	\$607,784.50
<b>Inversión</b>	\$ - 559,022.34
<b>VAN</b>	\$166,806.84

El VAN es positivo dando como resultado \$1,166,806.84, este valor indica que el proyecto si es aceptable siendo mayor a 0.

### Tasa Interna de Retorno

Dentro de los cálculos se acepta el proyecto si el TIR es mayor a 0 el cual se caracteriza por tener una rentabilidad aceptable y atractiva para poder crear el proyecto y atraer inversionistas según el porcentaje favorable del beneficio.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

TIR	22%	TASA DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO
-----	-----	-----------------------------------

Al tener una Tasa Interna de Retorno Alta indica que el proyecto es bueno y tiene un alto índice de retorno el mismo que si es viable. Representa el 22%. Sin embargo, se debe tener en consideración que puede existir una variación o fluctuación de los precios en el mercado por este tipo de activo (cacao).

**Periodo de Recuperación de la Inversión**

En el presente cálculo se busca determinar el tiempo exacto en el cual se puede recaudar la inversión inicial aplicada al proyecto.

$$PRI = \frac{I_0}{F}$$

16.92%

AÑOS	FNC	ACTUALIZACION	FNC Actualizados	FNC ACUMULADOS
		N		
1	\$464,843.22	0.921	\$428,190.14	\$428,190.14
2	\$538.78	0.849	\$457.17	\$428,647.31
3	\$64,246.85	0.782	\$50,216.02	\$478,863.33
4	\$125,918.86	0.720	\$90,659.11	\$569,522.44
5	\$223,453.62	0.663	\$148,196.60	\$717,719.03

2 AÑOS

9 MESES

7 DIAS

El Periodo de Recuperación de la Inversión es de 2.72 años demostrando que en el año 2025 se recuperará la inversión inicial.

**Relación Beneficio-Costo**

Demuestra los costos y los beneficios que presenta el proyecto el cual se enfoca en el índice cuando sea mayor para que el mismo sea viable y realizable dentro del estudio de mercado previamente realizado.

**CÁLCULO EN LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

Sumatoria FNC Actualizados	\$607,784.50
Inversión	\$ 559,022.34
Relación Beneficio Costo	1.087227561

El valor como resultado significa que por cada dólar invertido se recuperara \$1.08 dólares.

### **Punto de equilibrio**

Para desarrollar el cálculo del punto de equilibrio necesitamos conocer el valor de los costos fijos y variables del proyecto. Los costos fijos son todos aquellos rubros que no varían con los cambios en los volúmenes del tiempo o en la producción, y los costos variables son aquellos valores que varían con los cambios en los volúmenes de tiempo y producción.

### **Punto de equilibrio en unidades**

El punto de equilibrio en unidades es una herramienta útil que sirve para conocer el punto exacto donde las unidades producidas en un periodo cubren el total de la inversión realizada y empezamos a generar ganancias después del mismo. Para encontrar el punto de equilibrio utilizaremos la siguiente fórmula.

Determinación del Punto de Equilibrio en Valor:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Determinación del Punto de Equilibrio en Volumen

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Costos Totales} - \text{Costos Variables}}$$

<b>Costos fijos</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Ventas</b>	<b>P.E</b>
<b>\$50,588.50</b>	\$51,680.50	\$305,000	\$298,555.39
<b>\$55,154.35</b>	\$49,483.52	\$334,950	\$313,483.16
<b>\$60,185.07</b>	\$47,637.97	\$367,904	\$329,157.32
<b>\$65,128.13</b>	\$46,186.03	\$404,167	\$345,615.18
<b>\$71,235.88</b>	\$45,174.94	\$444,077	\$362,895.94

EL punto de equilibrio está dado por un valor anual monetario de \$ 29855.39 y con un número de qq de cacao de 800 en el año y de 66 qq mensuales.

## **CONCLUSIONES**

Realizada la investigación se determinó de forma teórica todos los aspectos y actividades que se deben cumplir para obtener un producto, en este caso el máximo objetivo fue definir los componentes de un estudio de factibilidad donde se pueda adaptar la información obtenida de forma técnica hacia la realidad del problema encontrado.

Se estableció a través del diagnóstico de la situación actual de los productores de cacao fino de aroma en la Parroquia de Pancho Negro, cantón La Troncal, provincia de Cañar, que es un producto de alto consumo y comercialización en el país y sobre todo es parte de los productos con denominación de origen que exporta el país, y puede ser enfocado como un producto que puede ser acopiado para mejorar su comercialización y adquisición por precios justos.

Una vez realizados los estudios previos se pudo concluir con el estudio de factibilidad financiero y se demostró que de dar apertura al centro de acopio de cacao el proyecto tendrá un VAN positivo de \$1,166,806.84 y una TIR del 22%. valores que demuestran que la inversión puede ser realizada al mismo tiempo que puede convertirse en una oportunidad laboral para la población local adicionando la rentabilidad que el presente proyecto genera por medio de un precio justo que se incrementa por medio de la inflación.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los futuros administradores e inversionistas que hagan uso de la investigación teórica realizada puesto que es un documento de uso técnico y puede ser utilizado como una guía para la realización o la puesta en marcha de un estudio de factibilidad donde el máximo objetivo será disminuir el riesgo por la pérdida de los recursos dispuestos a la inversión.

Es importante que antes de realizar o poner en marcha un diagnóstico se pueda diagnosticar el segmento o el tipo de producto que se desea comercializar. Con el fin de evitar pérdidas y conocer todas las características que podrán ser aprovechadas a lo largo del proyecto. En este caso fue importante conocer que características posee el cacao en esta parroquia.

Se recomienda a los inversionistas poner en marcha este proyecto puesto que se ha logrado identificar valores positivos para el VAN y una TIR mayor a una tasa pasiva financiera del mercado financiero actual. Por lo que, se puede dinamizar la economía local y a su vez mejorar el aprovechamiento del cacao como un producto no tradicional del Ecuador, que puede ser incluso exportado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abad.M, &. (2017). *Estudio económico de la producción de cacao y las principales enfermedades de la variedad ccn-51 en el cantón La Troncal*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6504691>
- ANECACAO, (2015). *Quienes-somos/cacao-nacional*. Recuperado de: <http://www.anecacao.com>: <http://www.anecacao.com>
- Arboleda. (2008). *La distribución agrícola*. Quito: En Arboleda.
- Arboleda, G. (2017). *Formulación, Control de proyectos*. México: Prentice Hall.
- Aveces, P. (2018). *Administración de Proyectos*. México : Patria.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Will.
- Cavada, J. (2011). *Evaluación Social de Proyectos*. Montevideo : ZonaLibro.
- Cruz, S. (2018). *Producciones cacaoteras latinoamericanas*. Recuperado de: [www.estardex.com](http://www.estardex.com)
- Eliécer, P. H. (2011). *Gestión Estratégica Organizacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fernández, N. (2012). *Manual de Proyectos*. Sevilla: Coria Gráfica .
- Flórez, J. (2016). *Plan de Negocios para pequeñas empresas*. Bogotá, Colombia: U ediciones.
- Fred, D. (2000). *Conceptos de Administración Estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gabriel, B. U. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- GAD Cañar. (2017). *Pancho Negro*. Recuperado de: [www.panchonegro.gob.ec](http://www.panchonegro.gob.ec): <http://www.panchonegro.gob.ec/produccion-importante/>
- Galarza, G. V. (2000). *Coperativismo*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Guacanes, C. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la Parroquia de Pioter en el Canton Tulcan de la provincia de Carchi*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte) . Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6051/1/02%20ICA%201297%20TR>
- Hernández, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión*. Lima : Universidad Peruana de Ciencias.
- Martínez, R. (2010). *Administración de Proyectos: guía para el aprendizaje*. México: Pearson.
- Mera, C. R. (20 de 04 de 2018). *Propuesta de plan de negocio para crear un centro de acopio de cacao en cantón Babahoyo, provincia Los Ríos*. Recuperado de: [http://blognotas y escritos administrativos 20MERA%20DICADO\\_ACOPIO%20CACAO.pdf](http://blognotas y escritos administrativos 20MERA%20DICADO_ACOPIO%20CACAO.pdf)
- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos* . Bogotá: MM editores.
- Pacheco, C. &. (2016). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

- Padilla, M. C. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá : Ecoe Ediciones.
- Pilataxi, J. D. (07 de 03 de 2019). *Proyecto de Factibilidad para la implementación de un centro de acopio de cacao en la Parroquia Puerto Limón en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11288/1/22T0499.pdf>
- Quiroz, B. (2016). *Micro Economía*. Lima: Printed in Perú.
- Riño, E., & Salazar, A. (2009). *Sistema urbano de La Región Amazónica Análisis de la organización e integración funcional*. Bogotá: Gráficas Ducal.
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Una propuesta metodológica*. México: Instituto de Mexicano de Contadores Públicos.
- Rodríguez, R. A. (2011). *Emprendedor de Exitp*. México: Edamsa.
- Rojas, C. (07 de 11 de 2019). *Proyecto para la creación del centro de acopio comunitario de maíz*. Recuperado de: <http://documentosparaestudiosyreflexiones.gob.pe>
- Rojas, M. (2015). *Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente*. REDVET, 14.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGraw-Hill.
- Terán, L. (2015). *Estudio de factibilidad para la formación de una empresa de acopio de aguacate en la Parroquia San Roque, del Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura y su comercialización en la Parroquia Sangolquí, Cantón Rumiñahui*. (Tesis de pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas). Recuperado de: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11165/1/T-ESPE-048940.pdf>
- Universo, E. (2021). *El cacao*. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com>
- Villacís, E. (2019). *Cacao ecuatoriano, historia e identidad*. Recuperado de: <https://ahoranews.net/cacao-ecuatoriano-historia-e-identidad/>



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA FINANZAS**

**OBJETIVO:** Recopilar información para la implementación centro de acopio de Cacao fino de aroma, en la parroquia Pancho Negro, Cantón la Troncal, Provincia de Cañar.

#### INSTRUCCIONES:

- Sírvase contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónima.
- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola X dentro del paréntesis según corresponda su respuesta.

#### DATOS INFORMATIVOS:

EDAD: \_\_\_\_\_

ÁREA DISPONIBLE: \_\_\_\_\_

GENERO: Masculino ( ) Femenino ( )

UBICACIÓN: \_\_\_\_\_

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Cuántas hectáreas de tierra posee usted con plantación cacao?

De 1 a 3 hectáreas	
De 4 a 7 hectáreas	
De 8 a 11 hectáreas	
De 11 en adelante	

2. ¿Qué tipo de cacao produce usted?

Cacao CCN51	
Cacao nacional o fino de aroma	



3. ¿Presenta dificultades al momento de comercializar su producto?

Transporte	
Distancia	
Inseguridad	
Otro	

4. ¿Cuál es la cantidad de cacao que produce por hectárea?

De 5 a 9 qq.	
De 10 a 15 qq	
De 12 en adelante	

5. ¿A quién vende su producción de cacao?

Centro de acopio	
Intermediarios	
Industria nacional	
Industria exportadora	

6. ¿En qué estado vende su cosecha de cacao?

Baba	
Fermentado	
Seco	

7. ¿Cuál es el precio promedio al que vende su producción de cacao?

<b>EN BABA</b>	
25 a 35 USD	
36 a 45 USD	
46 a 55 USD	

<b>FERMENTADO</b>	
45 a 50 USD	
51 a 55 USD	
56 a 60 USD	
<b>SECO</b>	
60 a 70 USD	
71 a 80 USD	
81 100 USD	

8. ¿Está usted de acuerdo con el precio que le ofrece su demandante con respecto a su cacao?

Si	
No	

9. ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro de acopio para la comercialización de cacao ubicado en la parroquia Pancho Negro?

Si	
No	

10. ¿Estaría dispuesto a vender su producción de cacao a un nuevo centro de acopio si le brinda mejor precio y servicio?

Si	
No	

Gracias por su colaboración

**ANEXO B: MAQUINARIA**

**CAJON DE FERMENTACIÓN**





epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 26 / 01 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> LAURA MARINA FLORES TENE
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> INGENIERA EN FINANZAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0259-DBRA-UPT-2023