



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE PASTA DE CACAO EN EL RECINTO MATILDE ESTER DEL SECTOR SAN JOSÉ, PROVINCIA DE BOLIVAR 2016”.

AUTORA:

MARÍA ALEXANDRA MURILLO MASAQUIZA

RIOBAMBA - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que, el presente trabajo de Titulación ha sido desarrollado por la Sra. María Alexandra Murillo Masaquiza, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....
Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

DIRECTOR

.....
Ing. Pedro Pablo Bravo Molina

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, 07 de Abril del 2017

María Alexandra Murillo Masaquiza

C.I. 120466970-7

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de titulación va dedicado a Dios por guiarme siempre por el camino correcto, a mis amigos/as con quienes compartimos momentos entrañables en nuestra etapa estudiantil.

También un profundo agradecimiento a mi Director de tesis Ing. Norberto Morales Merchán y al Ing. Pedro Bravo Molina, Miembro de mi tesis por impartirme sus conocimientos profesionales para que mi trabajo sea digno de presentar ante cualquier medio con el fin de lograr desarrollar éste proyecto.

DEDICATORIA

Este trabajo primero le dedico a Dios, por ser quien me ha dado protección me ha brindado salud y quien me ha dado lo más importante para lograr este objetivo la vida.

A mi esposo, por la confianza y apoyo económico me ha sabido ayudar para culminar mi carrera y a mis tres amadas hijas quienes con su sonrisa me han sabido llenar de valor para que mi carrera no se quede en el camino y así cumplir con mi objetivo.

A todos quienes de una u otra manera han estado ahí apoyándome emocionalmente para no desmayar en el camino.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos.....	x
Índice de imágenes.....	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Formulación del problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3 OBJETIVOS.....	5
1.3.1 Objetivo general.....	5
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	10
2.2.1 Proyecto.....	10
2.2.2 Estudio de mercado.....	19
2.2.3 Análisis de la oferta.....	24
2.2.4 Análisis de la demanda.....	27
2.2.5 Estudio técnico.....	35
2.2.6 Análisis de ingeniería.....	44

2.2.7	Estudio administrativo y financiero.	47
2.2.8	Producción de cacao.	52
2.3	MARCO CONCEPTUAL.	56
2.4	IDEA A DEFENDER.	58
2.5	VARIABLES	58
2.5.1	Variable independiente:	58
2.5.2	Variable dependiente:	58
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.	59
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACION.	59
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	59
3.2.1	Exploratorio.	59
3.2.2	Investigación Descriptiva.	60
3.2.3	Investigación de campo.	60
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.	61
3.4	METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS.	62
3.5	RESULTADOS.	66
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.	76
4.1	TEMA:	76
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.	76
4.2.1	Perfil del proyecto.	76
4.2.2	Diagnóstico del problema.	79
4.2.3	Estudio de mercado.	80
4.2.4	Plan de producción.	91
4.2.5	Plan de marketing.	101
4.2.6	Plan de organización.	111
4.2.7	Estudio financiero y económico.	123
	CONCLUSIONES.	137
	RECOMENDACIONES.	138
	BIBLIOGRAFÍA	139
	ANEXOS.	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ponderación de factores que influyen en la localización del proyecto.....	44
Tabla 2: La planta que procesadora de cacao generará mayores oportunidades.	66
Tabla 3: Derivados del cacao que generaría mayor rentabilidad.....	67
Tabla 4: Procesos de comercialización del cacao que generarían mayores ingresos	68
Tabla 5: Medios para trasladar la producción hasta las casas comerciales.	69
Tabla 6: Recibe asistencia técnica especializada para el cultivo del cacao	70
Tabla 7: Quintales de cacao que cosecha por cuadra.....	71
Tabla 8: Factores que incide en el bajo nivel de la producción del cacao	72
Tabla 9: Grado de desarrollo agroindustrial del Recinto Matilde Ester	73
Tabla 10: Efectos en el desempleo con el proyecto.....	74
Tabla 11: Nivel de importancia al impacto ambiental del proyecto.	75
Tabla 12: Análisis FODA	79
Tabla 13: Valor nutricional del cacao.....	81
Tabla 14: Empresas que demandan pasta de cacao.	82
Tabla 15: proyección de la demanda.	84
Tabla 16: Proyección de la demanda para cinco años.	85
Tabla 17: Empresas que ofertan pasta en cacao en el Ecuador.	86
Tabla 18: Método de mínimos cuadrados.....	87
Tabla 19: Proyección de la oferta.	88
Tabla 20: demanda insatisfecha.....	88
Tabla 21: Determinación del precio del producto.	89
Tabla 22: Descripción del producto pasta de cacao.....	92
Tabla 23: Características del empaque y embalaje	92
Tabla 24: Materia Prima disponible en Matilde Ester	97
Tabla 25: Proyección de la producción de pasta de cacao de acuerdo a la disponibilidad de materia prima.	97
Tabla 26: Producción inicial de pasta de cacao.	98
Tabla 27: Maquinaria requerida en la planta procesadora de cacao.	98
Tabla 28: tabla de consumo de energía eléctrica	99
Tabla 29: determinación del logotipo de la empresa.	101
Tabla 30: Determinación de la misión	102

Tabla 31: Determinación de la visión.....	103
Tabla 32: Determinación del precio del producto.	105
Tabla 33: Estrategias de ventas.....	107
Tabla 34: Estrategias de precio y producto.....	108
Tabla 35: Descuento por compras al por mayor.....	109
Tabla 36: Políticas de servicio.....	110
Tabla 37: Plan de inversiones.....	123
Tabla 38: Muebles de oficina.....	124
Tabla 39: Materiales de oficina.....	124
Tabla 40: equipo de cómputo.....	124
Tabla 41: Mano de obra directa.....	125
Tabla 42: Mano de obra indirecta.....	125
Tabla 43: Personal administrativo.....	125
Tabla 44: Personal ventas.....	126
Tabla 45: Matera prima.....	126
Tabla 46: Material de empaque.....	126
Tabla 47: Costo de producción y precio de venta.....	127
Tabla 48: Planificación de producción y ventas.....	127
Tabla 49: Costos y gastos.....	128
Tabla 50: activos fijos.....	129
Tabla 51: Balance general.....	130
Tabla 52: Estado de pérdidas y ganancias.....	132
Tabla 53: Flujo de caja.....	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Etapas para la elaboración de un proyecto.....	13
Gráfico 2: Consecución de la idea.....	14
Gráfico 3: Dimensionamiento del mercado.....	28
Gráfico 4: Métodos para cuantificar la demanda.....	29
Gráfico 5: Ciclo de vida de un producto.....	32
Gráfico 6: Estudio técnico	36
Gráfico 7: Factores que condicionan el tamaño de un proyecto.....	37
Gráfico 8: La planta que procesadora de cacao generará mayores oportunidades.	66
Gráfico 9: Derivados del cacao que generaría mayor rentabilidad.	67
Gráfico 10: Procesos de venta del cacao que generarían mas ingresos	.68
Gráfico 11: Medios para trasladar la producción hasta las casas comerciales.	69
Gráfico 12: Recibe asistencia técnica especializada para el cultivo del cacao.....	70
Gráfico 13: Quintales de cacao que cosecha por cuadra.	71
Gráfico 14: Factores que incide en el bajo nivel de la producción del cacao.....	72
Gráfico 15: Grado de desarrollo agroindustrial del Recinto Matilde Ester	73
Gráfico 16: Efectos del proyecto en el desempleo..	74
Gráfico 17: Nivel de importancia del impacto ambiental del proyecto.....	75
Gráfico 18: Etapas de la ejecución del proyecto.	78
Gráfico 19: Distribución de planta	100
Gráfico 20: Ornanigrama estructural.....	117
Gráfico 21: Organigrama Funcional.....	117

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Parque Matilde Esther.....	8
Imagen 2: Atractivos turísticos del Recinto Matilde Ester	10
Imagen 3: Mapa de la provincia de Bolívar.....	42
Imagen 4: Recinto Matilde Ester	43
Imagen 5: Recinto Matilde Ester	77
Imagen 6: Modelo de las cajas de cartón.....	91
Imagen 7: Descripción del grano de cacao	93

ÍNDICE DE ANEXOS.

Anexo 1; Maquinaria requerida para el proyecto	142
Anexo 2: Modelo de la encuesta.....	145

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es diseñar un proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao del recinto Matilde Esther Sector San José. En la propuesta se desarrolló las cinco fases del proyecto de factibilidad iniciando con el Estudio de mercado donde se obtuvo la demanda insatisfecha que se pretende cubrir en un 25% en esta fase se detalló claramente al producto, su precio, su distribución y la publicidad utilizada para incentivar la comercialización de la pasta de cacao. La siguiente fase es el estudio técnico en el cual se detalla la macro localización, micro localización y el tamaño óptimo de la planta. En el estudio ambiental se describe claramente las acciones y estrategias para la planta procesadora que con respecto al cuidado ambiental. En el estudio administrativo- legal se detalla los documentos legales que se debe obtener antes de la implementación del negocio, también se puntualiza claramente el sistema organizacional que se manejará en la planta procesadora de cacao. Y por último se analiza el estudio económico financiero donde se detalla las inversiones, gastos y utilidades que tendrá el proyecto. Se concluye que el proyecto es factible ya que se obtuvo un VAN de 327731,73 una TIR del 28,31 y en la RB/C se consiguió un valor de \$1,83 por lo que el proyecto es económicamente rentable. Por lo que se recomienda la implementación de la planta procesadora de cacao en el recinto Matilde Esther sector San José.

Palabras claves: PROYECTO FACTIBILIDAD. RENTABILIDAD. ESTUDIO DE MERCADO.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The objective of the present investigation is to design a feasibility project for the implementation of a processing plant of Coconut paste in Matilde Esther recinto in Sector San Jose. The proposal developed the five phases of the feasibility project starting with the market study, the unsatisfied demand sought to be met by 25%; at this stage the product was detailed, price, distribution and the publicity used to encourage the commercialization of the Coconut paste were clearly detailed. The next phase is the technical study in which the macro location, micro location and the optimum size of the plant are detailed. The environmental study clearly describes the actions and strategies for the processing plant with respect to environmental care. The legal - administrative study details the legal documents that must be obtained before the implementation of the business, also clearly points out the organizational system that will be improved in the cocoa processing plant. Finally, the financial economic study is analyzed which details the investments, expenses and utilities that the project will have. It is concluded that the project is feasible because it obtained a NPV of 327731.73 a TIR of 28.31 and in the RB / C was obtained a value of \$ 1.83 so the project is economically profitable. It is recommended the implementation of the cocoa processing plant at Matilde Esther recinto in San Jose.

KEYWORDS: FEASIBILITY PROJECT, MARKET STUDY.

INTRODUCCIÓN.

El recinto Matilde Esther es un sector ubicado en un punto geográfico donde limitan las provincias de Los Ríos, Bolívar y Guayas, sus habitantes viven de la agricultura y ganadería bajo un clima de paz y tranquilidad. Al ser un sector netamente agrícola y contar con una gran producción de cacao, se plantea la necesidad de realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una planta procesadora de cacao que permita dar valor agregado a la gran producción de cacao y generar mejores ingresos a sus habitantes, Para realizar el presente trabajo de investigación se lo ha dividido en cuatro capítulos, mismos que se detallan a continuación.

En el primer capítulo se determina la razón por la cual se realiza la investigación, mediante el planteamiento del problema se menciona los beneficios que se lograra con el proyecto que es determinar la factibilidad para crear una planta procesadora de pasta de cacao que permita aprovechar la producción de cacao y así mismo generar mejor calidad de vida en sus pobladores del recinto. En este capítulo también se plantea los objetivos generales y específicos como punto de partida de la investigación.

En el segundo capítulo se estudia el marco teórico, en el que se destacara los conceptos básicos de temas que intervienen y se requiere conocer para realizar la investigación del proyecto de factibilidad como son: proyectos, proyectos de inversión, sostenibilidad, estudios técnicos, producción agrícola, comercialización, etc. Que sirven de sustento para la investigación, haciendo uso para el efecto de cuanto material bibliográfico y de investigación existente.

En el tercer capítulo se enfoca en el tipo de metodología empleada en el desarrollo de este trabajo de titulación, y es el enfoque mixto que se basa en los métodos cuantitativos y cualitativos, donde lo cuantitativo está orientado a la medición de las variables susceptible de medición y análisis estadístico, lo cualitativo referente a la investigación de campo y la observación directa.

Para finalizar la investigación se desarrolló el cuarto capítulo, en el cual se plantea el estudio de factibilidad que consta del estudio técnico, el estudio de mercado, organización de la empresa y estudio y evolución financiera, todo el estudio de factibilidad está fundamentado en la información recogida y realidad del recinto Matilde Ester, por lo cual se ajusta al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación. Así mismo en este cuarto capítulo se presentan las conclusiones y recomendación que son producto del análisis del proyecto realizado.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La instalación de una planta procesadora de pasta de cacao en la localidad, responde a la necesidad cada vez creciente de la falta de fuentes de empleo en el sector, la aplicación de tecnologías inapropiadas para industrializar el cacao, El recinto Matilde Esther está ubicado entre los límites con las provincias de Guayas Los Ríos y Bolívar, teniendo una distancia hacia el cantón General Antonio Elizalde (Bucay) de 18 kilómetros, a Mata de Cacao 22 kilómetros, Babahoyo 52 kilómetros, actualmente la mayor parte de sus habitantes se dedican a la agricultura, cultivando en mayor cantidad el cacao que posteriormente será comercializado en bruto a empresas legalmente constituidas que ofrecen el producto, con inadecuados canales de comercialización, con poco acceso a la capacitación y asistencia técnica, bajos niveles de producción, con organizaciones sociales muy débiles, limitada capacidad de inversión, bajos niveles de producción, que la mayoría de familias comercializan el cacao sin generar valor agregado por lo tanto el ingreso familiar no sufre modificaciones que permitan mejorar las condiciones de vida de sus integrantes, lo que esto impide que los agricultores puedan emplear recursos económicos, técnicos y tecnológicos para mejorar la producción del mismo para evitar las enfermedades en sus cultivos, lo que genera pérdidas en sus ingresos económicos.

1.1.1 Formulación del problema.

¿Cómo influye la elaboración de un proyecto de factibilidad en la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en el Recinto Matilde Ester del Sector San José, Provincia de Bolívar?

1.1.2 Delimitación del problema.

Campo: Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao

Delimitación espacial: Recinto Matilde Ester del Sector San José, Provincia de Bolívar.

1.2 JUSTIFICACIÓN.

Justificación Teórica

El Ecuador es y siempre ha sido un país agrario, es así que en la actualidad, cada vez se instalan plantas alimenticias artesanales, tanto en la costa como en la sierra. Es por esta razón que el presente proyecto describe la factibilidad de la implementación de una planta procesadora de cacao que contribuya a la matriz productiva y mejore la calidad de vida de los habitantes del Recinto Matilde Ester del Sector San José, periodo 2016.

El propósito del presente proyecto es contribuir con el desarrollo socio económico de la zona debido a la generación de ingresos en la producción y comercialización de pasta de cacao de tal manera que se pueda satisfacer la demanda del producto y mejorar la calidad de vida de la población.

Justificación Científico - Metodológica

El presente proyecto nos permitirá determinar la rentabilidad que se puede alcanzar en su ejecución y el nivel de riesgo que tendrá dicho proyecto para establecer la conveniencia o no de la puesta en marcha de la planta, conocer claramente los puntos de vista de los potenciales inversionistas y colaboradores que van a ejecutar el proyecto, realizar un estudio de infraestructura en lo económico financieros en distintos escenarios para el estudio de la rentabilidad más probable del proyecto, con los índices financieros que son el VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno) y el B/C (Beneficio Costo), con una ocurrencia, del nivel de riesgo, conociendo adecuadamente el mercado que ofrece cacao y las fuerzas que lo modelan para minimizar riesgos de la inversión.

1.3 OBJETIVOS.

1.3.1 Objetivo general

Diseñar un proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en el Recinto Matilde Ester del Sector San José, Provincia de Bolívar.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del sector de cacao en el Recinto Matilde Ester del Sector San José
- Realizar un estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal
- Realizar el estudio económico financiero y la evaluación del Proyecto

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Existen algunos trabajos investigativos realizados anteriormente, relacionados con proyectos de factibilidad para la creación de plantas procesadoras de cacao en diferentes productos derivados. De los cuales mencionamos dos trabajos investigativos con sus principales aportaciones.

En su trabajo de investigación, para la titulación de ingeniero industrial de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil (Cepeda Landín, 2011) menciona que.

Con el transcurrir el tiempo, la demanda del producto y derivados del cacao va en incremento, lo que convierte a Ecuador en uno de los beneficiarios de este comportamiento mundial. Así mismo el comportamiento del mercado y las nuevas tendencias han obligado a capacitar a los productores y agricultores en general considerando y demostrando que dentro de la cadena de valor la cultura y capacitación es vital para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Como resultado de la investigación realizada (Cepeda Landín, 2011) presenta las siguientes conclusiones.

- Como parte final del proyecto y considerando que el mismo tiene fines económicos, es necesario sustentar si los resultados son positivos o negativos en base a los objetivos planteados al inicio del desarrollo del trabajo,
- La calidad y la normativa de procesos forman parte fundamental del estudio y se puede concluir que en el campo práctico ayuda a los agricultores y comerciantes en general a mejorar sus productos debido la labor de los técnicos y formadores del centro de acopio.

Así mismo (Gonzales Velásquez & Salazar Segovia, 2013), también realizaron una investigación en referencia a la producción y comercialización de cacao, presentado las siguientes aportaciones.

- El gobierno del Ecuador ha definido como política de estado el reposicionamiento del cacao fino de aroma nacional sabor “arriba”. Para ejecutar esta política ha creado el comité técnico permanente del cacao; ha implementado el plan de sostenibilidad del cacao Nacional fino de aroma; ha fortalecido el aspecto técnico a las instituciones vinculadas al sector, a la vez que ha reforzado y ampliado su relación con el sector privado productor y exportador de cacao fino de aroma nacional sabor “arriba”
- El Ecuador ha establecido un sistema nacional de control de calidad destinado a garantizar que el cacao fino de aroma nacional responda de manera satisfactoria las demandas del mercado internacional. Este sistema provee como características principales el establecimiento de mecanismos que impiden las mezclas de cacao nacional con otras variedades y facilite la realización de controles al embarque del producto.

Los trabajos investigativos antes mencionados, servirán como guía para el desarrollo de la presente investigación, también ha permitido detectar que este tipo de estudios son factibles realizarlos ya que cuenta con suficiente información bibliográfica como también cuenta con el apoyo de las partes involucradas en el estudio, debido a que son proyectos de inversión para el beneficio de la sociedad.

2.1.1 Antecedentes Históricos.

2.1.1.1 Historia de la fundación del Recinto Matilde Ester

Salvador Armijo Relata con nostalgia como surge el recinto, “entre copas” su padre, Víctor Antonio Armijos (oriundo de Loja) un bohemio por el año 1962 en Milagro inició una amistad con Joaquín Febres Cordero a quien compra la hacienda en medio de unas copas sin un centavo en el bolsillo, es así como nace la historia de este territorio rico por las bondades de su suelo y clima.

A sus inicios la hacienda se llamó María Ester, luego Narcisa De Jesús y finalmente Matilde Ester que en octubre de 1965 celebran la escritura en la notaria única ante el notario Juan de Dios Morales. El pueblo tiene nombre de su madre Matilde y su abuela materna Esther, y su padre fusionó ambos nombres

Esta zona era cacaotales perdidos, completamente abandonada, para poder cancelar 250 mil sucres don Víctor consciente de que Ecuador atravesaba una sequía, decide promocionar las tierras en la provincia de Bolívar, como estrategia viajó a pueblos vecinos como san Miguel de Bolívar y La Magdalena, ofrecía tierras con abundante agua y excelente vegetación, con suelo rico para hacer cultivos (fincando) dependiendo de la capacidad económica de los compradores y para crear un pueblo a cada finquero les regalaban un solar cerca de la escuela. Así, poco a poco se fue poblando.

El recinto Matilde Ester está ubicado entre los límites con las provincias de Guayas, Bolívar y Los Ríos, teniendo una distancia hacia el cantón General Antonio Elizalde (Bucay) de 18 kilómetros, a Mata de Cacao 22 kilómetros y a Babahoyo 52 kilómetros.

Imagen 1: Parque Matilde Esther



Fuente: imagen de google imágenes.

Elaborado por: Autora.

El poblado

Matilde Ester es un sector ubicado en un punto geográfico donde limitan las provincias de Los Ríos, Bolívar y Guayas, sus habitantes viven de la agricultura y ganadería bajo un clima de paz y tranquilidad.

Con una producción 1 millón de dólares en cacao semanal, con el 80 % de trabajo comunitario, poseen agua, electrificación y tv por cable pero también urge de la intervención de las autoridades para solucionar obras emergentes.

En este recinto se realizan dos fiestas patronales, la que hacen los bolivarenses residentes en el lugar los 21 y 22 de julio en homenaje a la Virgen de la María Magdalena y el 8 de diciembre que participa todo el pueblo en honor a la patrona del lugar que es la Virgen María Inmaculada.

Elecciones.

En la elecciones del 2002 por primera vez una mesa de información del Tribunal Provincial Electoral de Los Ríos llegó a este recinto con el fin de empadronar a los moradores que, por muchos años, en época de elecciones deben de viajar sectores de las provincias de Bolívar, Guayas y Chimborazo, logrando empadronar a 308 personas, lo cual dio origen a la instalación de dos Juntas Receptoras del Voto; y en las últimas elecciones ya participaron 700 electores. Aníbal García precisó que en Matilde Ester existen unos 2000 votos regados en sectores como San José del Tambo, Bolívar, Cumandá, Chimborazo y en los cantones de Milagro, Naranjito y Bucay de la provincia del Guayas.

Danilo Bastidas, Director de la Escuela Fiscal Horacio Idrovo, manifestó que el recinto de Mathilde Ester es uno de los lugares que nos mezcla de gran manera un ambiente completamente montañoso de sierra, con el bondadoso clima de la costa, ideal para hacer de las aguas de tan magnífico sitio un descanso sin igual.

Gente muy tranquila, solidaria y amable, que vive de la agricultura, ganadería y el turismo, y solo desea que la unión entre sus habitantes se mantenga y que siga siendo una tierra de paz

Turismo.

Si su ideal de fin de semana es un buen chapuzón, los invitamos a éste bello paraje llamado Mathilde Ester

Imagen 2: Atractivos turísticos del Recinto Matilde Ester



Fuente: Tomada por autora.

Elaborado por: Autora.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.2.1 Proyecto.

Hoy en día las personas debemos tomar decisiones constantes, sean estas ideas de negocios, emprendimientos, planes de vida, planes académicos, ayuda social, para lo cual debemos saber dónde, cuándo, cómo y porque realizar las acciones que se dese efectuar. Este análisis no es más que el inicio de un proyecto en el cual se descubre dichas incógnitas y se determina si es factible o no realizar dichas actividades.

Para tener más claro que es un proyecto, se presenta los siguientes conceptos:

“Es el conjunto de antecedentes que permite estimar ventajas y desventajas económicas que se derivan de asignar ciertos recursos de un país para la producción de determinados bienes o servicios”, (Pimentel, 2008).

Los proyectos constituyen el conjunto de acciones interrelacionadas que desarrollan un programa, expresan el nivel operativo del proceso de planificación y definen la actuación concreta que permitirá en la práctica inmediata conseguir unos objetivos operativos, con unos resultados concretos que permitirán la consecución de los cambios y los efectos que pretende definir el programa del que forma parte (Galán, 2004).

En consideración de los conceptos ya mencionados, podemos decir que un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas entre sí para lograr un resultado positivo, así mismo mediante los proyectos se determina los recursos necesarios para su ejecución y cumplimiento de objetivos.

2.2.1.1 Clasificación de los proyectos de inversión.

Existen diversas formas de clasificar los proyectos de inversión según el interés del expositor, de ellas serán considerados dos, las cuales menciona (Pimentel, 2008). Mismos que cubren los objetivos del presente trabajo de investigación.

2.2.1.2 Clasificación de los Proyectos de Inversión según la Actividad.

De acuerdo a la actividad o características de los bienes que en el proyecto se estima producir, este se puede clasificar en cualquiera de las siguientes categorías:

Proyecto Agropecuario: son todos aquellos proyectos de inversión que cubre el campo de la producción animal, vegetal y pesquera (captura y acuícola).

Proyectos Industriales: son los que se refieren a la actividad manufacturera (transformación de materia prima) e incluyen la actividad minera (industria extractiva). Cuando la materia prima a ser procesada proviene de la producción agropecuaria, a estos proyectos se les denomina agroindustriales.

Proyecto de servicio: Son aquellos cuyo propósito es determinar la convivencia de instalar unidades de servicios de carácter personal, profesional, técnico o institucional, incluye a los trabajos e investigación de apoyo a los bienes y servicios elaborados por otras unidades productivas. En esta categoría se incluyen proyectos turísticos, educacionales, médicos asistenciales, electrificación, telecomunicaciones, transporte, etc.

Clasificación de los proyectos de inversión según la modalidad:

Según la modalidad los proyectos de inversión se pueden agrupar en cualquiera de las siguientes tres categorías:

Proyectos de Instalación: Se refiere al estudio de factibilidad de usos de recursos, para incursionar en la explotación de cualquiera de las actividades antes mencionadas.

Proyectos de ampliación: Son aquellos proyectos referidos al estudio de las ventajas o desventaja de ampliar la producción de los bienes o servicios que elabora una determinada empresa, o introducir una nueva línea de producción.

Proyecto de traslado: Se refiere al estudio de la factibilidad de trasladar una unidad productiva de bienes o servicios, de una determinada región del país a otra región del mismo país.

2.2.1.3 Etapas para la realización de un proyecto.

Realizar un proyecto tiene sus ciclos, es decir, etapas sucesivas que contienen el nacimiento, desarrollo y extinción de un proyecto.

El autor (Galán, 2004) en su libro manual básico para la formulación y elaboración de proyectos menciona las siguientes etapas.

Gráfico 1: Etapas para la elaboración de un proyecto.

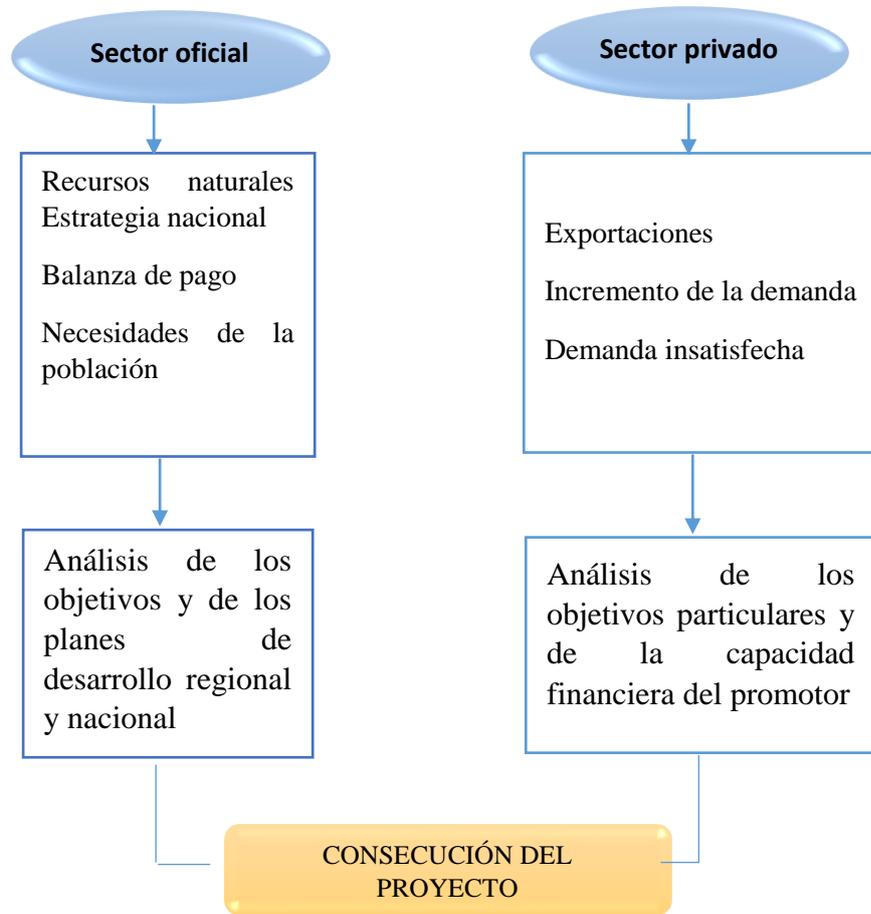


Fuente: (Galán, 2004)
Elaborado por: Autora

Primera etapa: consecución de la idea:

De acuerdo con (Galán, 2004) es aquí donde comienza el ciclo de cada proyecto, su finalidad es de identificar que los proyectos sean adecuados a las necesidades económicas y sociales del país y se encuentra caracterizada por la naturaleza del proyecto y del grupo promotor. El grupo promotor será la entidad que tendrá a su cargo la responsabilidad de promover un determinado proyecto, de acuerdo a sus necesidades e intereses que lo motiven el mismo que puede ser clasificado en dos grupos el sector privado y el sector oficial los cuales por lo general responden a intereses distintos y, sin embargo en la mayoría de los casos se complementan como fuentes generadoras de bienes o servicios para mejorar el bienestar social de una sociedad.

Gráfico 2: Consecución de la idea.



Fuente: (Galán, 2004)
Elaborado por: autora

Selección del producto. No todas las ideas deben desarrollarse para convertirse en nuevos productos, las ideas para nuevos productos deben pasar por lo menos por tres pruebas: el potencial del mercado, factibilidad financiera, compatibilidad con operaciones. Antes de colocar la idea de un nuevo producto en el diseño preliminar se debe someter a los análisis necesarios que se realicen alrededor de estas tres pruebas. El propósito del análisis de selección es identificar cuáles son las mejores ideas.

Diseño preliminar. Esta etapa del diseño del producto se relaciona con el desarrollo del mejor diseño para la presentación del nuevo producto. Cuando se aprueba un diseño preliminar, se puede construir un prototipo para someterlo a pruebas adicionales y

análisis. En el diseño preliminar se toma en cuenta el costo, calidad y rendimiento de los productos para que sea competitivo en el mercado.

Segunda etapa: estudio de pre factibilidad:

(Erossa.V, 2010) Expresa que antes de iniciar con detalles el estudio y análisis comparativo de las ventajas y desventajas que tendría determinado proyecto de inversión, es necesario realizar un estudio de pre factibilidad; el cual consta sobre una breve investigación sobre el marco de factores que afectan el proyecto, así como los aspectos legales que lo afectan, así mismo se debe investigar las diferentes técnicas de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región.

Además se debe analizar la disponibilidad de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en su concerniente a su captación por parte de los futuros consumidores o usuarios y su forma de distribución.

Tercera etapa: Formulación del proyecto.

De acuerdo con (Galán, 2004) las fases de pre factibilidad y factibilidad se disten entre sí, tanto por la profundidad de los estudios como por los aspectos tratados, en general , podríamos decir que unos de los primeros tópicos a ser analizado, después de identificar en forma exhaustiva al producto, es el estudio de mercado el cual tiene como objetivo la determinación de su demanda en su área de influencia, la cual debe ser concebida en el horizonte temporal que baya desde el momento de la puesta en marcha del proyecto hasta el final de su vida útil, entendiéndose esta última, como su periodo de duración, el cual debe ser medido por la obsolescencia técnica o por la obsolescencia económica.

Esta parte del estudio incluye también la determinación de los precios; si bien es cierto que nos e puede hacer predicciones con certidumbre de los mismos a través de la vida útil, conviene, sin embargo, estudiar sus probables tendencias para realizar un análisis e sensibilidad que implique cuales serían los efectos de sus variaciones sobre los ingresos de la futura unidad económica.

Cuarta Etapa: Evaluación.

La evaluación de un proyecto permitirá analizar si es adecuado realizar el proyecto en función de los objetivos esperados. (Meza.J.2010) menciona que el inversionista o financista evaluara el proyecto a fin de determinar si este se adapta o no a sus objetivos o intereses; en este sentido, es conveniente señalar que existen varias formas de evaluar un proyecto, dependiendo de quien realiza la evaluación, esta se puede clasificar en Evaluación Social y en Evaluación Privada.

Más adelante, se presentara con detalles los elementos que comúnmente se utilizan en la evaluación privada y social de proyectos de inversión, así como los indicadores financieros que más frecuentemente se utilizan para tales fines. Según el grado de incertidumbre que se tenga sobre el pronóstico de las variables más importantes, la evaluación se puede efectuar en Condiciones de Certezas o en condiciones de Incertidumbre.

Quinta etapa: Ejecución del Proyecto.

En su libro manual básico de formulación y evaluación de proyectos, (Galán, 2004) menciona que en esta etapa consiste en el proceso de adquisición del terreno, así como de la maquinaria para el desarrollo del proyecto. Incluye además la construcción de edificaciones industriales y de servicios, instalaciones de la maquinaria, dotación de servicios y puesta en marcha de la unidad productora de bienes o servicios si es el caso. Finalmente se deben abordar los problemas de comercialización del bien producido, en lo concerniente al establecimiento de convenios con mayoristas, distribuidores, usuarios, etc., a fin de garantizar o asegurar la colocación del producto, entre sus usuarios. Contenido del Proyecto. En términos generales, podemos decir que un proyecto debe contener la siguiente información:

- Análisis del Producto
- Estudio del Mercado Nacional
- Consideración sobre el Mercado Externo
- Tamaño y Localización de la Unidad Productiva
- Análisis de Ingeniería

- Análisis de Inversión
- Presupuesto de Ingreso y Gastos
- Consideración de Orden Económico – Financieras
- Organización de la Empresa
- Consideraciones finales

2.2.1.4 Estudio de factibilidad.

En todo proyecto se debe realizar un estudio de factibilidad, mismo que sirve para orientar a la toma de decisiones y medir las posibilidades de éxito o fracaso del mismo.

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.” (Sapag.N, 2010)

“Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”, (Solarte.L, 2010). El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye al desarrollo de la población.

Factibilidad “es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse”, (Luna, R; Chavez, Damaris, 2001).

La determinación de factibilidad en general de un proyecto solicitado significa el encontrar cuáles son los objetivos organizacionales, y luego determinar si el proyecto sirve para mover el negocio hacia sus objetivos en alguna forma. Los objetivos del proyecto deben ser calificados por medio de entrevistas con la persona, grupo o departamento que lo propone. A demás, también es útil una revisión de los trabajos escritos que se relacionen con el proyecto solicitado. (Kendall & Kendall, 2011)

El estudio de factibilidad debe conducir a:

Según el autor (Sapag.N, 2010) debe conducir a la determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología. Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto. Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos. Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto. Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias. Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales. Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

2.2.1.5 Objetivos que determinan la Factibilidad.

Para (Luna, R; Chavez, Damaris, 2001) los objetivos son:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.

- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto

2.2.1.6 Aspectos que debemos considerar en un proyecto de factibilidad.

El autor (Solarte.L, 2010) comenta aspectos como:

- Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.
- Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.
- Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.
- Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.
- Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

2.2.2 Estudio de mercado.

En un mundo globalizado y con clientes altamente exigentes es necesario realizar investigaciones que permitan conocer las características y requerimientos de los demandantes de un determinado producto o servicio. Ha esta investigación se le conoce con el nombre de estudio de mercado, mmo que tiene por finalidad determinar mercados potenciales, gustos y preferencias de los clientes, y esta información sirve para determinar las estrategias de ventas y de marketing.

“Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo” (Kendall & Kendall, 2011).

Para (Sapag.N, 2010) en su libro comenta que el mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos de un proyecto, por lo que hay que dedicarle un gran esfuerzo a investigar y analizar. En actividades de capacitación y análisis conviene replantear el origen del proyecto desde una perspectiva del mercado.

El análisis del mercado llevará a tomar una primera decisión de qué producir. Por esto debemos antes conocer lo que necesitan y piden los clientes a lo cual se llama demanda y conocer qué ofrecen otros productos y servicios a lo que se denomina oferta.

En síntesis el estudio de mercado debe dejar claro:

¿Cuál es la necesidad de la gente que satisface el servicio o producto de la empresa?

¿Para cuáles productos o servicios tiene la empresa capacidad de producir?

¿Cuáles de esos productos o servicios parecen ser mejores negocios?

¿Según lo anterior, cuál producto o servicio queremos vender?

En lo referente a los conceptos anteriores, (Miranda, 2006) .Menciona que el estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas que condicionan al proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. Entre ellas podemos mencionar; tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingresos de la misma, el precio de los bienes competitivos, el precio de los bienes complementación, el crecimiento de algún renglón estratégico de la economía, los desarrollos tecnológicos, las tarifas o subsidios cuando se trata de servicios públicos, los hábitos de consumo, las políticas de gobierno.

En consecuencia se trata de la recolocación y análisis de antecedentes que permitan determinar la convivencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad o aprovechar una oportunidad, ya sea que esta se manifieste a través de la disposición de la comunidad a cubrir los precios o tarifas, o que se detecte a través de presiones sociales ejercidas por la comunidad.

2.2.2.1 Objetivos del estudio de mercado.

El objetivo fundamental de un estudio de mercado consiste en “determinar la factibilidad de instalar una nueva unidad productora de bienes o servicios, mediante la cualificación de las cantidades que de esos bienes o servicios una determinada comunidad estaría dispuesta a adquirir a un cierto precio” (Pimentel, 2008). Adicionalmente, los resultados del estudio del mercado resultan útiles en las decisiones concernientes al tamaño y localización de dicha unidad productora.

2.2.2.2 Aspectos que interesa definir en el estudio de mercado.

Identificación del bien o servicio.

(Miranda, 2006) Comenta que para adelantar el estudio de mercado del bien o servicio que se pretende entregar a los consumidores, es requisito indispensable especificar rigurosa o inequívocamente sus características. En consecuencia, un bien o servicio lo podemos identificar respondiente interrogantes como:

- Usos
- Usuarios
- Presentación
- Composición
- Características físicas
- Producto principal
- Productos sustitutos
- Productos complementarios
- Bienes de capital ,Intermediarios y finales
- Fuentes de abastecimiento de insumos
- Sistema de distribución
- Bienes y servicios del sector público
- Precios y costos
- Condiciones políticas económicas

Los precios.

En las organizaciones económicas basadas en el sistema de mercado, las pautas seguidas en la fijación de precios constituyen un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de bienes y servicios.

Siempre que se suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio; en cada caso las empresas fijarán precios para sus bienes teniendo en cuenta ciertas consideraciones en torno a los costos, demanda y al mercado y dentro del marco político como de las conveniencias tanto de tipo económico como social, (Miranda, 2006).

Según él (ILPES, 2010) tiene que ver con las distintas modalidades que tome el pago de esos bienes o servicio, sea a través de precios, tarifas o subsidios.

En el estudio de mercado del proyecto se analizarán los precios que tienen los bienes o servicios que se espera producir, con el propósito de caracterizar de qué forma se determinan y el impacto que una alteración del mismo tendría sobre la oferta y la demanda del producto.

2.2.2.3 Etapas del estudio de mercado.

(Chaig, 2007) En su libro de proyectos de inversión: formulación y evaluación, menciona tres etapas para el estudio de mercado que a continuación se detalla.

Cobertura del Estudio de Mercado. La primera etapa se refiere a la delimitación del área geográfica. A la cual se circunscribirá la investigación que se pretende efectuar. En este punto, se debe especificar el detalle o nivel de desagregación con el que se requiere presentar la información, el cual puede estar referido a entidades geográficas, tipos de productos, etc. Es importante destacar que la presente investigación está dirigida a investigaciones restringidas a mercados domésticos, cuando se prevé que el bien o servicio estudiado puede ser comercializado en los mercados internacionales, en proporciones significativas, es necesario investigar la oferta interna de los países hacia los cuales se proyecta exportar, las cantidades consumidas y el origen de las mismas.

También es necesario analizar las políticas arancelarias de esos países, los costos de transporte, almacenaje, seguros, etc.

Recopilación de la Información de acuerdo con (Chaig, 2007) la segunda etapa aborda el problema de obtener la información necesaria para cumplir con la cuantificación del mercado doméstico disponible para el proyecto. Básicamente se refiere a una investigación documental y/o de muestreo, a través de la cual se recaba un conjunto de información dirigidas a responder ciertos aspectos que contempla el estudio de mercado y que permiten determinar el volumen de la demanda y de la oferta que ocurre en el área de influencia del proyecto, así como las características del sistema de comercialización en términos generales, la información que se requiere, es la siguiente.

Descripción y destino del bien o servicio a producir.

Conocer e investigar las especificaciones o características de los bienes y servicios que se estudian, tipo del bien, características físicas y químicas, durabilidad, etc.

En cuanto al destino del producto es importante investigar sus usos, en caso de un bien intermedio ¿Qué industria lo utiliza?, ¿cuáles especificaciones requiere? Sí mismo, es necesario conocer la idiosincrasia del consumidor. Ej., si el bien es de consumo masivo, una característica muy importante de los consumidores es su distribución por tramo de ingreso. Las personas de altos ingresos tienen hábitos de consumo diferente a las personas de bajos recursos.

Bienes sustitutos o complementarios. Se deben describir los bienes o servicios que podría ser sustitutos o complementarios; su existencia en el mercado; porque es sustitutivo. O Por qué podría serlo analizando en forma comparativa calidades, precio, etc. A fin de determinar cual ofrece mayores ventajas al consumidor, o determinar los segmentos de población que prefieran a uno u otro bien en caso de un bien complementario, se debe analizar su evolución y las consecuencias que esta representaría para el consumo del bien en estudio.

Series estadísticas. Se deben recopilar series estadísticas relacionadas con el bien o servicios tales como: producción, importación, exportación, series de precios; en caso

de importación, valor CIF, puerto de destino(incluido fletes y seguros), si se producen en el país precio FOD puerto de fábrica y también es importante conocer los precios e nivel de distribución y a nivel de usuario final.

Análisis de la información. Para (Chaig, 2007) en su libro de proyectos de inversión, menciona que esta etapa de análisis del mercado debería responder a cuatro preguntas básicas que orientan al diseño de la investigación sobre la demanda, la oferta y la comercialización de bienes y servicios en estudio

¿Cuánto se podrá vender por tipo de productos y de clientes?

¿Cuáles son las condiciones de venta que deben adoptarse?

¿Qué problemas plantea el marco de factores económicos políticos y sociales?

¿Cuál es la mejor estrategia de comercialización del producto?

2.2.3 Análisis de la oferta.

Analizar la oferta permite determinar la cantidad de suministros disponibles para la población consumidora, producidos por fabricantes locales o importados desde otras localidades, discriminados según calidades, variedades y precios. Así mismo, se deben especificar las condiciones de venta y el despacho de dichos bienes.

Oferta.

La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para comparar con la demanda (Jácome, W, 2005)

“Mientras la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios. Los principales elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada de

nuevos competidores, el precio de los bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros”. (Sapag.N, 2010)

Para (Luna, R; Chavez, Damaris, 2001) Al conjunto de productos y servicios que tiene la gente a su disposición, se le llama oferta, lo cual es muy importante conocer, porque también nos ayuda a definir qué vender, dónde vender, a qué precio vender, cuánto vender y cómo vender. Esto nos sirve de base para pronosticar cuál parte de la demanda futura será cubierta por nuestro proyecto y cómo planear que los clientes de la competencia nos compren a nosotros.

No sólo nosotros producimos este producto o brindamos este servicio, hay otros haciendo lo mismo, lo cual significa que estamos en competencia con ellos por los mismos clientes.

También hay que tomar en cuenta que existen productos derivados y sustitutos.

2.2.3.1 Análisis de la Oferta Doméstica.

La oferta es conocida como al cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender bajo ciertas condiciones del mercado, por lo tanto la oferta doméstica es la cantidad de bienes y servicios que se producen y comercializan dentro del país, sin tomar en cuenta a las exportaciones e importaciones.

Según (Cajigas, 2004) el análisis de la demanda corresponde el análisis del sector productor, en el cual se especificara el número de unidades productivas, clasificadas según su tamaño y ubicación, capacidad utilizada, personal ocupado, tecnología aplicada, calidad de los productos, posición en el ranking de ventas y presentaciones de los productos, así como la porción de la producción que se destina al mercado nacional y la que se destina a las exportaciones. El análisis debe incluir el análisis corporativo de las condiciones en las que se realiza la oferta, a los efectos de concluir sobre la estructura cualitativa del mercado, es decir si posee una estructura monopólica, oligopólica.

Así mismo (Raúl Coss, 2005) menciona que el estudio de la oferta incluye el análisis de la serie histórica de la producción de las empresas suplidoras ubicadas en el área de influencia, asociada a otras variables como: índice de precios de los productos o de los bienes sustitutivos, otro aspecto importante que debe considerarse en el análisis de la tecnología utilizada por los actuales productores (automatizados, semi-automatizado y artesanales). Obviamente que la calidad de la producción doméstica representa un elemento esencial en el estudio de la oferta.

2.2.3.2 Factores que influyen sobre la Oferta.

Existen varios factores que inciden en la oferta, pero de acuerdo con (Cajigas, 2004) Menciona que entre los factores más importantes que influyen sobre la oferta de un bien o servicio determinado, destacan los siguientes:

Objetivos de la empresa: entre los objetivos de la empresa que pueden influir sobre el nivel de la oferta tenemos los siguientes: maximizar la cantidad de vender un determinado producto aun sacrificando temporalmente algunos beneficios; maximizar la rentabilidad de la inversión. Esto puede obedecer a una estrategia de penetración de un mercado o de dificultar el acceso de competidores.

Variaciones en los productos de venta. Un aumento en los precios de venta estimulara los oferentes a incrementar el volumen de la producción de los bienes que ofertan en el mercado y a una disminución en los precios de venta, esto genera un efecto contrario, es decir una disminución e la oferta.

Las regulaciones de preciso por largos periodos por los cuales no se pueden trasladar a los precios de venta los incrementos en los costos de los insumos a la misma velocidad con los que estos ocurren.

En estos casos cuando ocurren importantes aumentos en los costos de producción de aquellos bienes que lo utilicen en gran cantidad, lo cual puede motivar a que los productores se desplacen de una línea de producción a otra, determinando un cambio en la oferta del bien.

Desarrollo tecnológico: la oferta de un determinado bien depende en forma importante del avance de la tecnología que se utilice para producirlo; pues una mejora en la utilización de sus insumos se traduce en una mayor productividad, lo cual a su vez, determina incrementos en la oferta del bien

Regularidad y seguridad de suministros de los principales insumos: un importante factor que influye sobre los niveles de la capacidad utilizada y costo de producción la constituye la regularidad y seguridad de suministros de los principales insumos utilizados en la producción del bien en estudio

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

2.2.4 Análisis de la demanda

Demanda.

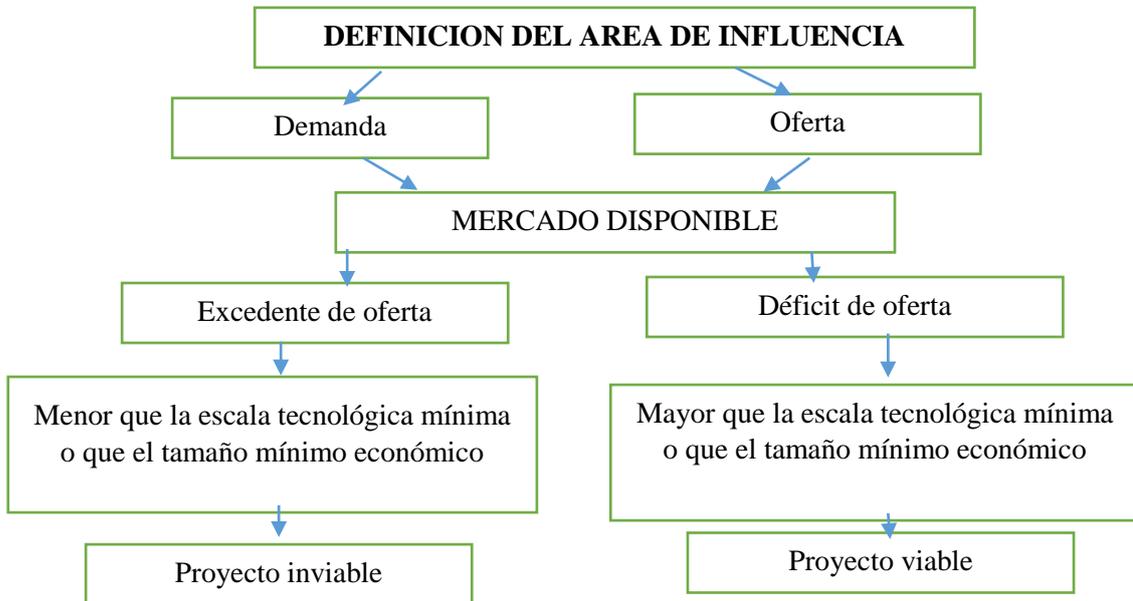
Se conoce como demanda a la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado y en un lugar específico.

Es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. El estudio cubre no solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se puede estimar, con base en los datos del pasado y de otras herramientas cualitativas y cuantitativas que pueden aportar nuevas luces al respecto. En cualquier circunstancia se requiere información sobre una gama amplia de variables que se suponen afectan el comportamiento de la demanda. (Miranda, 2006)

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se

vinculan esta oferta y demanda, se determina un equilibrio de mercado, que se representa por una relación entre el precio y la cantidad acordada de cada producto o servicio. (Sapag.N, 2010)

Gráfico 3: Dimensionamiento del mercado.



Fuente: (Chaig, 2007)
Elaborado por: autora

2.2.4.1 Objetivo del Análisis de la Demanda:

El objetivo principal de la demanda según menciona (Pimentel, 2008) es : “estimar la cuantía real de la demanda de un bien en un determinado momento y un precio dado, para una población de consumidores específicos, en términos de sus unidades de comercialización”.

El análisis de la demanda depender del tipo del bien o servicio que se estudia; si es de consumo masivo, será necesario el uso de los coeficientes de elasticidad ya que la cantidad demandada dependerá de los ingresos, del tamaño de la población consumidora, de los precios del producto de estudio y de otros bienes relacionados, etc. Si el producto que se estudia es intermedio o de capital, su cantidad demandada dependerá de los cambios estructurales de la economía (políticas económicas, planes de la nación, etc.)

2.2.4.2 Cuantificación de la Demanda.

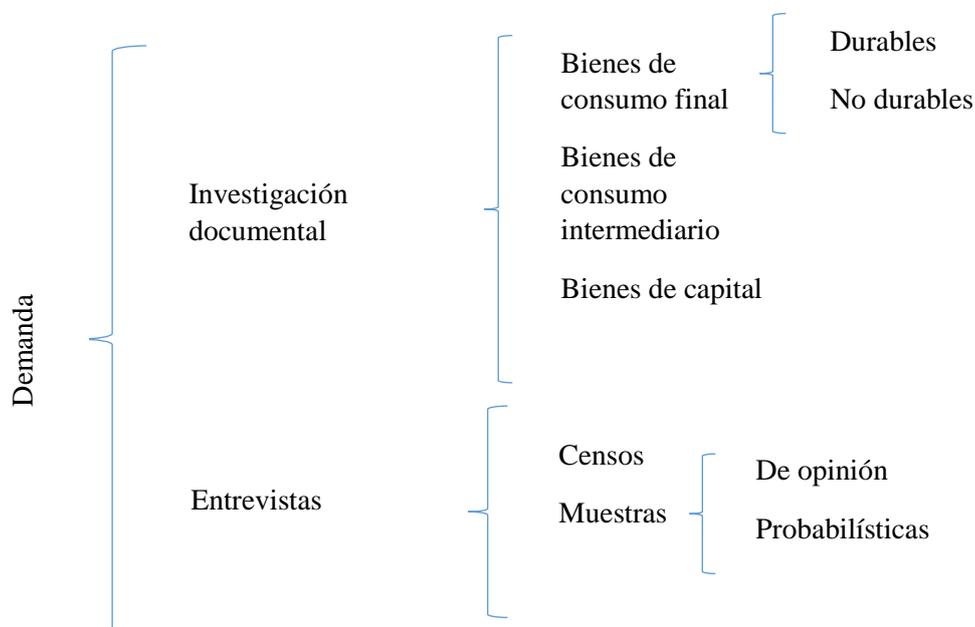
Los métodos para cuantificar la demanda, lo dividiremos en dos categorías: documentales y mediante entrevistas a los consumidores.

En el caso de las investigaciones, (Miranda, 2006) considera tres subcategorías dependiendo de la naturaleza del producto objeto del estudio: bienes de consumo final, bienes de consumo intermediario y bienes de capital. Por su parte los bienes de consumo final se deben subdividir en bienes durables y bienes no durables.

En el caso de las entrevistas también (Miranda, 2006) clasifica en dos categorías: censos o muestras, a su vez las muestras se subdividen en muestras opinaticas y muestras aleatorias.

En el esquema que se muestra a continuación se sintetiza la clasificación de los métodos para cuantificar la demanda.

Gráfico 4: Métodos para cuantificar la demanda



Fuente: (Miranda, 2006)

Elaborado por: Autora

2.2.4.3 Mercado Disponible Para el Proyecto.

La diferencia entre los volúmenes de la demanda y la oferta proyectadas, permite determinar el mercado disponible para el proyecto, si la diferencia es positiva, se dice que hay un déficit de oferta y su magnitud debe compararse, con la escala mínima tecnológicamente disponible y/o con el tamaño mínimo económico exigido por los inversionistas. Si en ambos casos el tamaño del mercado disponible resulta superior, se concluye en la factibilidad del proyecto desde el punto de vista de su mercado. Si por el contrario la diferencia es negativa (superávit de producción) o el mercado disponible es menor al tamaño mínimo económico o al menor tamaño tecnológicamente posible, se concluye en la inviabilidad del proyecto.

En caso de ser factible el proyecto, se debe indicar que porcentaje de la demanda insatisfecha se atenderá con su producción.

2.2.4.4 Comercialización

La comercialización debe señalar las formas específicas de elementos intermedios que se han previsto para el producto del proyecto llegue hasta los demandantes, consumidores o usuarios.

El estudio de mercado debe completarse con un análisis de las formas actuales en que está organizada la cadena que relaciona a la unidad productora con la unidad consumidores, así como la probable evolución futura de esa organización. Tal análisis es un requisito indispensable para poder presentar proposiciones concretas sobre la forma en que se espera distribuir los bienes o servicios que se producirán con el proyecto, teniendo en cuenta las modalidades existentes y fundamentando cuando corresponda, la factibilidad de los cambios que se proponen en relación con esas modalidades. (ILPES, 2010)

“Es la actividad que acelera el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios” (Guzmán. F., 2010)

De los aspectos anteriores se entiende entonces por comercialización, el conjunto de actividades relacionada con la circulación de bienes y servicios desde los sitio en u se producen hasta llegar al consumidor final.

2.2.4.5 Análisis de la comercialización.

La comercialización es el mecanismo para llegar con el producto o servicio hacia el cliente, en tiempo y lugar adecuado, una empresa puede ofertar un producto de calidad y a un buen precio pero si no se encuentra el mecanismo adecuado para que llegue al consumidor en el momento requerido, esta empresa ira de quiebra, de ahí la importancia de una buena comercialización.

“Es un proceso mediante el cual se planifica y organizan las actividades necesarias para que en el momento preciso, una mercancía o servicio, destinado a venderse este en el lugar indicado y en su debido momento”. (Raúl Coss, 2005)

Aspectos del Análisis de Comercialización

(Galán, 2004) Menciona que: el análisis de la comercialización permite conocer los hechos conociendo los inconvenientes de los intermediarios y su costo en el producto final, el exceso de propaganda empleada en la comercialización, etc. Estos aspectos representan una realidad y los análisis que se efectúen deberán adaptarse a ella. El estudio de la comercialización revela numerosos problemas entre los que se puede destacar:

Que los canales de distribución sean manejados por una sola empresa ya sea a través del control de los medios de transporte, recursos financieros, etc., lo que puede dar lugar a los abusos del distribuidor.

Que existan acaparamientos de ciertos productos en ciertos momentos con el objeto de incrementar los precios (escasez artificial).

Que la distribución de ciertos bienes implique exigencias técnicas como pueden ser servicio de reparación, abastecimiento de registros, asesoría técnica, etc.

Que todas las características de los productos en estudio, estos requieran de refrigeración en los almacenes de expendio y en los elementos de transporte.

Adicionalmente, el análisis debe incluir aspectos tales como:

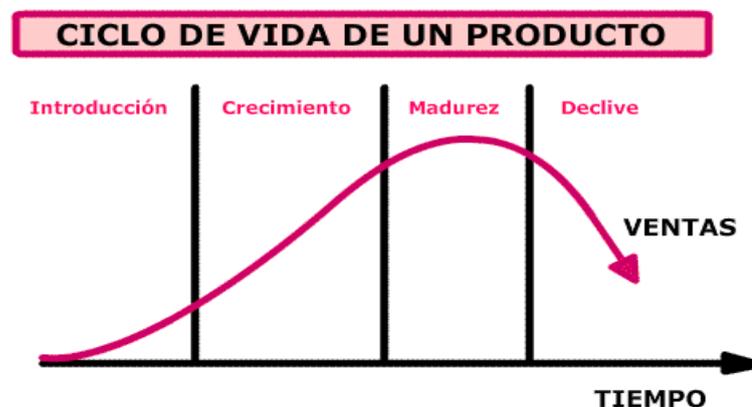
- Área de venta del bien que se estudia o canales de venta y las fuerzas de venta (si el equipo de venta pertenecerá a la empresa, si se utilizara agentes, representaciones intermediaria, etc.) o formas de introducir o proveer el producto.
- Precios y otras condiciones de entrega.
- Financiamiento de ventas.
- Servicios, etc.

Para ello, es necesario conocer previamente las condiciones de venta que ofrece la competencia al consumidor y el ciclo de vida de los productos.

Ciclo de vida de los productos.

Cuando un producto es incursionado en el mercado, pasa por distintos etapas desde el momento de crecimiento que es cuando el producto va obteniendo aceptación y reconocimiento en el mercado, hasta la decadencia del mismo que se presenta cuando la demanda del mismo decrece y las ventas bajan. A ese conjunto de etapas se le conoce como ciclo de vida del producto y son cuatro, mismas que a continuación de detalla.

Gráfico 5: Ciclo de vida de un producto.



Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora.

Primera etapa: Introducción.

El producto es colocado en el mercado, generando nuevas expectativas tanto en el ofertante como en el demandante del bien. “es un periodo de crecimiento lento de las ventas, y las utilidades son nulas en esta etapa debido a los considerables gastos que se incurre durante su introducción” (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2013)

Segunda etapa: crecimiento.

Cuando un producto sobrevive a la etapa de introducción pasa a esta etapa de crecimiento, donde se aplican técnicas de promoción para el posicionamiento del producto y las ventas se elevan.

A lo largo de la etapa se pasa pues, de una situación en la que los volúmenes de venta son bajos a otra en la que el producto ya estará bien posicionado y las ventas serán mucho más elevadas. El precio de venta irá reduciéndose gradualmente, a medida de que las ventas aumenten (Cuatrecasas Arbós, 2012).

Esta etapa se caracteriza por tener mayor rentabilidad en la venta del producto, pero todo deberá ser reinvertido para mejorar el crecimiento, técnicas y por ende no se verá reflejado en las utilidades de la empresa pero sí obtendrá grandes beneficios a futuro.

Tercera etapa: Madurez.

Toda empresa apunta llegar a esta etapa con las políticas de lanzamiento de un producto, ya que es aquí donde se gana dividendos debido a que ya no se requiere de altas inversiones para las ventas, esto se debe a que el producto es conocido, las técnicas de producción están perfeccionadas y los costos de fabricación son menores. En relación a lo mencionado (Cuatrecasas Arbós, 2012) afirma que:

La madurez es la etapa en la que el producto alcanza su estabilización del crecimiento de las ventas, llegando al nivel máximo del ciclo de vida, (...) además, en esta etapa es conveniente ir pensando en no dedicar una proporción excesiva de la cantidad de

producción actual del sistema productivo al producto en cuestión, muy por el contrario, conviene en desviar una parte de la capacidad productiva a productos que se encuentran en etapas más tempranas del ciclo de vida.

Cuarta etapa: Declive.

Esta es la última etapa del ciclo de vida de un producto, en el cual las ventas descienden gradualmente debido a los cambios en los gustos de los demandantes, añadido a que, ” La renovación, actualización y adaptación del producto a las nuevas corrientes está a la orden del día” (Cuatrecasas Arbós, 2012), hace que el producto pierda interés, y la empresa opte por tomar nuevas estrategias en el relanzamiento del producto mediante innovaciones o mejor optar por un producto nuevo que genere nuevas expectativas.

Luego de conocer el comportamiento de cada etapa del ciclo de vida de un producto, es importante que la empresa reconozca en la etapa que se encuentra su producto, para desarrollar la mejor estrategia para alargar la vida del producto en un mercado muy competitivo y cambiante.

2.2.4.6 Comercialización de Productos Agrícolas.

“Entenderemos por sistema de comercialización de productos agrícolas, al circuito por el cual deben pasar los referidos productos para llegar desde los sitios donde se producen, hasta el consumidor final” (Sapag, 2010)

El abastecimiento eficiente de productos alimenticios para la población consumidora, es un problema que a nivel mundial se ha convertido un constante reto y cuya solución se han destinado importantes recursos humanos, tecnológicos y financieros.

Los estudios han concluido en que dichos problemas no depende exclusivamente del volumen de la producción sino que además debe considerarse un segundo factor: el sistema de comercialización, el cual gravita ostensiblemente sobre el primero y es determinante para poder garantizar el suministro de alimentos a la población consumidora.

2.2.5 Estudio técnico.

El estudio técnico del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de los bienes o servicios sociales.

Según (Sapag, 2010) Su objetivo general persigue la determinación de la capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como la de todos los costos involucrados en el proceso de producción, y para lograrlo debe cubrir, por lo menos, los siguientes aspectos:

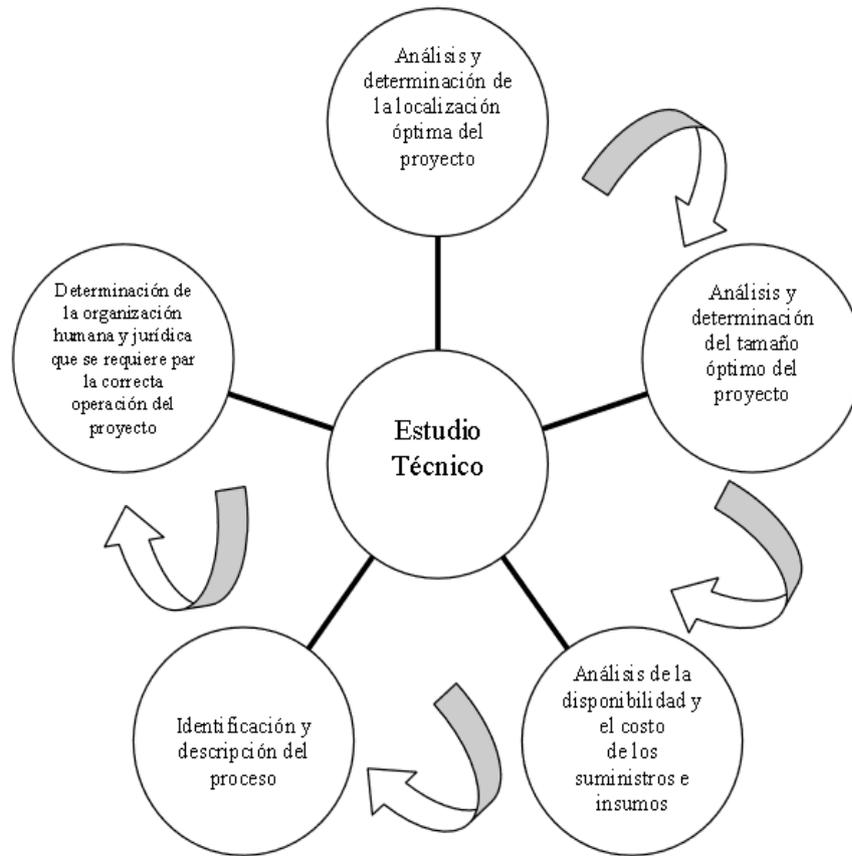
- Localización de la planta
- Infraestructura de servicios
- Efluentes y pérdidas del proceso
- Cronograma de inversión
- Turnos de trabajo
- Capacidad instalada y utilizada
- Tecnología a utilizarse
- Control de calidad
- Proceso de producción

Consiste en identificar y especificar las características que debe tener el activo fijo, así como la creación de un proceso de producción óptimo que permita la mejor utilización y control de los recursos destinados al funcionamiento del proyecto.

Según (Sapag. N, 2001) El estudio técnico se encarga de verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende y analiza determinando el tamaño óptimo la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización que requiere para realizar la producción.

En si se pregunta sobre dónde, cuando, como, y con que producir lo que se desea por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

Gráfico 6: Estudio técnico



Fuente: (Sapag, N, 2001)

Elaborado por: autora

2.2.5.1 Tamaño del proyecto.

Se entiende por tamaño del proyecto a la cantidad de bienes o servicios que una empresa puede producir en sus instalaciones. Para sustentar lo mencionado se presenta el siguiente concepto.

“Definiremos como tamaño de un proyecto al número de unidades de un determinado bien o servicio, que pueden producirse con los factores involucrados en el proceso de fabricación de dicho bien, durante un cierto periodo de tiempo.” (Miranda, 2006).

En la definición anterior se concluye que el tamaño del proyecto es equivalente a la capacidad de producción de los factores involucrados en el proceso productivo.

2.2.5.2 Como medir el tamaño del proyecto.

(Galán, 2004) En todo proceso de producción se distinguen dos tipos de capacidades: capacidad de diseño o teórica” y “capacidad efectiva o viable”. La capacidad teórica es la capacidad técnicamente posible de alcanzar y generalmente corresponde a l capacidad instalada, según las especificaciones técnicas y garantías suministradas por el proyecto de los equipos e instalaciones que se utilizan en el proceso productivo.

La capacidad efectiva de producción es la máxima producción que puede lograrse en condiciones normales de trabajo, teniendo en cuenta un conjunto de aspectos tales como: características de equipo instalado, condiciones técnicas de la planta, problemas de suministros, feriados, paros normales, mantenimiento, cambios de troqueles y/o especificaciones del producto, mezclas del producto o disminución de la productividad, sistema de gestión aplicado, etc.

2.2.5.3 Factores que condicionan el tamaño del proyecto.

En la determinación del tamaño adecuado que debe tener un proyecto, se hace necesario realizar en primera instancia un análisis de los factores que lo condicionan o limitan, entre los cuales se puede señalar los siguientes.

Gráfico 7: Factores que condicionan el tamaño de un proyecto



Fuente: (ILPES, 2010)
Elaborado por: Autora

A continuación se indica brevemente como condiciona cada uno de estos factores al tamaño del proyecto.

El mercado. Constituye el límite del tamaño de un proyecto, por cuanto si la capacidad de producción excede la capacidad de absorción del mercado a un largo plazo, los costos unitarios de producción tenderán a aumentar en proporción directa con los márgenes de capacidad ociosa resultantes, lo cual se reflejaría en una mayor competitividad en relación al precio de venta del bien.

Tecnología. Existen proyectos que su tamaño no se justifica desde el punto de vista técnico, es decir, que no se puede conseguir una tecnología adecuada para producir rentablemente niveles pequeños de un determinado bien, o que la escala de producción no alcanza el mínimo establecido por los fabricantes de los equipos de producción para que la planta sea rentable. Por lo que se puede concluir diciendo que la tecnología representa el límite inferior del tamaño del proyecto.

Financiamiento y organización. Aun cuando se reúnen todas las condiciones de viabilidad de un cierto tamaño del proyecto puede ocurrir la no viabilidad de lado de los empresarios, bien por su incapacidad financiera, o por su incapacidad administrativa para realizar un proyecto de grandes dimensiones. En el caso de las empresas privadas, este aspecto corresponde a uno de las más importantes limitaciones de la viabilidad del tamaño máximo permitido por el mercado. En el caso de las empresas públicas, este aspecto también se presenta cuando se trata de grandes proyectos e infraestructura, cuyo financiamiento exige enormes recursos.

Localización (disponibilidad) de insumos. Como se sabe tamaño y localización del proyecto son los términos muy vinculados entre sí. Por eso la localización puede ser un factor de invalidez de ciertos tamaños. Eso ocurre en los proyectos que utilizan materias primas de alta densidad de transporte, o una baja densidad de valor, cuando el aumento del tamaño del planta puede forzar al proyecto a importar materias primas desde lugares distantes, tomando los costos de producción superiores al máximo permisible. Es decir, existe una disponibilidad limitada de materiales básicos o de otro insumo.

La disponibilidad de transporte. Aun cuando los insumos que requieren el proyecto, estén disponibles, pueden ocurrir que no sean asequibles para el proyecto, debido a un suficiente o deficiente sistema de transporte, el cual deberá analizarse tomando en cuenta los medios utilizados (tierra, mar y cielo) tipo y número de unidades existentes, capacidad de las mismas, estado de las vías, estacionalidad de la producción y de la utilización de los medios de transporte

La capacidad administrativa. Constituye en un elemento de importancia en la selección del tamaño de la nueva unidad productiva, que por lo general no recibe la importancia que tiene y es poco o suficientemente analizado. Básicamente se refiere al tipo de organización que requiere para acometer en forma eficiente la producción y comercialización de los bienes y servicios contemplados en el proyecto. Su análisis conlleva el estudio detallado de la cantidad y calidad de los activos que se requieren, las especificaciones del tipo de preparación del personal que asumirá las labores directivas y gerenciales, así como los mecanismos de supervisión y evaluación que serán utilizados.

2.2.5.4 Selección del tamaño adecuado.

(Raúl Coss, 2005) Menciona que el tamaño ya está delimitado en su máximo por la capacidad de absorción del mercado y en su mínimo por la inexistencia de tecnologías que produzcan rentablemente debajo de cierto nivel, combinando con las posibilidades empresariales, restara un gran número de opciones posibles de las cuales se deberá tomar la que va a corresponder el tamaño óptimo del proyecto.

El proceso para determinar este tamaño óptimo, es una vez más un proceso de aproximación sucesiva que consiste en:

- Tomar una de las opciones viables de acuerdo con los criterios vistos en el punto anterior de tamaño.
- Desarrollar el proyecto considerando esa opción.
- Determinar los costos e ingresos, utilidad y rentabilidad de dicha opción.
- Repetir esas operaciones de calcular los ingresos, utilidad y la rentabilidad para otras opciones.

- Determinar cuál de las opciones analizadas es la mejor
- Tomar esa opción como el tamaño del proyecto
- Elaborar el proyecto en forma detallada y definitiva como ese tamaño.

2.2.5.5 Tamaño óptimo.

El tamaño óptimo es aquel que hace mínimo el costo de capital invertido por unidad de producción durante su vida útil del proyecto; es decir, es aquel que minimiza los costos unitarios de producción durante la vida útil de los equipos involucrados en el proceso productivo y por tanto maximiza el margen de ganancias del inversionista, (Chaig, 2007).

Su cálculo se reduce a la realización de un grupo de operaciones sencillas, siendo imprescindible conocer, para cada una de las opciones a considerarse, el valor de las siguientes variables:

- Monto de inversión.
- Vida útil de los equipos.
- Costos unitarios de producción.
- Características del mercado.

2.2.5.6 Localización.

En este punto es importante analizar en qué sitio es idóneo ubicar el proyecto, considerando que de la buena ubicación dependerá el éxito del proyecto así mismo tomando en cuenta que una vez ejecutado el mismo no se lo podrá cambiar de lugar.

Se entiende por localización de una unidad productiva de bienes y servicios al proceso de selección de la entidad geográfica donde dicha unidad será ubicada en forma definitiva. El proceso de selección de la región geográfica generalmente se realiza en consideración a dos tipos de criterios sociales y privados, dependiendo de la naturaleza del inversionista. (Jácome, W, 2005).

Factibilidad de ubicación.

La decisión de localización es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas que se debe tomar en cuenta, de acuerdo a. (Galán, 2004) “la localización tiene un efecto sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como la viabilidad de los costos de operación y el capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible”. La selección de La ubicación debe considerar su carácter definitivo o transitorio y optar por aquellas que permitan obtener el máximo rendimiento del proyecto.

Los factores que más comúnmente incluyen en la decisión de la localización de un proyecto son las siguientes:

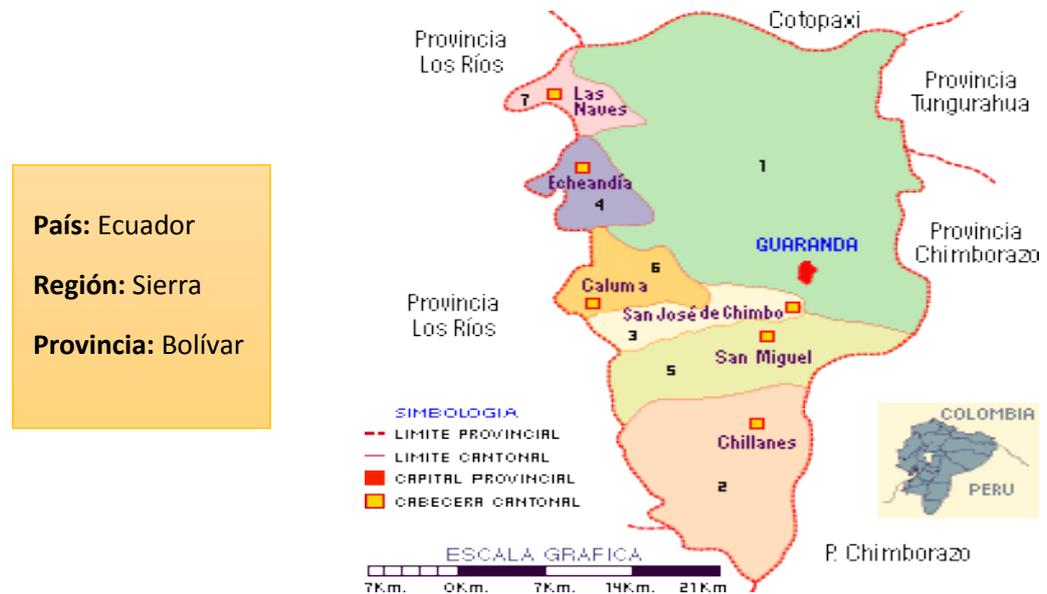
- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costos y disponibilidad del terreno
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva legal
- Disponibilidad de servicios básicos
- Comunicaciones y
- Disponibilidad de deshacerse de los desechos.

2.2.5.7 Macro localización.

La macro localización consiste en determinar la región, provincia o área geográfica en el que se localizara el proyecto, tratando de reducir al mínimo costos de producción y de comercialización. “Es la selección del área donde se ubicara el proyecto. Los factores de estudio que influyen con mayor frecuencia son, el mercado de consumo, las fuentes de materia prima, la disponibilidad de mano de obra y disponibilidad de servicios básicos.” (Luna, R; Chavez, Damaris, 2001)

Es necesario determinar un lugar a nivel macro donde pueda establecerse la organización. El proyecto se realizara en Ecuador, región sierra en la provincia de Bolívar.

Imagen 3: Mapa de la provincia de Bolívar.



Fuente: Imagen tomada de google imágenes

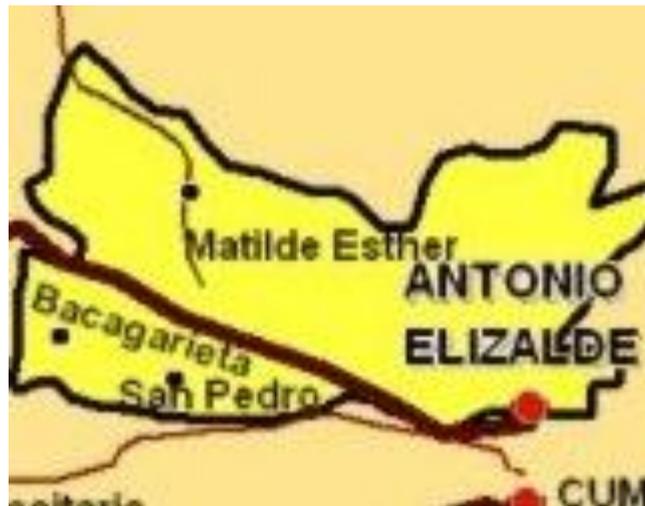
Elaborado por: Autora

2.2.5.8 Micro localización.

El micro localización consiste en determinar el lugar específico donde se realizara el proyecto, sea esto el cantón, el barrio urbanización, cooperativa y la dirección del lugar. Así, el principal elemento a considerar es el terreno, mismo que debe ser acorde al requerimiento del proyecto, el acceso a medios de transporte, servicios básicos, materia prima. (Pimentel, 2008).

El punto más exacto de ubicación es en el cual los costos de producción sean más bajos y la entrega del producto al cliente sea rápido y de fácil acceso. El cual será el recinto Matilde Ester por contar con los elementos necesarios para la operación del planta procesadora de cacao.

Imagen 4: Recinto Matilde Ester



Fuente: imagen tomada de google maps
Elaborado Por: Autora

Método cualitativo para determinar la localización del proyecto.

Existe un método mediante el cual se determina la localización de un proyecto y se llama método cualitativo por puntos, consiste de asignar una serie de factores determinante en la localización y asignarles una ponderación (según grado de importancia del investigador) y en función de ello tomar una decisión de ubicación. A continuación los pasos a seguir para desarrollar este método.

1. Determinar una lista de factores importantes y relevantes en la ubicación.
2. Asignar un peso a cada factor de acuerdo al grado de importancia que considere el investigador(la suma de los pesos asignados debe dar 1,00)
3. Asignar una escala común a cada factor (de 0 a 10)
4. Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala asignada y multiplicar la calificación por el peso.
5. Sumar la puntuación de cada sitio y el de la máxima puntuación.

A continuación se presenta una tabla que sirva de guía y ejemplo del método

Tabla 1: Ponderación de factores que influyen en la localización del proyecto.

Factor relevante	Peso asignado	ALTERNATIVA A		ALTERNATIVA B	
		calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
M.O disponible	0,33	5	1,65	4	1,32
M.P. disponible	0,25	7	1,75	7,5	1,87
Costo de insumos	0,20	5,5	1,1	7	1,4
Costos de vida	0,07	8	0,56	5	0,35
Cercanía a los mercados	0,15	8	1,2	9	1,35
SUMA	1,00		6,26		6,29

Fuente: (Erossa.V, 2010)

Elaborado por: Autora

2.2.6 Análisis de ingeniería.

La ingeniería del proyecto es una fase técnica vinculada al sistema de producción que se pretende utilizar e interviene tanto en la etapa de la formalización del proyecto como en su etapa de realización.” (Sapag, 2010)

En la etapa de formación, la ingeniería del proyecto abarca nueve aspectos de trascendental importancia.

- 1.- Ensayos e investigaciones preliminares.
- 2.- Elección, selección y descripción del proceso de producción
- 3.-Selección y especificación de los insumos.
- 4.- Edificaciones requeridas y su distribución en el terreno.

- 5.- Cronograma de actividades.
- 6.- Proyectos complementarios de ingeniería
- 7.- Versatilidad de los equipos y posibilidades de aplicación
- 8.- Logística de materiales e insumos.

2.2.6.1 Ensayos e investigaciones preliminares.

(Sapag. N, 2001) Menciona en su libro de evaluación de proyectos de inversión en la empresa que todo proyecto de inversión, es necesario realizar algunos ensayos e investigaciones previas que resulten de la naturaleza muy variada y van desde la investigación documental de los estudios similares hechos con anterioridad, hasta el análisis de la materia prima, pruebas de resistencia de terrenos para construcción de edificaciones, estudios hidrológico, aspectos legales. etc.

2.2.6.2 Elección, selección y descripción del proceso de selección.

Una vez que sea determinado cual debe ser el tamaño de la planta en base a las restricciones técnicas y económicas, se debe seleccionar la alternativa de producción que más adecue a las condiciones sociales y/o económicas del país o región donde se van a instalar la nueva unidad productora.

Existen una serie de factores que deben considerarse en la elección del proceso selectivo: entre las más importantes tenemos las siguientes.

- Monto de la inversión requerida.
- Costos unitarios de producción
- Accesibilidad a la tecnología
- Mano de obra especializada (requerimiento y disponibilidad)
- Mano de obra total requerida (problema laborales y generación de empleo)

2.2.6.3 Selección de la tecnología.

Entre las decisiones más importantes que deben tomar los gerentes de proyecto están aquellas que se refieren la selección o diseño del proceso físico mediante el cual se producirá los bienes y servicios. (Sapag, 2010) Plantea que:

Las decisiones del diseño del proceso interactúan en cada una de las cuatro áreas de decisión de la función de operaciones. Las decisiones de capacidad afectan el tipo de proceso seleccionado. El tipo de diseño del proceso a su vez afecta los trabajos disponibles y el tipo de fuerza de trabajo empleada.

Así mismo (Meza.J, 2010) menciona que el proceso también afecta la calidad del producto, debido a que algunos procesos se controlan más fácilmente que otros. Las decisiones relacionadas con la selección del proceso determinan el tipo de proceso productivo que se utilizara. Los promotores también deberán decidir si se organizara el flujo del proceso como una línea de alto volumen de producción o como un proceso de producción por lotes de bajo volumen.

2.2.6.4 Selección y especificación de los equipos.

“La selección de la tecnología y la del equipo son dos actividades que en la mayoría de los casos son interdependientes, dado que una condiciona a la otra. Frecuentemente, el costo de transferencia de la tecnología es parte integrante de las condiciones de venta del equipo y es suministrada como parte integrante de las condiciones de venta del equipo, sin costo adicionales, ni otros tipos de convenios, es decir, al adquirir los equipos se tienen derecho a su know-how operacional.” (Pimentel, 2008)

En esta etapa hay que considerar dos aspectos importantes, el primero se refiere a la selección del tipo el equipo que se pretende utilizar y el segundo a la elección de un equipo específico dentro de la variedad de marcas que de ese tipo de equipo existe en el mercado.

En la selección del tipo del equipo que se utilizara en el proceso productivo se debe considerar una serie de factores, entre los cuales destacan los siguientes:

- Naturaleza del proyecto
- Escala de producción
- Grado de mecanización que las fases del proyecto productivo permiten
- Alternativa tecnológica de producción seleccionada

En la escogencia de la marca del equipo, se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Condiciones de venta:** Precios, facilidades de pago, condiciones de entrega y garantías de funcionamiento.
- **Conocimiento del equipo:** Se debe consultar que experiencias han tenido plantas similares con esos equipos, En qué proporción con respecto a otras marcas son utilizadas, garantías de suministros de repuestos y de mantenimiento, etc.
- **Normas de construcción:** Generalmente existe ciertas normas internacionales que se exigen deben cumplir los fabricantes de ciertos equipos, por lo que antes de escoger una determinada marca, es conveniente averiguar cuáles son las normas de fabricación que siguió el fabricante.

2.2.7 Estudio administrativo y financiero.

2.2.7.1 Estudio administrativo.

El estudio administrativo es la parte en la cual se determina como se va administrar el proyecto, entonces aquí es donde se describe la forma estructural de la empresa, planeaciones estrategia, dirección de recursos humanos entre otros aspectos.

Para (Rojas, 2010) Este estudio representa uno de los aspectos más importantes dentro del estudio de factibilidad, si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores; se debe comenzar por asignar funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama donde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa. Elaborar una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras.

Incluir en esta misma sección el aspecto legal de la empresa, nombrando su razón y objeto social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución.

Puesto que las organizaciones son grupos humanos que se constituyen para alcanzar fines comunes, estos no se podrán alcanzar si no existe un orden entre los grupos y personas, todos haciendo lo mismo no tiene sentido. Es menester que se acomoden, que se arreglen para formar un cuerpo congruente con las funciones que habrán de realizar para conseguir esos fines (Griffin, 2011).

Los autores (López, Aceves, Peralta, & Puerta, 2012) mencionan que el estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.

2.2.7.2 Estudio económico- financiero.

La finalidad de este tipo de estudio es determinar los ingresos y costos que resultaran del proyecto en su vida útil, para asignar óptimamente los recursos financieros.

“Tiene como finalidad demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto y se tendrá un beneficio. El capital invertido deberá ser menor al rendimiento que se obtendrá”. (Guzmán. F., 2010).

2.2.7.3 Estados financieros del proyecto.

Según el autor (Eslava.J, 2003) :

Los estados financieros son los documentos contables que se elaboran con la finalidad de informar sobre la posición financiera de una entidad en una fecha dada, los

resultados de operación y los cambios en la posición financiera para el ejercicio contable de manera fehaciente, veraz y oportuna

Para efectuar el análisis y la evaluación de los proyectos de inversión es necesario hacer un ejercicio de simulación financiera, cuya base serán las operaciones que se pretenden llevar a cabo en proyecciones financieras que se concentran en estados financieros pro-forma, son básicamente los siguientes:

2.2.7.4 Estado de Inversión Inicial del proyecto.

Cuando se habla de inversión inicial nos estamos refiriendo a la totalidad de entradas y salidas que se efectuarán para determinar los costos y gastos iniciales en el momento cero o de partida del proyecto. Por lo tanto, sus principales componentes son:

- Precio neto pagado por el bien de capital
- Costos y gastos de arranque
- Estímulos fiscales

Estado de Resultados del proyecto.

Este estado deberá mostrar en forma detallada de ingresos y egresos que se esperan realizar durante la vida económica del proyecto.

2.2.7.5 Balance General del proyecto.

Tienes por objeto permitir a los involucrados en el desarrollo del proyecto, evaluar la situación financiera, y de manera particular establecer las condiciones relativas a los activos circulantes y pasivos a corto plazo, o sea al capital de trabajo.

2.2.7.6 Flujo de efectivo del proyecto.

Deberá mostrar en forma detallada y ordenada las operaciones de entrada y salida que se espera realizar durante la vida del proyecto.

2.2.7.7 Evaluación financiera.

(Erossa.V, 2010)La evaluación de un proyecto tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable para poder asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

Como sabemos cada estudio es único y diferente a todos los demás, sin embargo, la metodología a seguir en todos y cada uno de ellos posee la particularidad de poder adaptarse a cualquier proyecto. Las áreas generales en las que se puede aplicar la metodología de la evaluación de proyectos son:

- Instalación de una planta totalmente nueva
- Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente
- Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales
- Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente

2.2.7.8 Presupuesto.

Al hablar de planeación en inversiones a largo plazo se debe encontrar basado en pronósticos y presupuestos de ventas futuras, costo, requerimientos de producción y disponibilidad de numerario, entre otros elementos.

El presupuesto es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para controlar el progreso hacia el logro de tales objetivos. (Guzmán. F.;, 2010)

2.2.7.9 Razones financieras.

Las razones financieras son las herramientas que nos ayudan a analizar e interpretar la información contenida en los estados financieros. Estas razones se dividen en estáticas, dinámicas y mezcladas:

- Estáticas.- Son las razones cuyo numerador y denominador se obtienen de un estado financiero estático.

- **Dinámicas.-** Son razones financieras cuyo numerador y denominador se obtienen de un estado financiero dinámico.
- **Mezcladas.-** Son las razones cuyo numerador y denominador provienen de estados financieros dinámicos y/o estáticos. (Guzmán. F.;, 2010)

Método de evaluación de los proyectos de inversión.

La decisión de aceptar o rechazar un proyecto de inversión se realiza en base a la aplicación técnica de uno o varios métodos de evaluación. Los más comunes para la evaluación de proyectos de inversión son:

- **Periodo de recuperación.-** Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada.

Por el número de años que una empresa necesita su inversión original a partir de los flujos de efectivo. (Erossa.V, 2010)

- **Método de Valor Presente Neto.-** Para llevar a cabo este método, se obtiene el valor presente de los flujos netos de efectivo que se esperan de una inversión, descontados al costo de capital, y se resta el costo inicial de desembolso del proyecto. Si el valor presente neto es positivo, el proyecto debe ser positivo de lo contrario debe rechazarse. (Erossa.V, 2010)
- **Método de la tasa interna de retorno o TIR.-** Es la tasa de interés que igual al valor presente de los flujos de efectivo esperados para el futuro, o ingresos, con el costo inicial del desembolso.

Para evaluar el proyecto, se debe comparar la TIR del proyecto con la tasa del costo de capital. Si la TIR es mayor que la tasa del costo de capital, se acepta el proyecto, sino es así, se rechaza. (Erossa.V, 2010)

2.2.8 Producción de cacao.

El cacao es una fruta de origen tropical, su árbol tiene flores pequeñas y pétalos largos, su fruto es leñoso de forma alargada, aparece en la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Dependiendo del tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo. El grano está cubierto de una pulpa rica en azúcar con la que se puede hacer jugo y el grano transformado en chocolate tiene un agradable sabor.

2.2.8.1 Producción y variedad en el Ecuador.

La producción de cacao se realiza principalmente en la costa y amazonia del Ecuador. Las provincias de mayor producción son Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos. Según menciona (Anecacao, 2015). En el Ecuador se desarrollan 2 tipos de cacao:

2.2.8.2 Cacao Fino de Aroma.

Conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, posee un aroma y sabor único, siendo esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial.

2.2.8.3 Cacao CCN-51.

Conocido también como Colección Castro Naranjal cuyo color característico es el rojo. Además es reconocido por sus características de alto rendimiento para la extracción de semielaborados, ingredientes esenciales para la producción a escala de chocolates y otros.

2.2.8.4 Forma de siembra del cacao.

Para establecer una plantación de cacao se requiere obtener la superficie adecuada, que permita una producción sustentable. La zona escogida debe tener tanto el tipo de suelo como las condiciones climáticas adecuadas, para asegurar el establecimiento de una plantación productiva con las labores mínimas necesarias. En cuanto al establecimiento de una plantación de cacao, esta incluye los costos de instalación: preparación del suelo,

plantación de los árboles de sombra y de cacao, podas de formación, control de malezas, aplicación de fertilizantes y otros productos. Asimismo se requiere la construcción de la infraestructura que incluye caminos internos, canales de drenaje y riego, viveros, fermentadores y secadoras. Por el lado del mantenimiento de la plantación, esta requiere de desembolsos que cubran la oportuna realización de prácticas culturales: podas de mantenimiento, control de malezas, aplicaciones de fertilizantes, fungicidas y otros pesticidas, cosecha y beneficio posterior del grano. También hay que destacar que la mayoría de los productores prefiere utilizar métodos de prevención y de control naturales, pese a no contar con certificaciones de ser orgánicos. (Revista Lideres, 2013).

2.2.8.5 Comercialización del cacao.

La comercialización de cacao se lleva a cabo a través de asociaciones de productores, intermediarios, comisionistas y exportadores. La estructura de los canales de comercialización de cacao difiere de una región a otra.

Los intermediarios tienen un contacto directo con el agricultor, unos se ubican en las poblaciones de las zonas de producción en las principales provincias; mientras que otros las recorren adquiriendo el grano; y, en muchas ocasiones, comercializan el cacao para otros intermediarios y comisionistas.

En un extremo del espectro encontramos que el canal entre el productor y el exportador tiene por lo menos dos intermediarios: los pequeños acopiadores y los mayoristas.

Los pequeños acopiadores compran el grano directamente del agricultor visitando las fincas individuales.

En una etapa posterior, estos acopiadores venden lo adquirido a los mayoristas quienes, a su vez, revenden a los exportadores. En el otro extremo de la cadena de comercialización del cacao, el grano se vende directamente al exportador. Esto se lo hace a través de la participación de asociaciones o cooperativas de productores y, en ocasiones, estas agrupaciones gremiales exportan directamente. (EIPI, 2014)

2.2.8.6 Productos procesados e Industrialización.

El proceso industrial del cacao se inicia con la limpieza del grano para retirar todo tipo de material extraño; la procesadora tuesta el grano para que sobresalga el sabor y color a chocolate a una temperatura, tiempo y grado de humedad que dependerá del tipo de grano utilizado y el tipo de chocolate que se requiere producir.

El proceso continúa en la descascarada: se lo alcaliniza para desarrollar el sabor y color; y, se muele para producir licor de cacao. Como cada empresa manufacturera utiliza más de un tipo de grano en sus productos, es necesario que se los prepare bien para poder mezclarlos en la fórmula. El licor que no se destina a la producción de chocolate para mesa, va a un proceso de filtración mediante el cual se separan las tortas, o sólidos de cacao, de la manteca de cacao.

La cantidad de manteca extraída del licor es controlada por el fabricante para producir diferentes tipos de torta por su contenido de grasa. El proceso toma ahora dos caminos diferentes: la manteca de cacao se utiliza para fabricar chocolate y la torta se pulveriza para producir polvo de cacao. Y entre los productos exportables al final están: cacao en grano, pasta de cacao, polvo de cacao, torta de cacao, manteca de cacao, chocolate y hasta la cáscara y demás residuos. (Anecacao, 2015)

2.2.8.7 Comercio Internacional del cacao y sus derivados.

En lo que se refiere al comercio internacional de la llamada “pepa de oro” como se conoce también al cacao ecuatoriano, existen dos entidades de apoyo a los exportadores, una de iniciativa estatal (Pro Ecuador) y una de gestión privada (Anecacao).

Pro Ecuador es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PRO -ECUADOR, 2012)

Anecacao, en cambio, es la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador. Se trata de un ente con personería jurídica que abarca a todos los exportadores de cacao en grano y derivados que hayan manifestado interés en ser parte de esa organización de apoyo y representación internacional. Según sus estadísticas el 60% de la producción nacional es adquirida en los mercados de Estados Unidos de América, México y Holanda. (Anecacao, 2015)

Ambos organismos dotan de herramientas muy útiles al productor, industrial o exportador al momento de realizar negocios internacionales con esta fruta y sus productos procesados. Exportaciones y precios Mercado Exterior Los precios del cacao están sujetos a constantes fluctuaciones, las cuales responden a factores de oferta y demanda, tales como nuevas plantaciones, aumento de inventarios, capacidad de molienda utilizada, condiciones económicas de los consumidores, elasticidades de ingreso, entre otras.

Además, se considera que los precios siguen un patrón de largo plazo, ligado al ciclo de producción del cacao que se estima dura entre 15 y 20 años. El precio internacional del grano se determina de acuerdo con los precios establecidos en la Bolsa de Londres y de la Bolsa de Nueva York. Usualmente, el cacao se negocia a través de contratos 'forward' por medio de los cuales se acuerdan los precios, cantidades y calidades del grano que deben ser entregados en el momento de expirar el contrato. Los cacaos finos se negocian en mercados secundarios y obtienen precios superiores a los ordinarios, puesto que se paga un premio por la calidad del grano. Este premio es mayor en la medida en que el precio del cacao ordinario es bajo y disminuye cuando aumenta la cotización internacional del cacao.

Actualmente el precio de una tonelada de cacao en el mercado internacional está en alrededor de USD 3 000. La fuente de la información corresponde a Inside Futures. (EIPi, 2014).

2.2.8.8 Los retos del cacao y algunas preguntas.

El contexto. Pese a los esfuerzos de entidades públicas y privadas que contribuyen al desarrollo del cacao, hay retos pendientes para fortalecer este sector productivo.

Las acciones. Faltan estrategias institucionales conjuntas entre empresa, gremios y Estado para fomentar un desarrollo sostenido y sustentable en la cadena de valor.

El mercado. El cacao fino de aroma mantiene una demanda creciente, y si la inversión fuera mayor se podría incrementar la participación en los mercados.

La asistencia. Más asistencia técnica para el productor, la iniciativa privada y pública apoyan, pero hay mucho por atender.

Mercados externos. Son muy exigentes y los productores necesitan asesoramiento para un adecuado manejo del grano, una buena fermentación, evitar la mezcla de tipos y la contaminación con metales pesados y pesticidas en la etapa de cultivo. (Revista Lideres, 2013)

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

- **Producto:** Todo lo que el comprador recibe cuando efectúa un acto de compra: el producto propiamente dicho (bien o servicio), el envase, la garantía y los servicios complementarios. El producto debe responder a las necesidades de los consumidores y no a las preferencias de los ejecutivos y técnicos de la empresa.
- **Proyecto:** Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo.
- **Acta de constitución de proyecto:** documento elaborado por la Dirección que autoriza formalmente la existencia del proyecto. Proporciona al jefe de proyecto la autoridad necesaria para aplicar recursos organizacionales a las actividades del proyecto.
- **Contingencia:** provisión realizada en la planificación para mitigar los riesgos del proyecto (de costes, plazos, etc.). Normalmente se utiliza con otra palabra

(contingencia o reserva de gestión, contingencia de costes, etc.) para indicar el riesgo que se pretende mitigar.

- **Contrato:** acuerdo vinculante que obliga al vendedor a proporcionar el producto del proyecto en las condiciones acordadas, y al comprador a pagar por él.
- **Organización proyectada:** cualquier estructura organizacional en la que el jefe de proyecto tiene la autoridad para definir responsabilidades y dirigir el trabajo de las personas asignadas al proyecto.
- **Plan de proyecto:** documento formalmente aprobado utilizado para la ejecución y control de proyecto. Las funciones principales del plan de proyecto son registrar las asunciones y decisiones de planificación realizadas, facilitar la comunicación entre las partes interesadas (stakeholders), y documentar las líneas de base aprobadas de alcance, costes, y plazos. Un plan de proyecto puede ser general o de alto nivel, o detallado.
- **Plan de gestión de riesgos:** documento que contiene los procesos relacionados con el riesgo que serán realizados durante el proyecto. Es el resultado o salida de la planificación de gestión de riesgos del proyecto.
- **Valor planificado:** coste planificado correspondiente al trabajo programado. Es la suma del trabajo planificado o programado en un instante determinado y el coste o presupuesto planificado correspondiente.
- **Valor del trabajo realizado:** presupuesto correspondiente al trabajo realizado. Se compone de la suma de las estimaciones de costes (pudiendo incluir los costes indirectos) de las actividades o porciones de actividades (trabajo en curso) realizadas en un período de tiempo determinado (normalmente hasta el instante de control).

2.4 IDEA A DEFENDER.

El diseño de un proyecto de factibilidad influye en la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en el Recinto Matilde Ester del Sector San José, Provincia de Bolívar.

2.5 VARIABLES

2.5.1 Variable independiente:

Proyecto de factibilidad

2.5.2 Variable dependiente:

Implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en el Recinto Matilde Ester del Sector San José

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACION.

La modalidad que se aplica en el presente trabajo de titulación es el enfoque mixto, el mismo se basa y se fundamenta en métodos cuantitativos y cualitativos.

Cuantitativa: orientada al estudio de variables susceptibles de medición y el análisis estadístico, es decir se sitúa en un enfoque de características cuantitativas.

Cualitativa: con enfoque opuesto al tradicional, pues el escenario y los individuos no se reducen a variables cuantificables; son considerados como un todo caracterizado por múltiples fenómenos y diversas categorías.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

El tipo y nivel de investigación que se utilizara para realizar el proyecto de factibilidad será el descriptivo, el exploratorio y la investigación de campo ya que se va a especificar los requerimientos necesarios para poder efectuar el proyecto y ejecutarlo de forma que sea rentable la inversión

3.2.1 Exploratorio.

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aun, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. (Daniel, 2008)

Se utiliza cuando no se cuenta con ningún modelo o base para realizar el estudio, además sirve para familiarizar al investigador con los fenómenos, hechos o situaciones que le son desconocidos. Uno de los argumentos que sostiene esta investigación es que finaliza cuando el estudioso adquiere la suficiente información respecto a lo que era

desconocido; por ende, este proceso es lento, debido a que no existe un único método para aproximarse a la realidad; en este sentido, con base en sus habilidades.

3.2.2 Investigación Descriptiva.

Según (Daniel, 2008) la investigación descriptiva sirve para analizar como es y cómo se manifiestan los fenómenos y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Por ejemplo la investigación de las ciencias sociales se ocupa de la descripción de las características que identifiquen los diferentes elementos y componentes y su relación.

El propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir como es y se manifiesta determinando fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir.

Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia para describir lo que se investiga.

3.2.3 Investigación de campo.

Por otro lado, también se aplicara una investigación de campo que constituye un proceso sistemático con recolección, procedimiento, análisis de información del lugar se producen los acontecimientos, a fin de recolectar información a través de encuestas, entrevistas y observación directa. A través de esta se podrá obtener datos relevantes directamente de los involucrados de este estudio.

(Daniel, 2008) Manifiesta que la investigación de campo apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación de carácter documental se recomienda

que primero se consulte las fuentes de carácter documental, a fin de evitar una duplicación de trabajos.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.

Población:

El recinto Matilde Esther cuenta con aproximadamente una población de 8000 habitantes del cual 80% se dedica a la agricultura.

Muestra:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 1,96

P= Probabilidad a favor 80%

Q= Probabilidad en contra 20%

N= Población o Universo

e = Nivel de error 5%

$$n = \frac{8000 * 1,96^2 * 0,80 * 0,20}{0,05^2 * (8000 - 1) + 1,96^2 * (0,80 * 0,20)}$$

$$n = \frac{4917,248}{20,612156}$$

n= 239 encuestas

El número de encuestas a realizar es de 239 encuestas a los habitantes que se dedican a la agricultura, enfocándose en especial a los que se dedican al cultivo y producción de cacao.

3.4 METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS.

Métodos.

Método inductivo.

Según (Carvajal, 2006) la inducción es un razonamiento mediante el cual pasamos de un conocimiento de determinado grado de generosidad, a un conocimiento de mayor grado de generosidad. Dicho de otra manera, la inducción es un razonamiento en virtud del cual pasamos de lo particular a lo general.

La aplicación de la inducción como método de la investigación científica se halla presente en la formación de la hipótesis, la investigación de leyes científicas y las demostraciones. El fundamento de la inducción es el hecho de concebir el mundo, la naturaleza y la sociedad en orden, como un sistema regido por las leyes y principios. Y además que estas leyes y principios son cognoscibles, por el pensamiento social humano.

Método deductivo.

La deducción va de lo general a lo particular.

El método deductivo es aquel que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlos a casos individuales y comprobar así su validez (Carvajal, 2006)

Mediante el método deductivo de la investigación es posible llegar a conclusiones directas, siempre y cuando se deduce lo particular sin intermediarios.

Método analítico.

Se utiliza en relación del análisis de los apartados en la investigación, como; tema, planteamiento del problema, objetivo, justificación, marco teórico, y la propuesta de la investigación.

Para (Daniel, 2008) el método analítico maneja juicios, la síntesis considera el objeto como un todo, el método que emplea el análisis consiste en separar el objeto de estudio en dos partes, y una vez comprendida su esencia, construir un todo.

Técnicas.

Encuesta. Esta técnica se la realiza a través de un formulario de preguntas dirigido a los productores de cacao en el sector objeto de la investigación, para conocer su apreciación y puntos de vista que poseen sobre el proyecto a realizarse.

Según (Daniel, 2008) la encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo del tamaño de la muestra en el propósito del estudio. La información es recogida usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas de la misma manera, la intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población.

Entrevista. Para la efectiva recolección de la investigación es necesario entrevistara **los beneficiarios** del proyecto para tener conocimiento de los requerimientos que solicitan, así mismo permitirá obtener propuestas para la realización del proyecto

(Daniel, 2008) Manifiesta que la entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger información y la otra es la fuente de esas informaciones.

Observación. Esta se la llevara a cabo al momento de visitar los lugares donde se produce el cacao, así mismo el lugar donde se realizara la localización del proyecto y así conocer la realidad del sector.

Para (Daniel, 2008) la observación Son técnicas de medición no obstructivas, en el sentido que el instrumento de medición no estimula el comportamiento de los sujetos. Los métodos no obstructivos simplemente registran algo que fue estimulado por otros factores ajenos al instrumento de medición.

Instrumentos

Estos instrumentos de investigación son para el entendimiento de los factores estudiados y el análisis de los datos obtenidos. Se requiere apoyarse con obras referentes al tema, donde se

Profundiza la información disponible en libro, textos especializados, páginas Web, etc.

Cuestionario

(Paneque, 1998) Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir el contenido de las preguntas de un cuestionario pueden ser tan valioso como los aspectos que mida básicamente, podemos hablar de dos tipos de preguntas cerradas y abiertas.

El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. Un diseño mal construido e inadecuado conlleva a recoger información incompleta, datos no precisos de esta manera genera información nada confiable.

Ficha de entrevista: las fichas de la entrevista deben estar claramente estructuradas para tener mayor control sobre las sugerencias o expectativa del cliente.

Observación: este instrumento de investigación permitirá conocer la información primaria y exacta y para ello se debe utilizar cámaras fotográficas para evidenciar lo observado

Según (Paneque, 1998) la observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente.

3.5 RESULTADOS.

1 ¿Creé usted que instalar una planta que procese el cacao generaría mayores oportunidades a los productores de cacao del recinto Matilde Esther como al país?

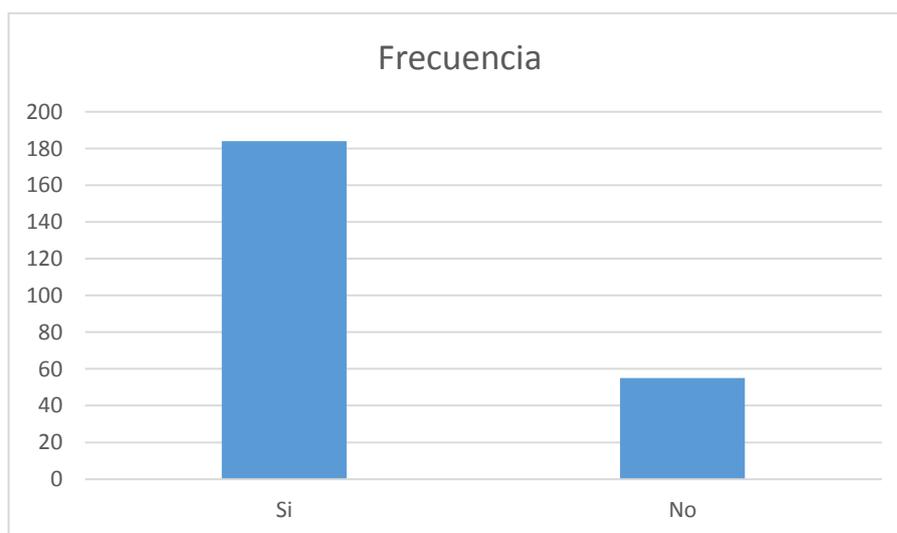
Tabla 2: La planta procesadora de cacao generará mayores oportunidades.

Opciones	Frecuencia	porcentaje
Si	184	77 %
No	55	23 %
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 8: La planta procesadora de cacao generará mayores oportunidades.



Fuente: Tabla N° 02

Elaborado por: Autora

En las encuestas realizadas a los productores de cacao el 77% consideran que con la implementación de una planta procesadora de cacao para la obtención de pasta habrá más oportunidades y se aprovechara la capacidad altamente productiva de la zona y contribuirá de manera favorable al desarrollo económico del Recinto, aunque el 23 % no consideran que existir mayores oportunidades debido a la poca visión que posee cierto grupo el sector.

2 ¿dentro de los derivados de cacao, cual considera usted que generaría mayor rentabilidad al momento de la comercialización?

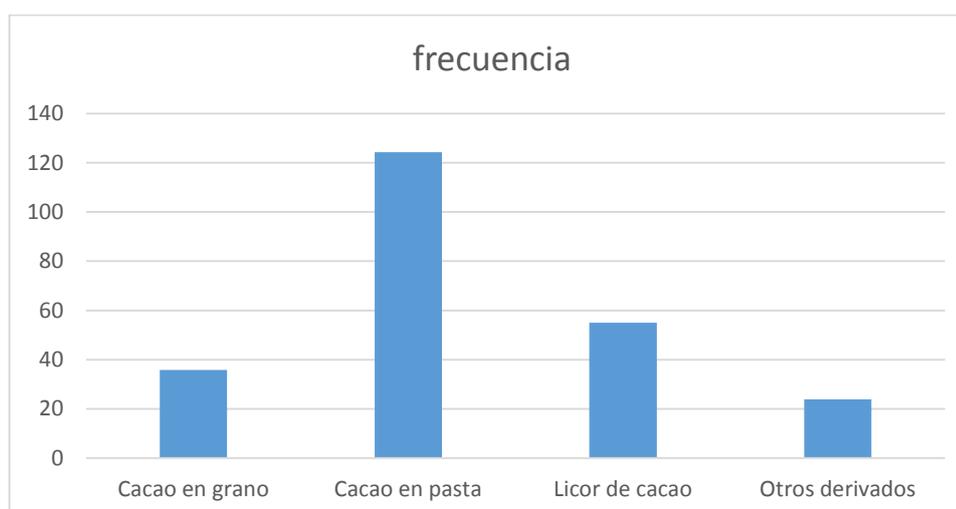
Tabla 3: Derivados del cacao que generaría mayor rentabilidad.

Opciones	frecuencia	porcentaje
Cacao en grano	36	15%
Cacao en pasta	124	52%
Licor de cacao	55	23%
Otros derivados	24	10%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 9: Derivados del cacao que generaría mayor rentabilidad.



Fuente: Tabla Nª 03

Elaborado por: Autora

Como resultado de las encuestas realizadas, se obtiene como resultado que en un 52% los productores de cacao consideran que procesar cacao en pasta sería más rentable para su comercialización, seguido del licor de cacao con un 23% del total de los encuestados. Y en un pequeño porcentaje consideran que vender cacao en grano es rentable. Por lo que la mejor opción es comercializar cacao en pasta.

3. ¿De los siguientes procesos de comercialización del cacao cual considera usted que generaría mayores ingresos?

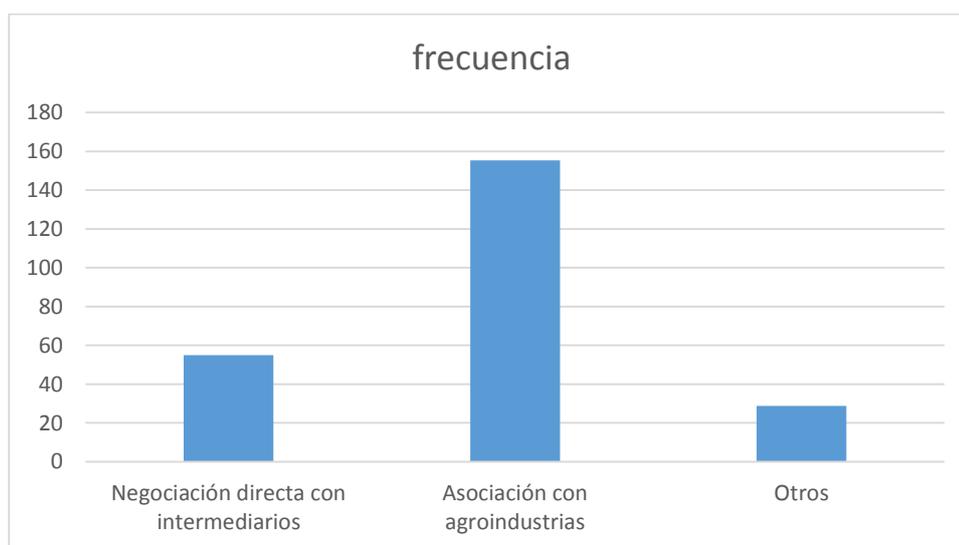
Tabla 4: Procesos de comercialización del cacao que generarían mayores ingresos

opciones	frecuencia	porcentaje
Negociación directa con intermediarios	55	23%
Asociación con agroindustrias	155	65%
Otros	29	12%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 10: Procesos de venta del cacao que generarían más ingresos



Fuente: Tabla N° 04

Elaborado por: Autora.

El 65% de los encuestados están dispuestos a vender su producto a empresas agroindustriales en caso de existir, debido al beneficio tanto en el precio como en servicio, el 23 % optarían por vender su producto a comerciantes intermediarios por vínculos existentes entre ellos y el 12 % manifiestan que venderían su producto a comerciantes ajenos a los planteados en la encuesta.

4. ¿Cuáles son los medios que usted usa para trasladar su producción hasta las distintas casas comerciales?

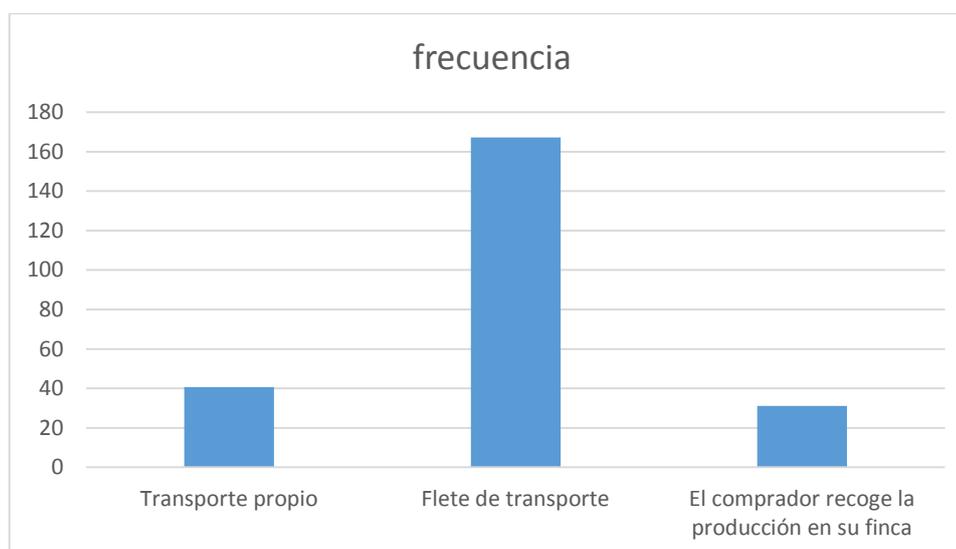
Tabla 5: Medios para trasladar la producción hasta las casas comerciales.

opciones	frecuencia	porcentaje
Transporte propio	41	17%
Flete de transporte	167	70%
El comprador recoge la producción en su finca	31	13%
total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 11: Medios para trasladar la producción hasta las casas comerciales.



Fuente: Tabla N° 05

Elaborado por: Autora.

La mayoría de los productores de cacao (70%) solicitan el servicio de terceros para llevar su producto hasta el destino de su comercialización, lo cual genera más gastos, el 17 % de productores cuentan con transporte propio y un pequeño grupo de productores específicamente el 13% de los encuestados manifiestan que los comerciantes acuden hacia sus fincas a comprar el cacao.

5. ¿Usted recibe asistencia técnica especializada para el cultivo del cacao?

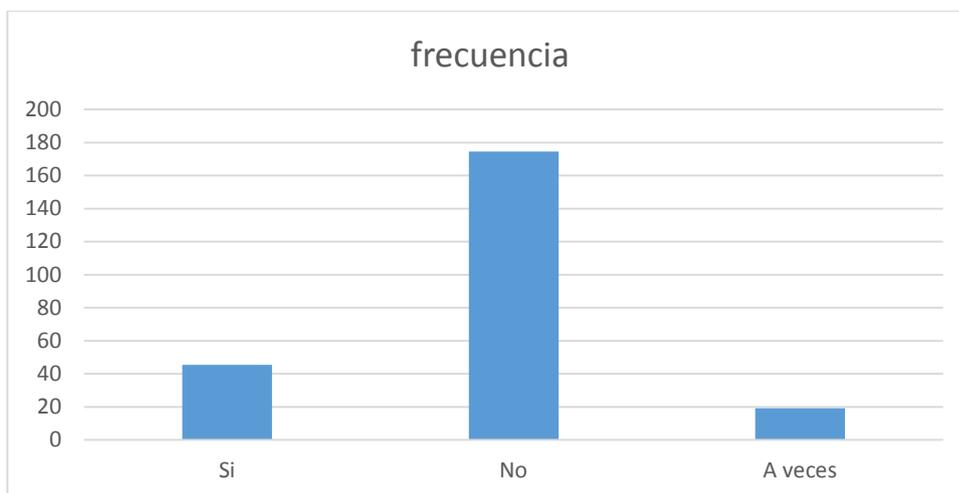
Tabla 6: Recibe asistencia técnica especializada para el cultivo del cacao

opciones	frecuencia	porcentaje
Si	46	19%
No	174	73%
A veces	19	8%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 12: recibe asistencia técnica especializada para el cultivo del cacao



Fuente: Tabla N° 06

Elaborado por: Autora.

En las encuestas realizadas se obtiene como resultado que el 73% de los productores de cacao no cuentan con asistencia técnica, debido al alto nivel de inversión que implica contratar técnicos especializados en la producción de cacao, mientras que el 19% de los cacaoteros si deciden invertir en asistencia técnica para su plantación lo cual se ve reflejado en sus ganancias.

6. ¿Cuántos quintales de cacao usted cosecha por cuadra sin la asistencia técnica especializada, cada quince días?

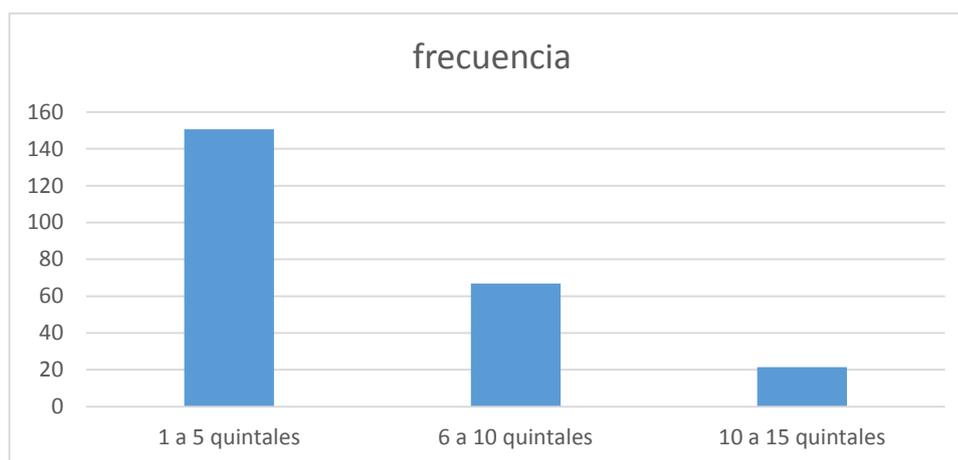
Tabla 7: Quintales de cacao que cosecha por cuadra.

opciones	frecuencia	porcentaje
1 a 5 quintales	150	63%
6 a 10 quintales	67	28%
10 a 15 quintales	22	9%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 13: Quintales de cacao que cosecha por cuadra.



Fuente: Tabla Nª 07

Elaborado por: Autora.

El 63% de los productores de cacao encuestados, manifiestan que por cada cuadra y sin asistencia técnica cosechan de uno a cinco quintales cada quince días, lo que no es rentable para los agricultores debido al costo que se origina por su producción y mantenimiento, el 28% según las encuestas cosechan de 6 a 10 quintales por cuadra y tan solo el 9% cosecha de 7 quintales en adelante los mismos que cuentan con asistencia técnica.

7. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que incide en el bajo nivel de la producción del cacao?

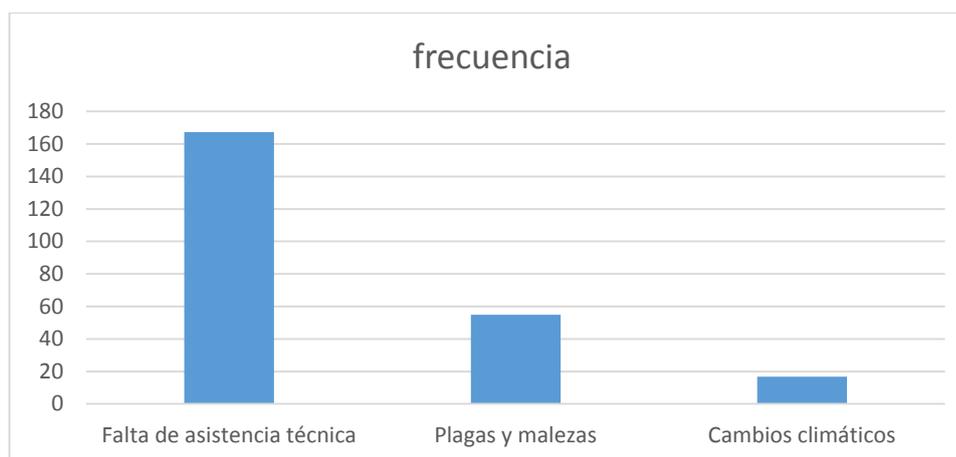
Tabla 8: Factores que incide en el bajo nivel de la producción del cacao

opciones	frecuencia	porcentaje
Falta de asistencia técnica	167	70%
Plagas y malezas	55	23%
Cambios climáticos	17	7%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 14: Factores que incide en el bajo nivel de la producción del cacao.



Fuente: Tabla N° 08

Elaborado por: Autora.

El 70% de los productores cacaoteros encuestados manifiestan que la baja producción de cacao se debe a la ausencia de asistencia técnica en su producción por lo que no existe buenos resultados económicos, mientras que el 23 % de los productos mencionan la baja producción se debe a la presencia de plagas y malezas en sus plantaciones lo que no permiten un desarrollo de la planta de cacao, por último el 7% manifiesta que se debe a los cambios climáticos que se presenta en la zona.

8. ¿Según su criterio, en qué grado de desarrollo agroindustrial se encuentra el recinto Matilde Ester?

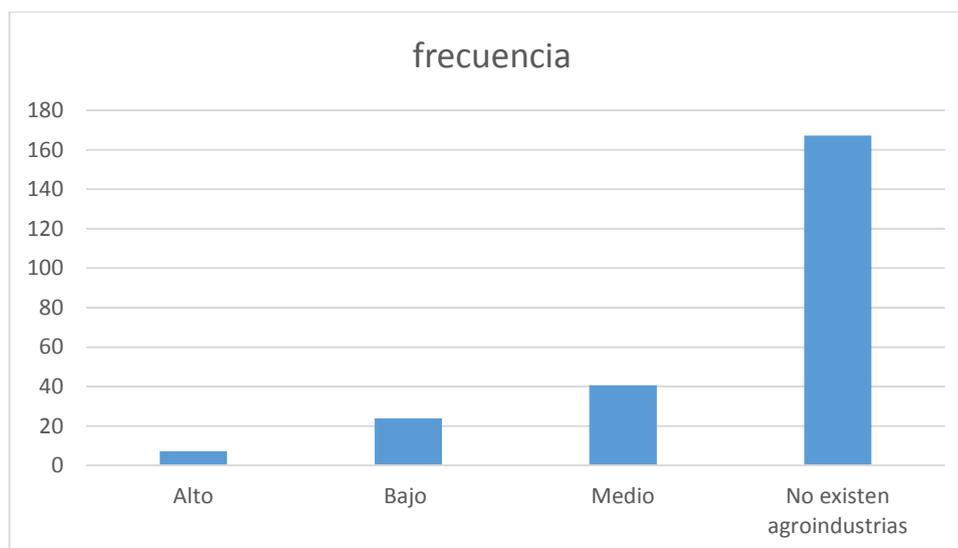
Tabla 9: Grado de desarrollo agroindustrial del Recinto Matilde Ester

Opciones	frecuencia	porcentaje
Alto	7	3%
Bajo	24	10%
Medio	41	17%
No existen agroindustrias	167	70%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 15: Grado de desarrollo agroindustrial del Recinto Matilde Ester



Fuente: Tabla N° 09

Elaborado por: Autora.

En el sector de Matilde Ester según la encuesta realizada a los productores de cacao, la mayoría (70%) menciona que no existen agroindustrias que realicen un procesamiento de cacao, mientras que el 17 % manifiesta que el recinto esta agro industrializado en un nivel medio, y el 10% menciona que está en un nivel bajo de agro industrialización su recinto.

9. De ser factible el proyecto, considera que el índice de desempleo:

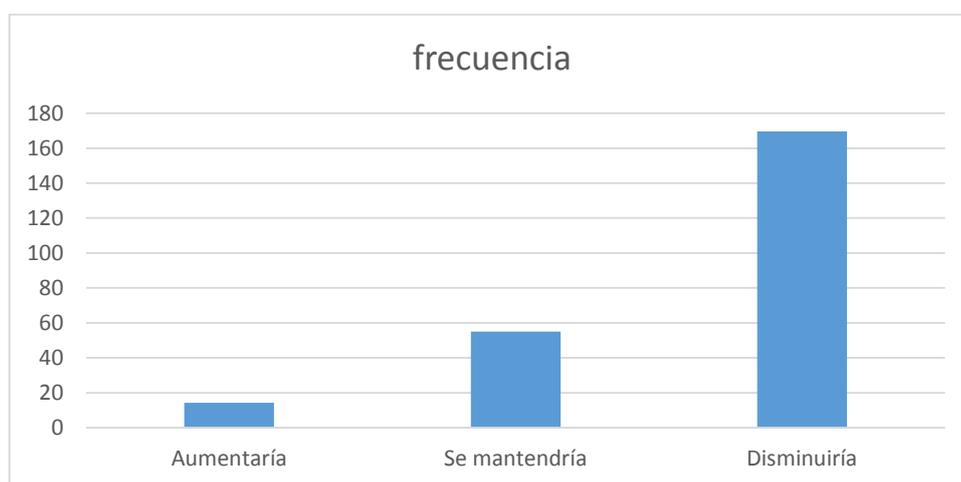
Tabla 10: Efectos en el desempleo con el proyecto.

opciones	frecuencia	porcentaje
Aumentaría	14	6%
Se mantendría	55	23%
Disminuiría	170	71%
Total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 16: Efectos del proyecto en el desempleo.



Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: Autora.

El 71% de los encuestados indican que la existencia de una agroindustria en el sector ayudaría a disminuir el desempleo que existe en el mismo, el 23% creen que el índice de desempleo no sufriría cambios con la presencia de una agroindustria.

10. ¿Qué nivel de importancia le daría usted al estudio del impacto ambiental, previo a la instalación de la planta procesadora de cacao?

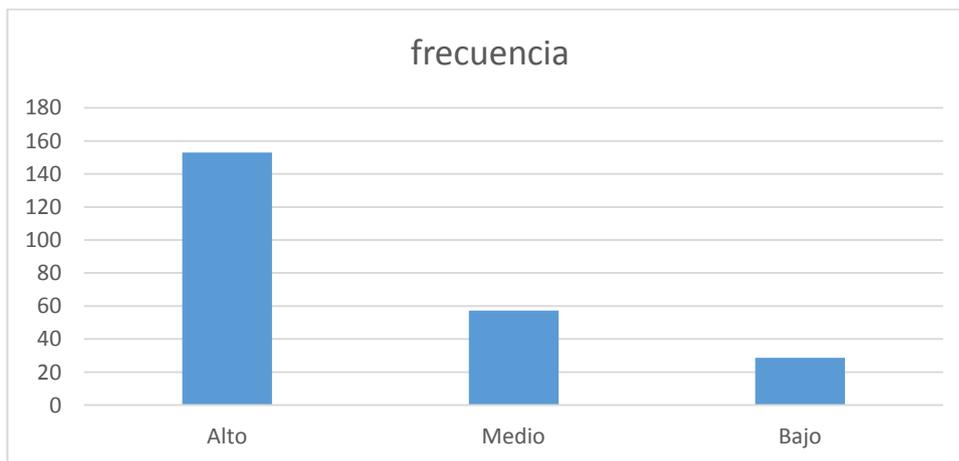
Tabla 11: Nivel de importancia al impacto ambiental del proyecto.

opciones	frecuencia	porcentaje
Alto	153	64%
Medio	57	24%
Bajo	29	12%
total	239	100%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Gráfico 17: Nivel de importancia del impacto ambiental del proyecto.



Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: Autora.

El 64% de los productores de cacao del Recinto Matilde Ester, mencionan a través de las encuestas que es importante salvaguardar el medio ambiente y no ocasionar daños con la presencia de una agroindustria, pero existe un grupo minoritario (24%) de los productores que mencionan que no es importante el tema medioambiental.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.

4.1 TEMA:

Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en el Recinto Matilde Ester del Sector San José, Provincia de Bolívar.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA.

4.2.1 Perfil del proyecto.

4.2.1.1 Datos Generales del Proyecto.

Nombre del proyecto.

Estudio de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de pasta de cacao En el recinto Matilde Ester de la Provincia de Bolívar.

Objetivos del proyecto

Determinar la factibilidad del proyecto para la implementación de una planta procesadora de cacao en pasta, en el recinto Matilde Ester de la Provincia de Bolívar.

Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del que tendrá el producto.
- Analizar los estudios de viabilidad técnica, para definir equipos, insumos talento humano, maquinaria necesaria para el proceso productivo.
- Desarrollar un estudio administrativo legal y organizativo, con el fin de definir el modelo de gestión de la planta procesadora de cacao.

Entidad ejecutora.

El equipo de trabajo encargado para la ejecución del proyecto estará a cargo de los socios del proyecto, mismo que realizarán la industrialización del producto.

Cobertura y localización.

La industria se encuentra ubicada en el recinto Matilde Ester De la provincia de Bolívar y la cobertura será a nivel local en la compra de materia prima principal como es el cacao, para luego su comercialización sea a nivel local y nacional.

El proyecto se ejecutará en el Recinto Matilde Ester debido a que en el lugar mencionado se produce el cacao el cual será utilizado como materia prima principal.

Imagen 5: Recinto Matilde Ester



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Autora

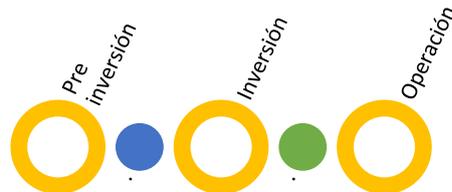
Población beneficiaria del proyecto.

La población que se beneficiará del proyecto es de 8000 habitantes del recinto Matilde Ester los mismo que se dedican a la producción de cacao, pero además existirá beneficiarios indirectos producto de la implementación de la planta procesadora de cacao como los trabajadores de la planta.

Plazo de ejecución.

Este proyecto está estimado para que se lleve a cabo en seis meses, conforme a las etapas de ejecución del proyecto.

Gráfico 18: Etapas de la ejecución del proyecto.



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: autora

Monto. La inversión total para la instalación y operación de la nueva planta procesadora de cacao se estima en \$400.000 aproximadamente.

Financiamiento.

Se lo realizara mediante el aporte de los socios mismos que disponen de un gran poder adquisitivo al ser hacendado de la provincia. Pero también se realizara un préstamo bancario.

Sector y tipo del proyecto.

Producción.- porque transformara la materia prima en productos terminados que posteriormente se convierte en producto intermediario, como en este caso la pasta de cacao

Económica: el tipo de proyecto es económico porque está enfocado en obtener fines lucrativos, que nos generen rentabilidad y crecimiento del capital.

4.2.2 Diagnóstico del problema.

Descripción de la situación actual de área de intervención del proyecto.

El recinto Matilde Ester es gran productor de cacao, mismo que es comercializado ya sea en seco o baba a un precio bajo debido a la no tecnificación en su producción, algunos productores trabajan de manera empírica sin la utilización de las herramientas e insumos necesarias para obtener un producto de calidad. Esto conlleva a que los agricultores no sean competitivos en el mercado.

Tabla 12: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Clima adecuado para la producción• Los terrenos son adecuados para la producción de cacao.• Bajos niveles de plagas y malezas que afecten a la producción.	<ul style="list-style-type: none">• Disponibilidad de materia Prima• El cacao de aroma fina posee una gran aceptación en el mercado nacional e internacional.• El cacao es considerado como la pepa de oro y se exporta en grandes cantidades.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• No existe asistencia técnica.• falta de tecnología e insumos en la producción.• no existe capacitación a los productores.	<ul style="list-style-type: none">• Producción de cacao de calidad en otros sectores del país.• Elevados precios en los insumos y materiales agrícolas• Crisis económica nacional.

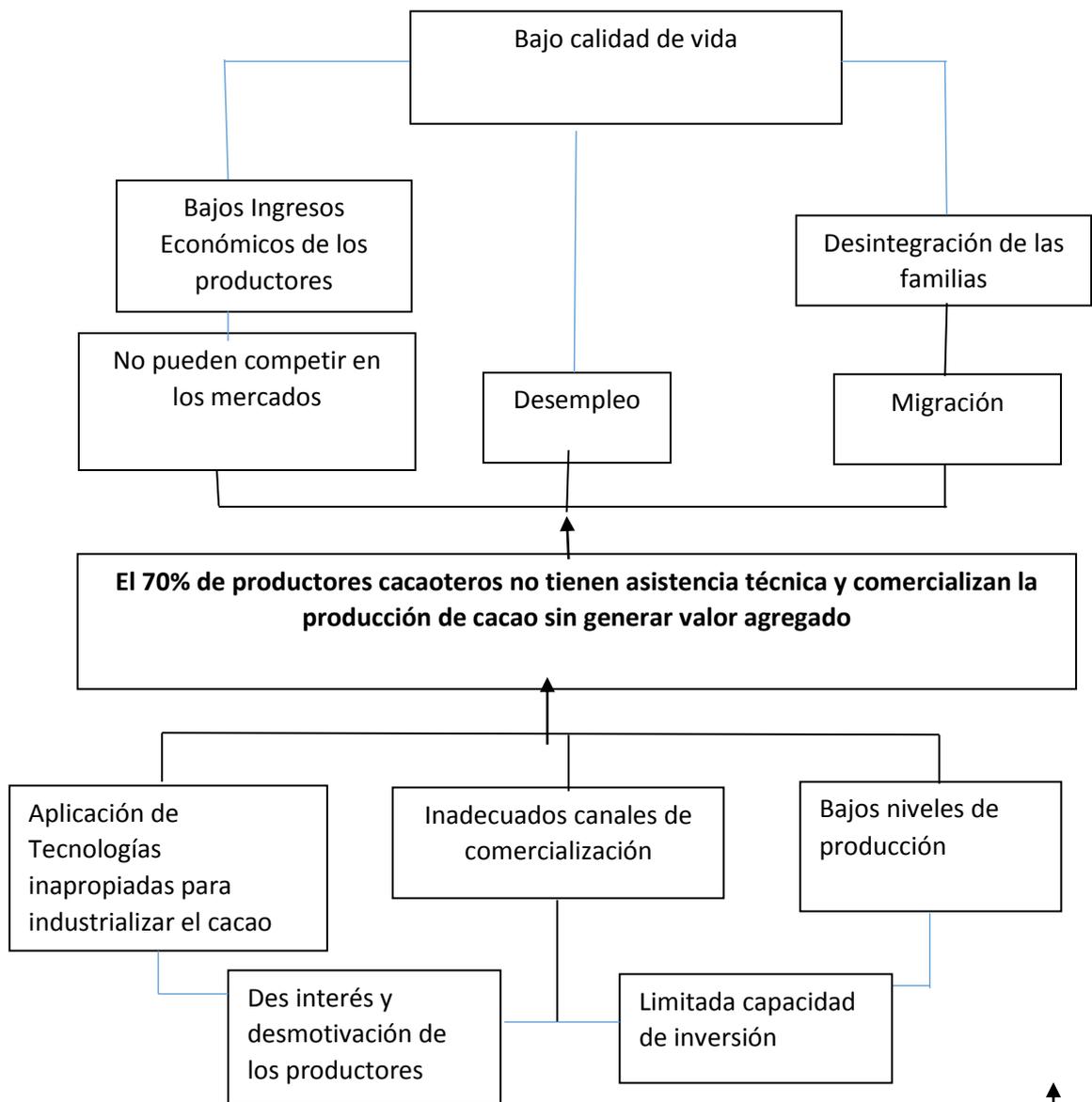
Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Identificación. Descripción y diagnóstico del problema

El principal problema de los productores de cacao del Recinto, es que no poseen asistencia técnica profesional, no utilizan los insumos y materiales adecuados en la producción y no generan valor agregado en el producto por lo cual no son competitivos en el mercado.

Árbol de Problemas.



4.2.3 Estudio de mercado.

4.2.3.1 Objetivos del estudio de mercado.

Objetivo general.

Realizar un análisis del mercado que permita determinar la demanda y oferta del producto, así como el análisis del precio y canales de distribución para el montaje de una planta procesadora de cacao en pasta pura en el recinto Matilde ester de la Provincia de Bolívar.

Objetivos específicos.

- Establecer los usos, condiciones y especificaciones del producto.
- Determinar la demanda potencial
- Cuantificar la oferta
- Determinar los posibles clientes potenciales.

4.2.3.2 Descripción del producto.

El producto.

El producto a ofrecer, es la pasta de cacao, que es el resultante del tostado, la molienda y el refinado del cacao previamente seleccionado, tras haberlo limpiado, secado y descascarillado. Del control de calidad en el peso, dependerá que se obtenga un producto de calidad 100% puro, sin la adición de aditivos.

El producto será destinado para los usos más frecuentes como chocolates, confitería, heladería y galletería.

La pasta de cacao estará destinada al mercado nacional, para los usos anteriormente mencionados.

Tabla 13: Valor nutricional del cacao.

Componentes	Porcentajes
Grasas	15%
Carbohidratos	17%
Proteínas	11%
Compuestos tánicos	7%
Cenizas	3.5%
Ácidos orgánicos	2.5%
Humedad	2%
Cafeína	2%

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.3.3 Demanda.

Las empresas que conforman la industria chocolatera y que consumen la pasta de cacao, en su mayoría se ubican en la provincia de Pichincha y la provincia del Guayas, en el Guayas por ser la zona donde se encuentran la mayoría de productores de cacao en grano. Estas empresas se dedican a la producción de chocolates, por lo que su preferencia es comprar pasta de cacao en presentaciones de granel resaltando que no cuentan con suficiente cantidad de producto para satisfacer la demanda actual, ya que todo cacao fino de aroma que se procesa se vende a los mejores precios.

Estimación de la demanda.

En el Ecuador todo el cacao y sus derivados que se producen se venden, la pasta de cacao es esencial para la producción del chocolate gourmet. Nuestro país es el primer exportador del mundo, esta realidad motiva al gobierno a apostar por el sector productor de cacao en grano para que retome el sitio de privilegio de ser el principal generador de divisas apoyando al sector agrícola e industrial.

A continuación se detalla las empresas con el consumo mensual de pasta de cacao, información que será utilizada para obtener la demanda insatisfecha.

Tabla 14: Empresas que demandan pasta de cacao.

N ^o .	NOMBRE EMPRESA	UBICACIÓN	CONSUMO TM /MES	CONSUMO TM/ANUAL
1	Productos Adams	Quito	15,1	181,2
2	Nestlé	Quito	78,2	938,4
3	Comercializadora AgroCotopaxi	Quito	25,6	307,2
4	Intertransacciones Consol	Quito	42,10	505,2
5	Ind. Chocolates SA	Guayaquil	35,20	422,4
6	Industrial Hispanoamericana	Guayaquil	27,5	330
7	Nutrexpa Ecuador	Quito	17,2	206,4
8	Gremino SA	Guayaquil	3,2	38,4

9	Alexport SA	Guayaquil	1,4	16,8
10	Falconi – Coloma	Cuenca	1,3	15,6
11	Ind. Agroinsa SA	Guayaquil	1,7	20,4
12	Chocolate Artesanal	Sto Domingo	1,6	19,2
13	Gustaff	Sto Domingo	1,2	14,4
14	Transmar	Sto Domingo	3,4	40,8
15	Agroreco SA	Guayas	3,4	40,8
16	Carlos Eduardo Moreno FRYDECO	Ambato	2,2	26,4
17	Chocofi Cia. Ltda.	Quito	2,4	28,8
18	Ferrero del Ecuador SA	Quito	44,8	537,6
19	Intertrac Cia. Ltda.	Quito	27,7	332,4
20	La Universal SA	Guayas	32,4	388,8
TOTAL TONELADAS METRICAS			367,6	4411,2

Fuente: (Anecacao, 2015)

Elaborado por: autora

Proyección de la demanda.

En la tabla anterior se determina que la demanda actual es de 4411,20 toneladas métricas anuales.

Para establecer la proyección de la demanda se utilizara el método de mínimos cuadrados, considerando cual es la adquisición anual de cada empresa y el lugar donde se encuentran ubicadas, resaltando el mayor consumo en las empresa de Nestlé: 938,4 TM; Ferrero del Ecuador. 537,6TM, Intertrac: 505,2TM; Ind Chocolates SA: 422,4TM; La Universal: 388,8

Tomando como base la información de consumo anual de pasta de cacao de las empresas, procedemos al cálculo utilizando el método de mínimos cuadrados. A continuación el detalle:

Tabla 15: proyección de la demanda.

Año	periodo (x)	demanda (Y)	X ²	X.Y
2006	1	2594	1	2594
2007	2	2647	4	5294
2008	3	2701	9	8103
2009	4	2756	16	11024
2010	5	2813	25	14065
2011	6	2870	36	17220
2012	7	2929	49	20503
2013	8	3388	64	27104
2014	9	3549	81	31941
2015	10	4411	100	44110
	55	30658	385	181958

Fuente: Investigación Realizada.

Elaborado por: Autora

Con los resultados obtenidos del cálculo de los mínimos cuadrados, procedemos al desarrollo de la ecuación para la proyección de la demanda. El detalle a continuación:

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(11.803.873) - (10.008.084)}{(3.850) - (3.025)}$$

$$a = \frac{1.795.789}{825}$$

$$a = 2.177$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{(1.819.652) - 1.686.268}{(3.850) - (3.025)}$$

$$b = \frac{133.384}{825}$$

$$b = 162$$

Con la información se procede al cálculo de la demanda para cinco periodos.

Tabla 16: Proyección de la demanda para cinco años.

Año	periodo (X)	a	b	proyección demanda
2016	11	2177	162	3959
2017	12	2177	162	4121
2018	13	2177	162	4283
2019	14	2177	162	4445
2020	15	2177	162	4607

Fuente: Investigación Realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.3.4 Oferta

Se busca determinar el comportamiento de la oferta, los volúmenes en toneladas que ofrecen las empresas productoras de pasta de cacao, determinando los posibles competidores, el abastecimiento actual y la distribución de las distintas empresa.

La oferta es la cantidad o volúmenes de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores está dispuesto a poner a disposición del mercado, depende directamente de la relación precio/costo a un precio determinado, esto es, que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta

Puede mantenerse en el mercado; cuando el precio es menor, la permanencia de la oferta es dudosa, ya que económicamente no puede justificarse.

Estimación de la oferta.

En el recinto Matilde Ester (zona de influencia del proyecto) y de manera general en la provincia de Bolívar a pesar de que existe una buena producción de cacao, solo existe dos empresas que realizan pasta de cacao, ya que todos los productores venden la fruta a intermediarios, quienes obtienen el mayor beneficio, ya sea por venta local o exportación. De ahí nace la idea del presente proyecto, que busca extender el proceso

agrícola del cacao hasta la producción de pasta de cacao, generando valor agregado y nuevas plazas de trabajo a la comunidad.

Debido a que en la zona donde se ha planificado ubicar el proyecto, existen solo dos productores de pasta de cacao, se ha buscado información de productores a nivel nacional, con el propósito de identificar a nuestra competencia.

Tabla 17: Empresas que ofertan pasta en cacao en el Ecuador.

N^a	Empresas que ofertan pasta de cacao	lugar	Producción TM/mes	Producción TM/año
1	Salinerito	Bolívar	24,9	298,8
2	grupo Nobis: Hcda san Rafael	Naranjito	17,6	211,2
3	Chocolates pepa de oro	Bolívar	14,7	176,4
4	Cafiesa	Los ríos	13,4	160,8
5	Cofina SA	Manabí	13,2	158,4
6	Industria Manabita de cocoa	Manabí	12,3	147,6
7	Pongarvel SA	Babahoyo	10,8	129,6
8	Inarecreom cacao SA	Los ríos	10,3	123,6
9	Grupo Maspons	Guayaquil	7,9	94,8
10	Grupo Quirola	Guayaquil	6,8	81,6
11	Unocace	Guayaquil	6,7	80,4
12	hacienda La chola	Guayaquil	5,4	64,8
13	Olam Outspan del Ecuador	Vía a Daule	5,2	62,4
	TOTAL		149,2	1790,4

Fuente: (Anecacao, 2015)

Elaborado por: autora

Proyección de la oferta.

En la tabla anterior se observa las empresas que ofertan pasta de cacao en el país, dando un total anual de producción de 1790 toneladas métricas. Para calcular la proyección de la oferta se utiliza el método de mínimos cuadrados.

Tabla 18: Método de mínimos cuadrados.

Año	periodo (x)	demanda (Y)	X ²	X.Y
2006	1	1412	1	1412
2007	2	1210	4	2420
2008	3	1300	9	3900
2009	4	1430	16	5720
2010	5	1530	25	7650
2011	6	1320	36	7920
2012	7	1550	49	10850
2013	8	1680	64	13440
2014	9	1710	81	15390
2015	10	1790	100	17900
	55	14932	385	86602

Fuente: Investigación Realizada.

Elaborado por: Autora

Utilizando la formula correcta se continua con el proceso para la proyección de la oferta.

$$y = a + bx$$
$$a = \frac{\Sigma X^2 \Sigma Y - \Sigma X \Sigma XY}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$
$$a = \frac{(5.748.822) - (4.763.112)}{(3.850) - (3.025)}$$
$$a = \frac{985.710}{825}$$
$$a = 1.195$$
$$b = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$
$$b = \frac{(866.020) - (821.260)}{(3.850) - (3.025)}$$
$$b = \frac{44.760}{825}$$
$$b = 54$$

Con los datos obtenidos se proyecta la oferta para 5 periodos.

Tabla 19: Proyección de la oferta.

año	periodo (X)	a	b	proyección oferta
2016	11	1195	54	1789
2017	12	1195	54	1843
2018	13	1195	54	1897
2019	14	1195	54	1951
2020	15	1195	54	2005

Fuente: Investigación Realizada.

Elaborado por: Autora

Estimación de la demanda insatisfecha.

Se denomina demanda insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los futuros años.

De acuerdo a los estudios realizados por Ane cacao la demanda del cacao incrementara en el futuro debido a la gran aceptación que posee el cacao ecuatoriano en el mercado internacional, por lo cual la producción nacional incrementara.

Para determinar la demanda insatisfecha se resta los valores de la demanda proyectada con los valores de la oferta proyecta

Tabla 20: demanda insatisfecha.

año	demanda	oferta	demanda insatisfecha
2016	3959	1789	2170
2017	4121	1843	2278
2018	4283	1897	2386
2019	4445	1951	2494
2020	4607	2005	2602

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

De acuerdo a la información obtenida en la tabla, se observa que existe demanda insatisfecha en cada uno de los años proyectados y la misma ha ido incrementando en el tiempo lo cual generar oportunidades de mercado para nuevas empresas.

4.2.3.5 Fijación de precios.

La determinación del precio un aspecto importante en la elaboración del proyecto, para el cual se tomara en cuenta como base los costos de producción y gastos que se generan en la empresa, más el margen de utilidad que se establezca. Así mismo se analizara el precio de la pasta de cacao en el mercado el cual está en \$5,00 el kilo

Para establecer el precio del producto se considera dos elementos importantes.

Costos de producción tanto los directos como indirectos.

Gastos de administración.

Gastos de ventas

Gastos financieros

El margen de utilidad del producto

El propósito que busca el precio establecido es.

Cubrir los costos de la producción

Retornar la inversión realizada en largo plazo

Establecer un margen de utilidad suficiente como para la estabilidad en el tiempo de la empresa

Tabla 21: Determinación del precio del producto.

DESCRIPCION	VALOR
<i>COSTOS Y GASTOS</i>	
<i>costos directos de producción</i>	782817,00
<i>costos indirectos de producción</i>	135740,00
<i>gastos de administración</i>	49882,00
<i>gastos de ventas</i>	15888,00
<i>gastos financieros</i>	27000,00
<i>costo total</i>	1011327,00
<i>producción anual kg</i>	301,484
<i>costo de producción</i>	3,35
<i>Margen de utilidad (24%)</i>	0,80
<i>precio de venta unitario</i>	4,15

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Como mencionamos anteriormente el mercado registra un precio de venta de 5,00 el kilogramo de pasta de cacao. Mientras que considerando los costos de producción más un 24% de margen de utilidad que se ha establecido suma 4,15 el kg, lo cual significa que estamos abajo del precio promedio del mercado.

Considerando que es una empresa nueva, estratégicamente para lograr ingresar al mercado y captar mayor cantidad de clientes, se mantendrá el precio obtenido en base a los costos de producción, estableciendo un precio unitario de \$ 4,15 por kilogramo.

4.2.3.6 Comercialización del producto.

El producto que vamos a ofrecer es un producto intermediario por el cual la distribución es diferente a la de distribución de productos de consumo. La pasta de cacao es producto industrial que será utilizado para la fabricación de chocolate, pastelería y confitería

El canal de distribución es: empresa pasta de cacao - consumidores industriales

Empresa pasta de cacao – consumidores industriales: se ha elegido este canal de distribución ya que es el medio más corto y rápido para comercializar el producto, será la propia empresa la encargada de dar el servicio completo en cuanto a la distribución del producto y esto constituye una ventaja ya que se tendrá controlado al 100% la producción y comercialización del producto.



4.2.4 Plan de producción.

4.2.4.1 Características del producto.

- La pasta de cacao es de color café obtenida de la molienda del grano de cacao tostado
- Contiene toda la grasa y características organolépticas del cacao
- Es conocida también como pasta de chocolate, masa de cacao, licor de cacao o chocolate no edulcorado.
- El producto viene contenido en cajas de cartón, con una bolsa interna de polietileno que antes de ser colocada en el cartón debe estar amarrada con una amarra plástica
- El peso neto es de 30 kg en cada cartón.

4.2.4.2 Empaquetado y etiquetado.

En el etiquetado debemos considerar

- Nombre de la empresa
- Peso neto
- Fecha de elaboración
- Vencimiento y recomendaciones.

Imagen 6: Modelo de las cajas de cartón.



Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Descripción de la presentación del producto.

La pasta de cacao será elaborada con materia prima seleccionada, producida en el recinto Matilde Ester y sus alrededores, así mismo contara con personal capacitado y

altamente comprometido con la fábrica, para cumplir con los estándares de calidad exigidos por la reglamentación ecuatoriana al cliente, a través de la ficha técnica del producto.

Tabla 22: Descripción del producto pasta de cacao.

Descripción del producto pasta de cacao	
Nombre específico del producto	Pasta de cacao
Descripción general del producto	Producto obtenido de la molienda el grano de cacao, previamente seleccionadas, descascaradas y tostadas, sin añadir aditivos
Uso industrial	Elaboración de chocolates, confitería, pastelería
Composición/ingredientes	Cacao
Presentación	Caja de cartón de 30 kg
Condiciones de conservación y almacenamiento	Conservar en lugar seco y fresco, evitar la exposición directa al sol o cualquier otra fuente de calor y es recomendable tener a 18 °C
Periodo de vida útil	Bajo las condiciones y especificaciones establecidas 12 meses.

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 23: Características del empaque y embalaje

Empaque	Tipo	material	capacidad	Proveedor
Envase primario	Funda	Funda de polietileno natural de baja densidad impresa de sello lateral, fabricada con una película mono extruida	30 kg	PLASTLIT Plásticos del litoral
Envase secundario	Caja de embalaje	Cartón corrugado	40 kg	Corrugadora nacional CRANSA SA
	Amarra	Material plástico	–	COELEC
	Suncho	Material plástico	–	COELEC
	Etiqueta adhesiva	Material impermeable	–	COELEC

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.4.3 Proceso de fabricación de la pasta de cacao.

De acuerdo con la norma ecuatoriana NTE INEN 176, la materia prima debe constituir granos de cacao que tengan 7,5% de humedad.

Para cumplir con los objetivos de calidad la materia prima debe cumplir con parámetros que serán revisados en la recepción de la materia prima y es que el grano debe estar bien fermentado.

Imagen 7: Descripción del grano de cacao



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: autora

Par la obtención de la pasta de cacao se debe cumplir con el siguiente proceso o etapas

Secado.

El secado del grano de cacao puede hacerse de forma natural o artificial, en este caso, el proyecto considera la compra de materia prima seca y en caso de adquirir cacao en baba se lo secura de forma artificial. Generalmente el tiempo de secado solar puede durar semanas dependiendo de las condiciones climáticas. De acuerdo a la norma técnica ecuatoriana NTE INEN 176 cualquiera que sea el método el cacao deberá llegar a una humedad final de 7,5%, esto impedirá el crecimiento de microorganismos, en especial mohos durante el almacenamiento.

Limpieza.

La mayoría de veces el cacao llega con materias extrañas como: arena, madera, piedras, malezas, insectos, etc., para lo cual es necesario realiza la limpieza de impurezas. Para este proceso se utiliza un pequeño equipo con zarandas y tamices de diferentes tamaños, provisto de un motor para agitar las zarandas con este equipo sale limpio por un lado y las impurezas por otro lado. Pero además, cabe recalcar que la cantidad de meterías extrañas con que viene el cacao depende en gran medida de cómo se realice el secado, por lo general los cacaos secados en tendales son lo que presentan mayor cantidad de impurezas que los secados en camillas.

Tostado.

El proceso de tostado es una de las etapas más importantes del proceso ya que facilita la remoción de la cascarilla, así como la eliminación de compuestos aromáticos indeseados.

El tostado se lo realizara con aire caliente debido a que es la mejor opción y más económica. La temperatura en este proceso es de 150 °C, pero el tiempo y la temperatura del proceso dependerán del porcentaje de humedad con que ingrese el cacao al proceso.

En el tostado se desabolla el aroma característico del cacao, se lo realiza en hornos, tiestos o pailas, dependiendo de la disponibilidad que se tenga. Durante el tostado se debe controlar el fuego (temperatura) para evitar que el grano de cacao se queme, además se debe remover constantemente los granos para lograr un tostado uniforme, cuando la cascarilla del grano empieza a desprenderse indica que el tostado está listo.

Descascarado del grano.

Una vez que el grano ha sido tostado, se deberá descascarar inmediatamente mientras este caliente, para facilitar la remoción de las cubiertas. Para este proceso se utiliza un equipo rompedor de grano que por lo general está provisto de una turbina central que por fuerza centrífuga tira los granos contra placas metálicas fijadas en la pared del

cilindro donde se rompen. El cacao quebrado junto con su cascara cae sobre una zaranda inclinada, y por medio de un flujo de aire es separada la cascara del cacao

Molienda del grano de cacao.

Se muelen los granos hasta alcanzar una finura de un 99%. Aquí se separa la manteca de cacao que por elevación de la temperatura se funde, en este proceso el grano se muele para transformarlo en pasta de cacao. Por lo general se utiliza molinos de pistones que muelen los granos hasta alcanzar una finura aproximada del 90%, lo cual significa que el producto es todavía grueso y se deberá reducir en una segunda molienda

La función de la segunda molienda es el aumento de la finura de la pasta hasta que llegue aproximadamente al 99%. Para este proceso son muy comunes los molinos de bolas. Estos molinos tienen un cuerpo de trituración que gira y este relleno con bolas o cilindros trituradores. La temperatura que alcanza la pasta esta entre el 65 y 70 °C.

Una vez molido el grano se le da forma de masa, es decir se hace las pastas, con las manos. Es importante que estas tengan una apariencia y presentación de manera que sean uniformes en peso y forma, para ello se debe utilizar moldes en función de la presentación establecida

Enfriamiento.

Una vez que se cumple el proceso de molienda, el producto en proceso, se deja enfriar al ambiente para que se solidifique, de ser posible y para facilitar esta operación es recomendable hacer el trabajo en horas en el cual la temperatura del ambiente no sea alta.

Empaque.

En esta etapa se procede a colocar el producto terminado en una funda de polietileno, misma que es asegurada con una amarra plástica y empacada en cartones hasta completar 30 kg en su contenido. Este proceso asegura al producto u protección de

agentes externos que pueden alterar sus características y pueda resistir condiciones de manejo, almacenamiento y transporte

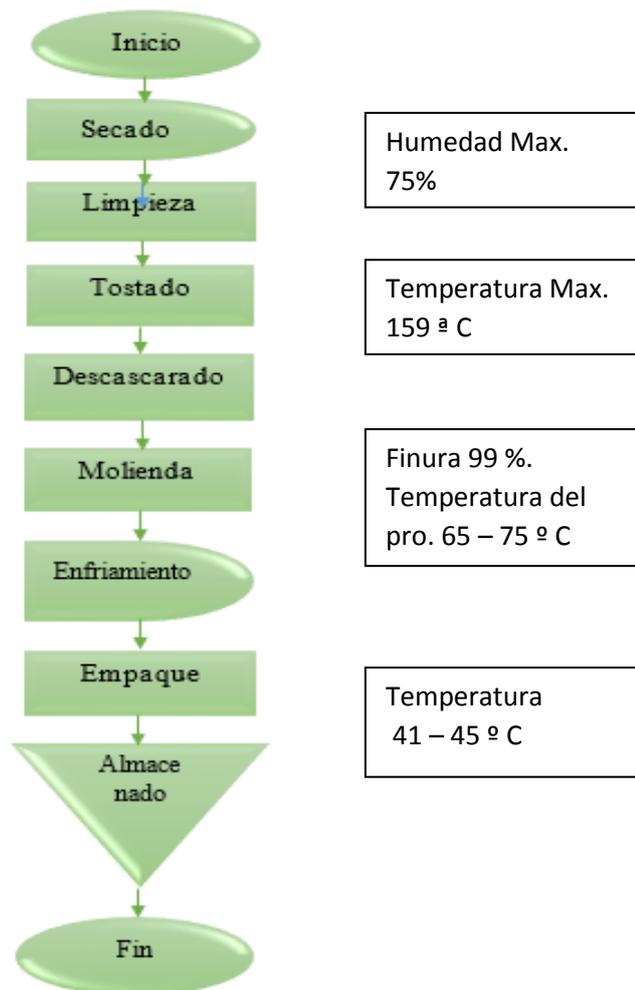
Almacenamiento.

Una vez empacado la pasta de cacao se procede al respectivo almacenamiento para su posterior venta, cumpliendo los requerimientos correspondientes.

Diagrama de flujo del proceso

En el siguiente diagrama de flujo se representara el proceso de elaboración de pasta de cacao

Gráfico 19: diagrama de flujo de producción.



Capacidad de producción de acuerdo a la disponibilidad de materia prima.

La planta procesadora de cacao, al ser ubicada en el recinto Matilde Ester contara con suficiente materia prima para la elaboración de la pasta de cacao, en el lugar la mayoría de los residentes se dedican al cultivo de cacao y con una producción de cerca de 1 millón de dólares semanales equivalente a 9000 quintales semanales (408 TM/semanal). Lo cual garantiza la existencia suficiente de materia prima.

Tabla 24: Materia Prima disponible en Matilde Ester

Mensual	Anual	U. de medida
36.000	432.000	q
1`636.363	19`636.356	Kg
1.633	19.596	TM

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Considerando que la transformación del grano de cacao a `pasta de cacao se obtiene un rendimiento de 78,69 %, por lo cual se concluye que mensualmente se tiene disponibilidad de materia prima para la siguiente cantidad de producción.

Tabla 25: Proyección de la producción de pasta de cacao de acuerdo a la disponibilidad de materia prima.

Resumen	P/ día	P/ mensual	P/ anual	Medida
Transformación de grano de cacao a pasta de cacao con un rendimiento de 78,69%	58.530	1`287.654	15`451.848	Kg
	58.4	1.285	15.420	TM

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.4.4 Capacidad de producción de la planta procesadora de cacao.

La capacidad de producción de la planta se estimó mediante los tiempos de producción de cada proceso en un día laboral descontando las horas perdidas por equipamiento, receso y limpieza durante 22 días al mes y 8 horas diarias laborables.

Tabla 26: Producción inicial de pasta de cacao.

Producción	P/día	P/mensual	P/anual	Unidad/ medida
PASTA DE	1141,985	25123,67	301484	Kilogramos
CACAO	1,14	25	301	TM

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: autora

Para la producción de 301 TM de pasta de cacao anual se requiere de 32 quintales diarios de cacao en grano, dando un total de 8448 quintales al año de cacao en grano

Características de la tecnología.

La tecnología a utilizar será la más adecuada que permita realizar el proceso de calidad y el proveedor será quien preste el servicio técnico y de mantenimiento.

4.2.4.5 Equipos y maquinarias.

En función de la capacidad de producción inicial de la planta procesadora de cacao, se determina los equipos y materiales que se requieren para el procesamiento del cacao, y a continuación se detallan los materiales y equipos.

Tabla 27: Maquinaria requerida en la planta procesadora de cacao.

EQUIPO	COSTO	CAPACIDAD
Tostador	30.464	235,8 kg/hora
descascarillador	19.152	235,8 kg/hora
Turbina de succión		
Molino de pines	27.216	235,8 kg/hora
molino de bolas	15.008	235,8 kg/hora
atemperador	3.472	235,8 kg/hora
Tanque de almacenamiento	7.504	230 m3
Herramientas y repuestos	2.688	NA
balanza	1.500	300 kg
total	107.004	

Fuente: proforma OGG metal electric

Elaborado por: autora

En maquinaria se incluye también los materiales, mismos que has sido seleccionado pensando en la posibilidad de incrementar la productividad en el futuro a corto plazo, considerando que la producción actual es de 32 quintales de cacao en grano diario.

Tomando en cuenta las especificaciones de la maquinaria, el consumo de energía eléctrica será la siguiente.

Tabla 28: tabla de consumo de energía eléctrica

Equipo /maquinaria	KW/H	Consumo anual
Tostador	6	12672
descascarillador	4	8448
molinos	10	21120
atemperador	4	8448
otros	2	4224

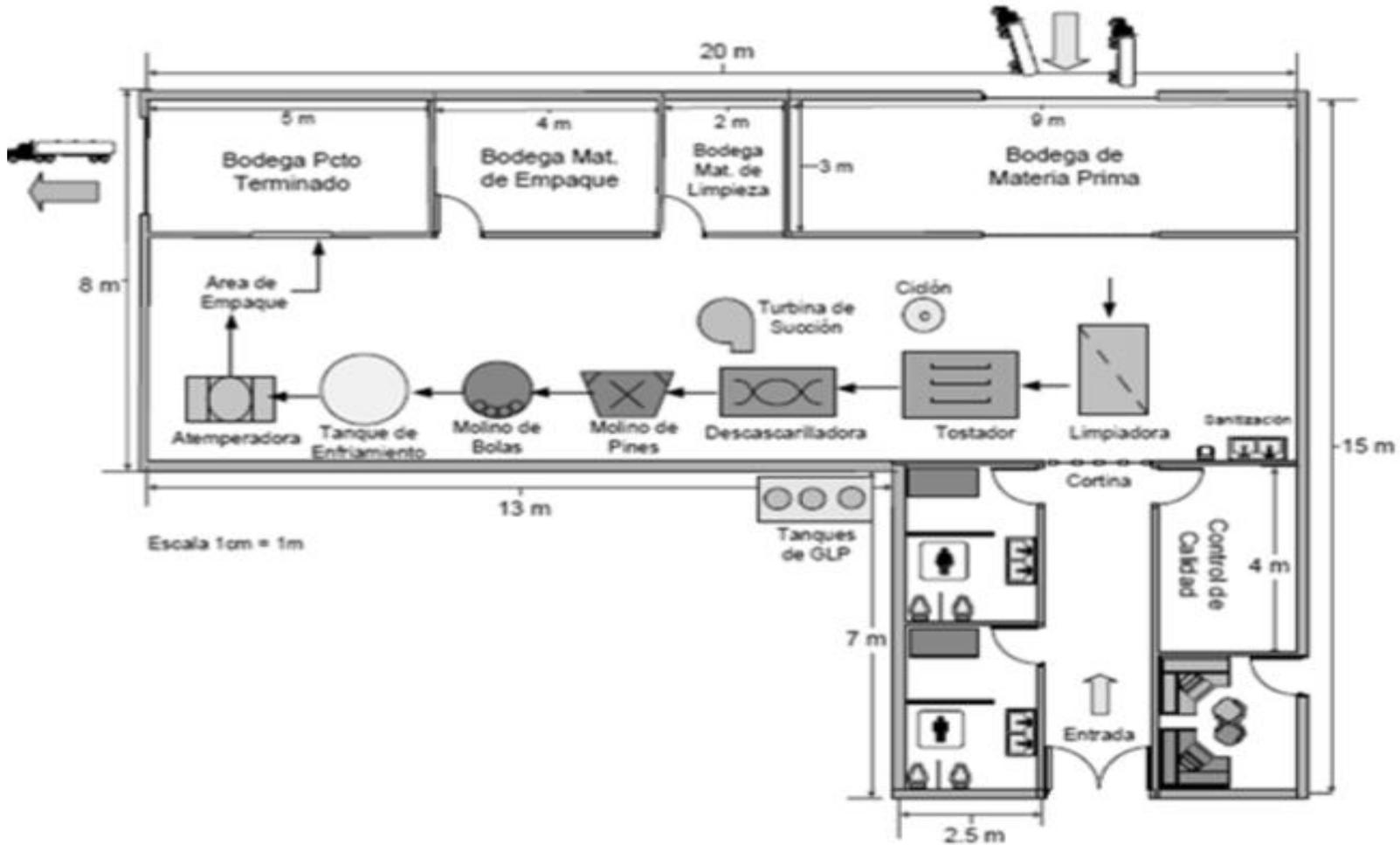
Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: autora

4.2.4.6 Distribución de planta.

La distribución de planta se la h realizado pensando en la disminución de tiempos en los procesos, evitando movimientos largos en las actividades de cada proceso y que tenga una secuencia en las operaciones de transformación del cacao. Así mismo buscando la comodidad y facilidad de operación de los trabajadores de la planta., reduciendo traslados y movimientos que pueden causar el cansancio físico del trabajador.

Gráfico 20: Distribución de planta



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: autora

4.2.5 Plan de marketing.

Nombre de la empresa. El nombre de la empresa se ha determinado considerando el lugar de ubicación de la planta procesadora

PLANTA PROCESADORA DE CACAO
“MATILDE ESTER”

Logotipo. La determinación del logotipo es importante y se lo ha determinado en función del producto y el dulce sabor del cacao.

Tabla 29: determinación del logotipo de la empresa.

Determinación del eslogan		
Enfoque	descripción	slogan
AL PRODUCTO	Considerando que el sabor del cacao es dulce y gusta a las personas, sea determinado el slogan en función del néctar dulce del cacao	“ El verdadero néctar del cacao ecuatoriano”

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: autora



PLANTA PROCESADORA DE CACAO

“MATILDE ESTER”

Es el verdadero néctar del cacao ecuatoriano.

4.2.5.1 Determinación de Misión y Visión.

La misión se determinó en función de los siguientes aspectos importantes, mismo que ayuden a establecer la razón de ser de la planta procesadora de cacao Matilde Ester.

Tabla 30: Determinación de la misión

DETERMINACION DE LA MISION		
Componentes	Redacción	Definición de la Misión
institución	Planta procesadora de cacao Matilde Ester	“Producir y comercializar pasta de cacao de calidad y a precios competitivos, cuyo propósito es satisfacer al mercado chocolatero nacional y el desarrollo económico de los productores de cacao, sus familias y la empresa”
Razón de ser	Venta de pasta de cacao	
clientes	Mercado nacional, chocolatería, confitería, heladerías	
Valores y filosófica	Compromiso, ética, responsabilidad, solidaridad, trabajo	

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Misión.

Producir y comercializar pasta de cacao de calidad y a precios competitivos, cuyo propósito es satisfacer al mercado chocolatero nacional y el desarrollo económico de los productores de cacao, sus familias y la empresa.

Tabla 31: Determinación de la visión.

DETERMINACION DE LA VISION		
Componentes	Redacción	Definición de la Visión
institución	Planta procesadora de cacao Matilde Ester	“ Ser una empresa líder en la producción y comercialización, con personal comprometido y capacitado, sostenido en las buenas prácticas de manufactura”
¿Qué es lo que queremos crear?	Personal comprometido, capacidad y motivado en beneficio de nuestros clientes	
¿Hacia dónde vamos?	Ser líderes en la producción y comercialización de pasta de cacao en el país	
Ámbito de acción	Recinto Matilde Ester	

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Valores organizacionales

- Honestidad.
- Espíritu de servicio
- Honestidad
- Lealtad
- Creatividad
- Responsabilidad
- Puntualidad

4.2.5.2 Marketing Mix.

El producto.

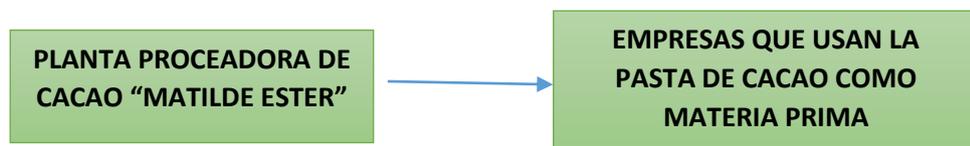
La pasta de cacao es el producto resultante del tostado, molienda y el refinado del cacao en grano tras haberlo limpiado, secado y descascarillado, la materia prima es de alta calidad caracterizada por su aroma, tamaño, color, olor y sabor.

Considerando que es un producto intermediario, usado en la mayoría de veces para la elaboración de chocolate, se ha decidido usar funda de polietileno sellada con una amarra plástico en su empaque y luego colocado en un cartón, lo cual asegura la inocuidad y calidad de la distribución del producto hasta el cliente final y evitar en todo momento el deterioro del producto,

Plaza

El proceso de distribución consiste en el mecanismo que la empresa utilizara para que el producto sea movilizado hasta el lugar donde los clientes realizan la compra del producto.

La planta procesadora de cacao “Matilde Ester” está ubicada en el recinto Matilde Ester de la provincia de bolívar y su comercialización se realizara mediante pedidos a través de llamadas telefónicas, uso de correo electrónico de la empresa, uso de la página web y pedidos realizados personalmente. Así mismo se destinara una persona quien será encargada de acudir a las distintas empresas consumidoras de la pasta de cacao a promocionar y dar a conocer el producto,



Precio.

La determinación del precio es un factor importante ya que el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, y depende de su correcta determinación la aceptación del producto en el mercado y así mismo las utilidades de la empresa.

Para establecer el precio del producto se considera dos elementos importantes.

Costos de producción tanto los directos como indirectos.

Gastos de administración.

Gastos de ventas
 Gastos financieros
 El margen de utilidad del producto

El propósito que busca el precio establecido es.

Cubrir los costos de la producción
 Retornar la inversión realizada en largo plazo
 Establecer un margen de utilidad suficiente como para la estabilidad en el tiempo de la empresa

Tabla 32: Determinación del precio del producto.

DESCRIPCION	VALOR
COSTOS Y GASTOS	
costos directos de producción	782817,00
costos indirectos de producción	135740,00
gastos de administración	49882,00
gastos de ventas	15888,00
gastos financieros	27000,00
costo total	1011327,00
producción anual kg	301,484
costo de producción	3,35
Margen de utilidad (24%)	0,80
precio de venta unitario	4,15

Fuente: Investigación realizada
 Elaborado por: autora

Como mencionamos anteriormente el mercado registra un precio de venta de 5,00 el kilogramo de pasta de cacao. Mientras que considerando los costos de producción mas un 24% de margen de utilidad que se a establecido suma 4,15 el kg, lo cual significa que estamos abajo del precio de la promedio del mercado.

Considerando que es una empresa nueva, estrategicamente para lograr ingresar al mercado y captar mayor cantidad de clientes, se mantendra el precio obtenido en base a los costos de producción, estableciendo un precio unitario de \$ 4,15 por kilogramo.

Promoción y comunicación

La promoción y comunicación es el proceso por el cual el mercado objetivo se entera de la oferta de bienes y servicios que ofrece una empresa, en este caso de la planta procesadora de pasta de cacao usara estos medios para mostrar sus producto

La planta procesadora de pasta e cacao Matilde Ester usara los medios de comunicación televisiva y radial, prensa escrita y las principales ferias que se realicen en la provincia y así buscar despertar el interés del mercado y generar las ventas que es lo que se busca a través de la promoción y comunicación.

Un factor importante que se pondrá un fuerte énfasis es la calidad de servicio al cliente y la calidad del producto, ya que son factores muy importantes y determinantes a la hora de captación de clientes, un buen servicio genera satisfacción y el buen servicio incluye: trato cordial y amable, asesoramiento continuo, visitas periódicas a los clientes para conocer sus inquietudes y requerimientos, mostrar las características de la pasta de cacao de la forma más clara y precisa. En lo referente a la calidad del producto es importante ya que con un producto de calidad se podrá competir en el mercado y ganar espacio en el mundo empresarial.

La evaluación de la promoción y comunicación se realizará semestralmente a través del equipo de trabajo de la empresa, mediante encuestas y análisis de ventas para ver como ha sido el comportamiento y los resultados de la publicidad realizada.

4.2.5.3 Plan de ventas

El plan de ventas es importante y es el medio por el cual la empresa canalizará sus ingresos, y al tratarse de un producto (pasta de cacao) que se usa como materia prima su medio de venta será directa.

Objetivos.

Lograr una cartera de clientes que permita subsistir en el mercado.

Aumentar la producción en un 5% cada año.

Fortalecer las políticas de calidad de servicio y promoción para la captación de clientes.

Desarrollo de estrategias.

Tabla 33: Estrategias de ventas.

Estrategia	Objetivo	táctica	responsable	Evaluación
Publicidad	Incrementar ventas	Uso de redes sociales, prensa escrita, tv y radio.	Asesor comercial	Mensual
Eficiente servicio de entrega del producto	evitar todo proceso lento y engorroso a los clientes	Estudiar a los clientes para saber las cantidades y periodo de pedido	Jefe de producción	Mensual
Desarrollar un sistema de inventario	Contar con la cantidad requerida de producción	Inventariar materia prima y producción y revisar rotación de inventario	Jefe de producción	Mensual
Visita a clientes	Mantener una comunicación directa y proporcionar información necesaria	Visitas semanales o mensual de acuerdo al periodo de pedido	Asesor comercial	Mensual

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 34: Estrategias de precio y producto.

estrategias	objetivo	Táctica	responsable	Revisión
Precio Mantener un precio bajo en el mercado	Lograr posicionamiento en el mercado hasta obtener reconocimiento	Precio por debajo de la competencia		Mensual
tarifas planos	Evitar confusiones al momento de una negociación	Todas las presentaciones del producto tendrán un solo precio indistintamente de uno del mismo		mensual
Producto Seleccionar la materia prima	Tener como resultado un producto de calidad	Controlar que la materia prima cumpla con los requerimientos establecidos		Cada vez que se compre materia prima

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: autora

A demás de las estrategias de precio antes mencionadas, se darán descuentos por volumen de compra, los cupos y descuentos serán asignados por el Gerente, jefe de producción y contador, y él información de volumen de ventas la realizara el facturado de planta. Los descuentos se los realizara de acuerdo a la siguiente tabla y en compras a contado.

Tabla 35: Descuento por compras al por mayor

Monto de compra en dinero	Porcentaje de descuento
\$ 1 a \$600	1%
600 a 1000	3%
1001 a 3000	5%
3001 a 5000	7%
5001 en adelante	10%

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Políticas de servicio

Estas políticas de calidad de servicio permiten garantizar la satisfacción del cliente y generar más ventas. A continuación las políticas de servicio.

Tabla 36: Políticas de servicio

Políticas	Acción	responsable	revisión
Política de pago	En los pagos de contado, el cliente deberá presentar el documento de pago o deposito, previo despacho del mismo. En los pedidos vía telefónica se despachara una vez verificado el depósito. En los pedidos a crédito se pedirá garantía en las primeras instancias	Gerencia	mensual
Política de entrega	El precio indicado anteriormente son precios de productos entregados en la localidad del cliente, los productos vendidos en la planta procesadora tendrán descuentos especiales. Los horarios de entrega serán en todo momento en que se esté laborando en la empresa	Jefe de producción	mensual
Políticas de facturación	Las facturas serán entregadas en el momento en que se entregue la mercadería	Asesor comercial	mensual
Entrega del producto	Al momento de entrega del producto se revisara que este en buen estado y cumpla con la normas de calidad, basado en las normas ecuatorianas de manufactura	Asesor comercial	mensual
Políticas de privacidad	La información respecto a pedidos, fechas de entrega, horas, clientes, calidad será de absoluta reserva y solo el cliente las conocerá y no se dará información a personas ajenas.	gerencia	mensual
Políticas de reclamos	En caso de que el cliente manifieste algún reclamo respecto al producto, el reclamo deberá ser presentado después de las 24 horas inmediatas siguientes a la entrega del producto, se revisara el reclamo y de existir responsabilidad se efectuará la devolución de dinero o reposición inmediata del producto	Gerencia, asesor comercial	mensual

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.6 Plan de organización.

4.2.6.1 Aspectos legales.

Para iniciar las actividades económicas de la planta procesadora de cacao, antes es necesario cumplir con todos los requisitos legales que establece la ley para la creación y funcionamiento de una empresa. Y así poder gozar y exigir el cumplimiento de los derechos que posee una empresa.

El emprender una empresa no solo consiste en planificar actividades de producción y comercialización, sino implica también formalizar y constituirse legalmente de tal manera se evite cierre y clausuras de la empresa por actuar ilegalmente.

Nombre o razón social

La razón social es el nombre con que se identifica una compañía, es único e irrepetible por lo cual no puede ser similar al de otras ya existentes.

Nombre comercial: Planta Procesadora de Pasta de Cacao Matilde Ester

Razón social: PRODUCACAO Cía. Ltda.

La planta procesadora de pasta de cacao Matilde Ester será una compañía de responsabilidad limitada por las siguientes características.

- La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande ya que participan directamente en los beneficios.
- La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa.
- Son varias las experiencias que se dedican a imprimir dinamismo a la empresa.
- Las responsabilidades sociales de la empresa están limitadas al patrimonio de la misma.
- La sociedad se mantiene aun después de la muerte de uno de los socios.
- Requiere de un capital mínimo de \$400 dólares para su funcionamiento.
- La admisión de nuevos socios requiere del consentimiento de los demás socios.
- Existe un límite de máximo 15 socios.

Compañía de responsabilidad limitada.

El nombre.

La compañía de responsabilidad limitada puede constituir en una razón social o una denominación objetiva, a la que se añadirá en todo caso, las palabras “compañía limitada”, o su correspondiente abreviatura. Deberá ser aprobada por la secretaria general de la oficina de la superintendencia de compañías. El principio de la existencia de este tipo de compañías es la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil, para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son las sociedades de capital.

Solicitud de aprobación.

Se presentara al superintendente de compañías o a su delegado, tres copias de certificados de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntara la solicitud, suscrita por un abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Número mínimo y máximo de socios.

Para intervenir en la constitución de la compañía de responsabilidad limitada se requiere la capacidad civil para contratar. La compañía se constituirá con tres socios como mínimo y quince como máximo, que solamente responden por al obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones y si durante la existencia jurídica de la misma llegase a superar el máximo de socios deberá constituirse en otro tipo de compañías

Capital mínimo.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los estados Unidos de América. El capital de la compañía será formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías. Al constituirse la compañía el capitán era íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario (dinero) o especies (bienes o inmuebles para su operación). El saldo

del capital deberá aportarse en no más de 12 meses desde el momento de su constitución.

Fundación.

La compañía de responsabilidad limitada se constituye mediante escritura pública autorizada por un notario. La constitución de la compañía debe ser aprobada por la Superintendencia de Compañía, que es el órgano de control de las sociedades en el Ecuador. Posteriormente deberá inscribirse en el Registro Mercantil, fecha a partir la cual tendrá vida jurídica.

Administración

Los accionistas o socios, dentro del marco general, establecido en la ley de Compañías, determinaran en los estatutos sociales, la forma de administración de la sociedad, la que estará acorde con sus necesidades específicas. Es indispensable que se establezca a quien corresponda la responsabilidad legal. El órgano supremo de las compañías es la junta general, formada por los accionistas o socios.

Escritura Pública

Será aprobada por el superintendente de compañías, el que ordenara la publicación de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

Tramites de Legislación

Para la constitución de la empresa se necesitara la contratación de un abogado, que realice todos los trámites necesarios, las gestiones judiciales y extrajudiciales, pertinentes a la escritura de constitución de compañías, y proceda a la obtención de las aprobaciones de la ley y la inscriba en el Registro Mercantil.

Para la constitución de la compañía:

- Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario.
- Elevar a escritura pública la constitución de la empresa, en cualquier notaria.
- Presentación de tres escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la Superintendencia de Compañías o en las ventanillas únicas.
- Patente municipal para ejercer actos de comercio.
- Afiliación a la cámara de producción de acuerdo al giro del negocio, cámara de turismo, cámara de industria, etc.
- Obtener el registro único de contribuyentes en el Servicio de rentas internas.
- Se debe inscribir el nombramiento del representante legal y administrador de la empresa en el registro mercantil

4.2.6.2 Organización de la empresa

Estructura organizativa.

Misión

“Producir y comercializar pasta de cacao de calidad y a precios competitivos, cuyo propósito es satisfacer al mercado chocolatero nacional y el desarrollo económico de los productores de cacao, sus familias y la empresa”

Visión.

“Ser una empresa líder en la producción y comercialización, con personal comprometido y capacitado, sostenido en las buenas prácticas de manufactura”

Valores corporativos.

- **Honestidad.** Actuar en todo momento con ética y honradez en cada actividad que se realice.
- **Espíritu de servicio.** Generar confianza y empatía en cada trabajador de la empresa, para que las personas que nos visitan perciban la calidad de servicio que se presta.
- **Lealtad.** Ser íntegros con la empresa y contribuir al desarrollo empresarial generando fidelidad tanto de los clientes, como de los trabajadores en busca del bien de la empresa.
- **Creatividad.** Generar un espíritu innovador en los trabajadores
- **Responsabilidad.** Cumplir con las funciones y responsabilidades otorgadas a cada trabajador de la planta procesadora de cacao y evitar cualquier actividad ajena a las funciones establecidas.
- **Puntualidad.** Acudir y realizar las actividades en el momento indicado, así mismo cumplir con los convenios y acuerdos comerciales establecidos con los clientes.

Objetivos corporativos.

- Lograr un posicionamiento positivo en el mercado de venta de pasta de cacao.
- Proporcionar un producto de calidad cumpliendo con las normas de higiene del Ecuador.
- Contribuir en el desarrollo socioeconómico de la localidad, generando plazas de trabajo.
- Lograr un crecimiento económico empresarial de la planta procesadora de cacao en beneficio de los socios y los trabajadores de la empresa.

Políticas generales.

- Para conseguir eficiencia en los resultados, se debe organizar un trabajo en equipo donde todos colaboren generando ideas, participación en la toma de decisiones. Considerando que si la empresa crece, ellos también crecerán profesionalmente.

- La capacitación permanente es fundamental, para lograr eficiencia y eficacia en los resultados.
- El personal ingresara puntual a la empresa de cuerdo al horario establecido, caso contrario, será multado por impuntualidad.
- Todos los trabajadores de la empresa deben usar correctamente el uniforme asignado para la realización de sus actividades, caso contrario, será multado.
- Las instalaciones permanecerán siempre limpias y se prestara un ambiente laboral agradable.
- Ningún tipo de información puede ser dado a terceros, sin previa autorización de la gerencia,

4.2.6.3 Organigrama de la empresa.

La estructura organizacional para la planta procesadora de cacao está diseñada de acuerdo al giro del negocio y sus requerimientos. Esta segmentada en dos gráficos: el orgánico y el funcional. El orgánico muestra la estructura jerárquica de los cargos y el funcional muestra las actividades que desempeña cada trabajador en la empresa, dependiendo de sus capacidades, conocimientos y experiencia individual.

Las secciones de la empresa están constituidas de la siguiente manera.

Nivel Superior: Gerencia General.

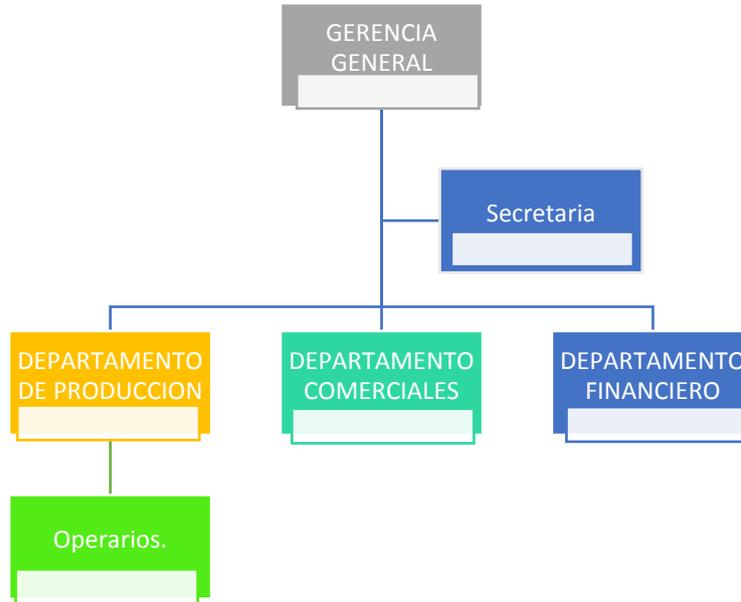
Nivel asesor: Contador general.

Nivel intermedio: Jefe de Producción Y asesores comerciales.

Nivel Operático: Bodegueros, Operarios; limpieza y seguridad.

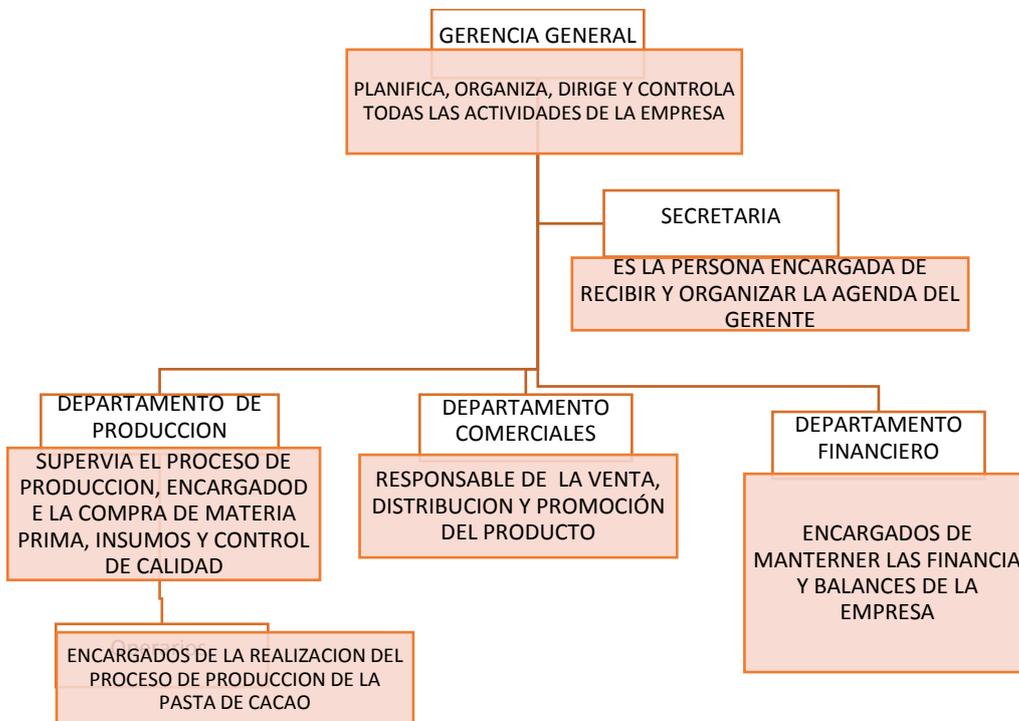
Organigrama de la empresa.

Gráfico 21: Ornanigrama estructural.



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Autora.

Gráfico 22: Organigrama Funcional.



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Autora.

4.2.6.4 Descripción de funciones.

PRODUCACAO CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
<p>AREA: Administración CARGO: Gerente general</p>	
<p>OBJETIVO DEL CARGO: Administrar la empresa para lograr rentabilidad económica.</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Representar legalmente a la empresa.• Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades organizacionales.• Controlar y remover el personal de la empresa de acuerdo a la legislación pertinente, así como otórgales funciones, responsabilidades, derechos en la compañía.• Aprobar la adquisidor y la contratación de bienes y servicios necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa.• Elaborar informes sobre la gestión de la empresa.• Revisar y aprobar el presupuesto de la empresa	
<p>REQUISITOS MINIMOS.</p> <p>Título en administración de empresas o carreras afines. Curos de relaciones humanas, idiomas e informática. 5 años de experiencia.</p>	

PRODUCACAO CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
<p>AREA: Administración</p> <p>CARGO: Secretaria</p>	
<p>OBJETIVOS DEL CARGO.</p> <p>Manejar la recepción de las personas que visitan la empresa</p>	
<p>FUNCIONES.</p> <p>Reportar al Gerente novedades que pase en la Empresa</p>	
<p>REQUISITOS MINIMOS.</p> <p>Título en Secretaria ejecutiva e informática.</p> <p>3 años de experiencia.</p>	

PRODUCACAO CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
<p>AREA: Producción</p> <p>CARGO: Jefe de producción</p>	
<p>OBJETIVOS DEL CARGO.</p> <p>Identificar, preparar y diseñar diferentes procedimientos de producción en función d ela optimización de los recursos, acordes con las metas planteadas por al empresa.</p>	
<p>FUNCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación y distribución de planta • Responsable de la higiene y seguridad de la empresa. • Control de la producción e inventarios. • Centrar sus objetivos a fin de que se cumplan las especificaciones de ingeniería y garantizar la calidad en la producción. • Establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista los requerimientos de los clientes y las condiciones económicas favorables que se obtienen en con una programación adecuada. • Determinación de los estándares de calidad de la materia prima y el producto final. 	
<p>REQUISITOS MINIMOS.</p> <p>Título en administración de empresa, ingeniería industrial o carreras afines</p> <p>Cursos de seguridad industrial, paquetes informáticos, elaboración y evaluación proyectos.</p> <p>1 Años de experiencia.</p>	

PRODUCACAO CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
<p>AREA: Comercial</p> <p>CARGO: Asesor Comercial</p>	
<p>OBJETIVOS DEL CARGO.</p> <p>Planificar, organizar , dirigir, coordinar y evaluar la gestión comercial de la empresa</p>	
<p>FUNCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las actividades relacionadas a la promoción, venta y mercadeo de la empresa y servicio al cliente. • Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan. • Sugerir sistemas y métodos para la determinación de precios y diseñar programas promocionales. • Atención personal y telefónico a los clientes, • Demostración de las características del producto a los clientes de la empresa. • Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto con la gerencia. • Elaborar las órdenes de despacho de mercadería. 	
<p>REQUISITOS MINIMOS.</p> <p>Estudios de tercer nivel relacionados con la gestión comercial, marketing o carreras afines</p> <p>Cursos de mercadeo, relaciones humanas, estrategias promocionales.</p> <p>2 años de experiencia.</p>	

<p style="text-align: center;">PRODUCACAO CIA LTDA</p>	<p style="text-align: center;">MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>AREA: Producción CARGO: Operario de planta</p>	
<p>OBJETIVOS DEL CARGO. Conocer los estándares estipulados por la empresa para la adecuada manipulación de los productos a salir al mercado.</p>	
<p>FUNCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza las funciones asignadas por el jefe inmediato (Jefe de Producción). • Encargado de realizar los procedimientos establecidos para la elaboración de la pasta de cacao. • Manejo de los equipos, máquinas y herramientas de la empresa. • Revisión del estado de las máquinas e informar al encargado de mantenimiento en caso de presentarse cualquier anomalía o desperfecto. • Responder por los implementos de trabajo asignados. • Mantener en orden y limpio el lugar de trabajo • Llevar al día los registros para el control de la producción. 	
<p>REQUISITOS MINIMOS.</p> <p>Tener conocimiento en el manejo y procesos de transformación de cacao Conocimientos en el manejo de maquinarias utilizadas en la transformación de cacao. 1 año de experiencia.</p>	

4.2.7 Estudio financiero y económico.

Para la creación de la empresa se requiere una inversión total de 456.134,00 los accionista aportaran con el terreno, donde se construirá la planta “Matilde Ester”, un furgón y una camioneta para trasporte de materia prima, producto terminado y trasporte de personal que requiera. Valorados en 65.000,00 así mismo aportaran con dinero en efectivo y lo que falta en capital para la inversión se hará mediante un crédito bancario.

4.2.7.1 Plan de Inversión.

Tabla 37: Plan de inversiones.

ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	193874,62
Terreno	20000,00
Camioneta	20000,00
Furgón	25000,00
Maquinaria	107004,00
Edificio	21870,62
ACTIVOS FIJOS ADMINSTRACION Y VENTAS	
Muebles y enseres	12400,00
ACTIVOS DIFERIDOS	104957,29
gastos pre operativos	87067,17
gastos de constitución	2500,00
intereses pre operativos	13500,00
imprevistos (5% de los activos diferidos)	1890,12
CAPITAL DE TRABAJO	144902,08
capital de trabajo operativo	139959,86
capital de trabajo administración y ventas	4942,22
INVERSION TOTAL	456.134,00

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.7.2 Análisis de Costos unitarios.

En los activos fijos administración y ventas se incluye los muebles de oficina, materiales de oficina y equipos de cómputo. Necesarios para la administración de la planta procesadora de Pasta de cacao. Danto un total de 12400 dólares.

Tabla 38: Muebles de oficina.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T
Escritorios	7	160,00	1120,00
Sillas	14	18,00	252,00
Sillones	7	110,00	770,00
Sillas plásticas	30	7,00	210,00
archivadores	7	71,00	497,00
Pizarras	2	77,00	154,00
Mesas de reunión	2	200,00	400,00
Estanterías metálicas	10	120,00	1200,00
Perchas metálicas	1	100,00	1000,00
		TOTAL	5603,00

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 39: Materiales de oficina.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T
teléfono	4	30	120
calculadoras	4	20	80
perforadoras	4	5	20
grapadoras	4	4,25	17
resaltadores	5	2	10
proyector	1	250	250
		TOTAL	497

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 40: equipo de cómputo.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T
computadoras	7	700	4900
impresoras	7	200	1400
		TOTAL	6300

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.7.3 Mano de obra.

Tabla 41: Mano de obra directa.

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	COSTO TOTAL	NUMPE R.	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Operador	318	38,64	26,5	26,5	409,64	3	1228,91	14747

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 42: Mano de obra indirecta

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	COSTO TOTAL	NUMPE R.	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Jefe de producción	800	97,20	66,67	66,67	1030,53	1	1030,53	12366,40
Bodeguero	450	54,68	37,5	37,5	579,68	1	579,68	6956,10
Seguridad	318	38,64	26,5	26,5	409,64	1	409,64	4915,64
Limpieza	318	38,64	26,5	26,5	409,64	1	409,64	4915,64
TOTAL								29154,00

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.7.4 Personal administrativo.

Tabla 43: Personal administrativo.

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	COSTO TOTAL	NUMPE R.	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
gerente general	1200	145,80	100	100	1545,80	1	1545,8	18549,60
Contador	700	85,05	58,33	58,33	901,72	1	901,71	10820,60
asesor comercial	600	72,90	50	50	772,90	1	772,9	9274,80
TOTAL								38645,00

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 44: Personal ventas

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	COSTO TOTAL	NUM PE R.	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Vendedor	450	54,675	37,5	37,5	579,67	1	579,675	6956,00

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.7.5 Materia prima y materiales de empaque.

Tabla 45: Matera prima.

DETALLE	CONSUMO ANUAL	COSTO	TOTAL
cacao en grano (TM)	383,13	1984,5	760321,49

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 46: Material de empaque.

DETALLE	CONSUMO ANUAL	COSTO	TOTAL
fundas polietileno (UNID)	10049	0,279	2803,67
cartones (UNID)	10049	1,575	15827,18
amarra plástica (UNID)	10049	0,041	412,01
etiquetas (UNID)	10049	0,015	150,74
TOTAL			19194,00

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

INGRESOS

Tabla 47: Costo de producción y precio de venta.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS Y GASTOS					
Costos directos de Producción	782817,00	903443,00	995015,00	1044594,00	1096645,00
Costos indirectos de fabricación	135740,00	140837,00	143207,00	144563,00	145973,00
Gastos de administración	49882,00	54068,00	55796,00	57594,00	59465,00
Gastos de ventas	15888,00	16641,00	16952,00	17277,00	17613,00
Gastos financieros	27000,00	21938,00	15188,00	8438,00	1688,00
Costo total	1011327,00	1136927,00	1226158,00	1272466,00	1321384,00
Producción anual KG	301484	331633	348214	348214	348214
Costos de producción	3,35	3,43	3,52	3,65	3,79
Margen de utilidad (24%)	0,81	0,93	1,06	1,15	1,25
Precio de venta Unitario	4,15	4,36	4,58	4,80	5,04

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Tabla 48: Planificación de producción y ventas

Año	volumen (cacao en grano)		Ventas		
1	383129	prod inicial	ventas mercado local		100%
2	421442	10% incre	ventas mercado externo		0%
3	442514	5% incre	Desperdicio		
4	442514	prod normal	Porcentaje		21,31%
5	442514	prod normal	Precios		
			mercado local		4,15
VENTAS					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCTOS					
producción bruta por periodo	383129	421442	442514	442514	442514
producción neta total	301484	331633	348214	348214	348214
precios mercado local	4,15	4,36	4,58	4,80	5,04
precios mercado externo	0	0	0	0	0
ventas mercado local	1251159	1445918	1594007	1671428	1754999,9
ventas mercado externo	0	0	0	0	0
total ventas USD	1.251.159,47	1.445.918,27	1.594.006,60	1.671.428,48	1.754.999,90

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

EGRESOS.

Tabla 49: Costos y gastos.

PERIODO	año 1	año 2	año 3	año 4	año5
costos directos de producción					
mano de obra directa	14747,00	16329,00	16982,00	17661,00	18367,00
materiales directos	760320,00	878320,00	968181,00	1016590,00	1067420,00
imprevistos 1%	7751,00	8945,00	9852,00	10343,00	10858,00
Subtotal	782817,00	903443,00	995015,00	1044594,00	1096645,00
costos indirectos de producción					
mano de obra indirecta	29154,00	32281,00	33572,00	34915,00	36311,00
materiales indirectos	19194,00	21114,00	22169,00	22169,00	22169,00
suministros y servicios	56196,00	56196,00	56196,00	56196,00	56196,00
mantenimientos y seguros	5016,00	5016,00	5016,00	5016,00	5016,00
análisis y asesoría técnica	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
imprevistos 1%	1108,00	1158,00	1182,00	1195,00	1209,00
Parcial	111868,00	116965,00	119335,00	120691,00	122101,00
Depreciaciones	20794,00	20794,00	20794,00	20794,00	20794,00
Amortizaciones	3078,00	3078,00	3078,00	3078,00	3078,00
Subtotal	135740,00	140837,00	143207,00	144563,00	145973,00
Gastos de administración % depreciación imputado 80%					
Remuneraciones	38645,00	42790,00	44501,00	46281,00	48133,00
Gastos de oficina	1560,00	1560,00	1560,00	1560,00	1560,00
Movilización y viáticos	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00
Auditoria	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
alimentación y otros	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Mantenimiento y seguros	992,00	992,00	992,00	992,00	992,00
imprevistos 1%	432,00	473,00	490,00	508,00	527,00
Parcial	43605,00	47791,00	49519,00	51317,00	53188,00
Depreciaciones	1417,00	1417,00	1417,00	1417,00	1417,00
Amortizaciones	4860,00	4860,00	4860,00	4860,00	4860,00
Subtotal	49882,00	54068,00	55796,00	57594,00	59465,00
Gastos de venta % depreciación imputado 20%					
Remuneraciones	6956,00	7702,00	8010,00	8331,00	8664,00
Movilización y viáticos	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00
Operación y mantenimiento vehículos	2184,00	2184,00	2184,00	2184,00	2184,00
Arriendo de local – publicidad	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00
imprevistos 1%	154,00	161,00	164,00	168,00	171,00
Parcial	15534,00	16287,00	16598,00	16923,00	17259,00
Depreciaciones	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00
Subtotal	15888,00	16641,00	16952,00	17277,00	17613,00
Gastos Financieros	27000,00	21938,00	15188,00	8438,00	1688,00
TOTAL	1011327,00	1136927,00	1226158,00	1272466,00	1321384,00

4.2.7.6 Activos fijos de la empresa

Constituye el aporte de los socios en calidad de capital social (patrimonio), que puede ser propio o a través de financiamiento.

Los accionistas aportan con un total de 241.134,00 que corresponde a valor efectivo, un vehículo furgón para la entrega de los productos a los clientes valorado en 25000,00 una camioneta para movilización de la parte gerencial y personal de los socios valorado en 20000 y por último un terreno valorado en 20.000,00 donde se construirá la planta, dando un total de 306.134,01 considerando que el monto total de la inversión es de 456134, se prevé contraer un pasivo de 150.000,00 dólares que representa el 32,88% del total de la inversión

Tabla 50: activos fijos

DETALLE	ACCIONISTA 1	ACCIONISTA 2	ACCIONISTA 3	TOTAL
vehículo furgón	25000,00	0,00	0,00	25000,00
Camioneta	0	20000	0	20000,00
Terreno	0	0	20000	20000,00
Efectivo	77045,00	82045,00	82044,00	241134,00
CAPITAL ACCIONISTAS				306134,00
CREDITO BANCARIO				150000,01
INVERSION TOTAL				456134,01
PORCENTAJE CAPITAL ACCIONISTAS				67,11%
PORCENTAJE CREDITO BANCARIO				32,89%

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Autora

Costo de producción y precio de venta.

Para el cálculo del costo de producción y precio de venta, se ha considerado los costos y gastos generados, lo cual determina un precio de venta de \$ 4,15 para el primer año.

4.2.7.7 Estados financieros.

Tabla 51: Balance general.

CUENTAS	PREOP	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTE						
Caja y bancos	79637,00	230880,00	347838,00	466382,00	555488,00	671239,00
Inversiones temporales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas y doc. por cobrar mercado	0,00	104263,00	120424,00	132768,00	139406,00	146376,00
Inventarios:						
productos terminados	0,00	3475,00	4014,00	4426,00	4647,00	4879,00
productos en Proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Meterías primas	63360,00	63360,00	63360,00	63360,00	63360,00	63360,00
materiales indirectos	3199,00	3519,00	3695,00	3695,00	3695,00	3695,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	146196,00	405497,00	539331,00	670631,00	766596,00	889549,00
ACTIVOS OPERATIVOS FIJOS						
Terreno	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00
Camioneta	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00	20000,00
Furgón	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00
Maquinaria	107004,00	107004,00	107004,00	107004,00	107004,00	107004,00
Edificio	21871,00	21871,00	21871,00	21871,00	21871,00	21871,00
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION Y VENTAS						
Muebles y enseres	12400,00	12400,00	12400,00	12400,00	12400,00	12400,00
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	206275,00	206275,00	206275,00	206275,00	206275,00	206275,00
(-) Depreciaciones	0,00	22565,00	45131,00	67696,00	67696,00	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	206275,00	183710,00	161144,00	138579,00	138579,00	206275,00
ACTIVOS DIFERIDO	104957,00	104957,00	104957,00	104957,00	104957,00	104957,00

Amortización acumulada	0,00	7938,00	15877,00	23815,00	31754,00	47631,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	104957,00	97019,00	89080,00	81142,00	73203,00	57326,00
TOTAL ACTIVOS	457428,00	686226,00	789555,00	890352,00	978378,00	1153150,00
Obligaciones corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Obligaciones largo plazo	0,00	37500,00	37500,00	37500,00	18750,00	0,00
cuentas y doc. por pagar proveedores	1294,00	7829,00	64647,00	139782,00	227920,00	332055,00
Gastos acumulados por pagar	0,00	81995,00	104032,00	123835,00	135011,00	146717,00
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0,00	127324,00	206179,00	301117,00	381681,00	478772,00
PASIVO LARGO PLAZO	150000,00	93759,00	56250,00	18750,00	1688,00	18750,00
TOTAL PASIVOS	151294,00	221083,00	262429,00	319867,00	383369,00	497522,00
PATRIMONIO						
Capital social pagado	306134,00	306134,00	306134,00	306134,00	306134,00	306134,00
Reserva legal	0,00	0,00	16131,00	20467,00	24363,00	26562,00
utilidad (perdida) neta	0,00	159008,93	204861,21	243883,62	264512,12	322931,99
TOTAL PATRIMONIO	306134,00	465142,93	527126,21	570484,62	595009,12	655627,99
PASIVO + PATRIMONIO	457428,00	686225,93	789555,21	890351,62	978378,12	1153149,99

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

Tabla 52: Estado de pérdidas y ganancias.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	1251159,47	1445918,27	1594006,60	1671428,48	1754999,90
Costo de ventas	918557,00	1044280,00	1138222,00	1189157,00	1189157,00
Utilidad bruta en ventas	332602,47	401638,27	455784,60	482271,48	565842,90
Gasto de ventas	15888,00	16641,00	16952,00	17277,00	17613,00
Gastos de administración	49882,00	54068,00	55796,00	57594,00	59465,00
utilidad (perdida) operacional	266832,47	330929,27	383036,60	407400,48	488764,90
gastos financieros	27000,00	21938,00	15188,00	8438,00	1688,00
utilidad(perdida) antes participación	239832,47	308991,27	367848,60	398962,48	487076,90
participación utilidades	35974,87	46348,69	55177,29	59844,37	73061,54
utilidad (perdida) antes del IR	203857,60	262642,58	312671,31	339118,11	414015,37
Impuesto a la renta (22%)	44848,67	57781,37	68787,69	74605,98	91083,38
Utilidad (perdida) neta	159.008,93	204.861,21	243.883,62	264.512,12	322.931,99

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora.

Tabla 53: Flujo de caja.

INGRESOS TOTALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS						
total ventas USD		1251159	1445918	1594007	1671428	1755000
TOTAL		1251159	1445918	1594007	1671428	1755000
COSTOS TOTALES						
Costos directos de producción		782817,00	903443,00	995015,00	1044594,00	1096645,00
Costos indirectos de producción		135740,00	140837,00	143207,00	144563,00	145973,00
Gastos de administración		49882,00	54068,00	55796,00	57594,00	59465,00
Gastos de ventas		15888,00	16641,00	16952,00	17277,00	17613,00
Gastos financieros		27000,00	21938,00	15188,00	8438,00	1688,00
Depreciaciones y amortizaciones		41315	60065	60065	60065	41315
TOTAL		1052642,00	1196992,00	1286223,00	1332531,00	1362699,00
INVERSION INICIAL	456134					
FLUJO OPERACIONAL		198517	248097	306987	340340	393815
(-)15% REPARTO UTILIDADES		35975	46349	55177	59844	73062
(-22) IMPUESTO RENTA		44849	57781	68788	74606	91083
FLUJO NETO		117693	143967	183022	205890	229670
(+) DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		41315	60065	60065	60065	41315
(+) VALOR DE SALVAMENTO						89905
FLUJO NETO DE EFECTIVO.	456.134	159.008	204.032	243.087	265.955	360.890

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

4.2.7.8 Evaluación Financiera.

VAN – TIR.

Para calcular el VAN debemos determinar el monto de la inversión, la tasa de descuento en base al costo de dinero o de capital y de las perspectivas de riesgo-rentabilidad propuestos para el proyecto en particular.

Para el presente estudio la tasa de descuento fijado es de 8% mismo que resulta del costo promedio proyectado de capital, que a su vez proviene del porcentaje de participación del saldo inicial de los activos y patrimonio multiplicado por el costo nominal.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Fórmula para determinar el VAN

$$VAN = \left[\frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5} + \dots \right] - I_o$$

Donde:

FN = Flujo neto

i = Tasa de interés

n = Número de años que dura el proyecto

Io = Inversión inicial

Aplicando la formula.

$$VAN = -456134 + \frac{159008}{(1+0,08)^1} + \frac{204032}{(1+0,08)^2} + \frac{243087}{(1+0,08)^3} + \frac{265955}{(1+0,08)^4} + \frac{360890}{(1+0,08)^5}$$

$$VAN = -456134 + \frac{159008}{(1,08)^1} + \frac{204032}{(1,08)^2} + \frac{243087}{(1,08)^3} + \frac{265955}{(1,08)^4} + \frac{360890}{(1,08)^5}$$

$$VAN = -456134 + \frac{159008}{1,08} + \frac{204032}{1,17} + \frac{243087}{1,26} + \frac{265955}{1,36} + \frac{360890}{1,47}$$

$$VAN = -456134 + 147229,63 + 174924,55 + 192970,30 + 195484,86 + 245615,67$$

$$VAN = 500091,02$$

VAN 2

$$\text{VAN} = -456134 + \frac{159008}{(1+0,15)^1} + \frac{204032}{(1+0,15)^2} + \frac{243087}{(1+0,15)^3} + \frac{265955}{(1+0,15)^4} + \frac{360890}{(1+0,15)^5}$$

$$\text{VAN} = -456134 + \frac{159008}{(1,15)^1} + \frac{204032}{(1,15)^2} + \frac{243087}{(1,15)^3} + \frac{265955}{(1,15)^4} + \frac{360890}{(1,15)^5}$$

$$\text{VAN} = -456134 + \frac{159008}{1,15} + \frac{204032}{1,32} + \frac{243087}{1,52} + \frac{265955}{1,75} + \frac{360890}{2,01}$$

$$\text{VAN} = -456134 + 138268 + 154278 + 159834 + 152061 + 179426$$

$$\text{VAN} = 327731,73$$

Análisis del VAN.

Según se observa en la tabla anterior el VAN es de \$500091,02, lo que muestra que los flujos descontados son superiores al monto de la inversión realizada, por lo tanto y bajo este criterio se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR.)

Formula para determinar el TIR.

$$TIR = i2 - \left[VPN2 \left\{ \frac{(i2 - i1)}{VPN2 - VPN1} \right\} \right]$$

TIR = Tasa interna de retorno

i2 = Tasa de interés (0.13) % (Pago por préstamo).

i1 = Tasa de interés (0.08) % (Me ofrece el Banco)

VPN2 = Valor presente neto 2

VPN1 = Valor presente neto 1

Aplicando la formula.

$$\text{TIR} = 0,15 - \left[327731,73 \left\{ \frac{(0,15-0,08)}{(327731,73 - 500091,02)} \right\} \right]$$

$$\text{TIR} = 0,15 - \left[327731,73 \left\{ \frac{0,07}{-172359,29} \right\} \right]$$

$$\text{TIR} = 0,15 - \left[\frac{22941,22}{-172359,29} \right]$$

$$\text{TIR} = 0,15 - [\quad - 0,13 \quad]$$

$$\text{TIR} = 0,15 + 0,13$$

$$\text{TIR} = 0,2831 \quad 28,31\%$$

Análisis del TIR.

Se obtiene como resultado una tasa interna de retorno de 28,31% superior a la tasa de descuento que es de 8%. Según la CFN si la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento, el VAN es positivo, el proyecto se acepta y si el TIR es menor que la tasa de descuento, el VAN negativo, el proyecto no deberá ser aceptado. En este caso el proyecto arroja un resultado positivo, por lo que el proyecto es aceptado.

Relación beneficio costo.

La relación beneficio costo es aquella que en términos de valor actual del flujo neto, permite calcular la tasa interna de retorno sobre la inversión inicial, representa la generación de excelentes fruto de la actividad del proyecto, con el que se determina que el coeficiente es superior a uno, el proyecto se acepta, ya que generara 0,83 dólares por cada dólar invertido.

Fórmula para determinar el B/C.

$$RB/C = \frac{VN + VAN}{C}$$

RB/C = Relación Beneficio Costo

VN = Ventas netas

VAN = Valor Actual Neto

C = Inversión

$$B/C = \frac{VN + VAN}{C}$$

$$B/C = \frac{332602,47 + 500091,02}{456134}$$

$$B/C = \frac{832693,49}{456134}$$

$$B/C = 1,83$$

$$B/C = \frac{VN + VAN}{C}$$

$$B/C = \frac{332602,47 + 327731,73}{456134}$$

$$B/C = \frac{660334,20}{456134}$$

$$B/C = 1,45$$

Recuperación de la inversión.

Es la relación en términos del valor actual del flujo neto que permite calcular la tasa interna de retorno sobre la inversión inicial, representa la generación de excedentes fruto de la actividad principal del proyecto.

Tabla 54: Tiempo de recuperación de la inversión

Inversión	-456.134,01	Acumulado
flujo 1	159008	159008
flujo 2	204032	363040
flujo 3	243087	606127
flujo 4	265955	
flujo 5	360890	

Fuente: Encuesta realizada.

Elaborado por: Autora

Se suma los flujos de los dos primeros años y el resultado se resta la inversión a realizar para saber cuánto nos falta del tercer año recuperar.

$$456134 - 363040 = 93094$$

$$\begin{array}{r} 243087 \\ 93094 \end{array} \begin{array}{l} \rightarrow 12 \\ \rightarrow ? \end{array}$$

X = 4,60: la inversión se recuperara en 2 años 5 meses

CONCLUSIONES

- En la investigación del estudio de mercado y el análisis de la oferta y demanda se pudo comprobar que la demanda supera a la oferta, llegando a la conclusión que el mercado meta es muy bueno para el consumo del producto (pasta de cacao).
- En lo que refiere a la localización, de la planta, equipamiento fueron investigados detalladamente llegando a establecer un proceso productivo, el cual nos permita dar un manejo técnico adecuado y de esta manera alcanzar el objetivo propuesto.
- Después de haber realizado un análisis financiero detallado se obtuvo para el primer año una utilidad líquida de \$159.008,93 dólares, netas importantes para los siguientes 4 años proyectadas, concluyendo que el proyecto es factible, viable y rentable.
- Al realizar la evaluación financiera se obtuvo un VAN de 327731,73 y la TIR de 28,31% a una tasa de rendimiento mínima aceptable de 1,83 siendo estos valores positivos se concluye la seguridad sobre la rentabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Implementar la planta procesadora de pasta de cacao, ya que la investigación arroja viabilidad del mismo, para lo cual la dirección de la empresa debe asegurar un eficiente manejo de los recursos de la empresa, con miras a mantener un buen ambiente laboral, personal capacitado para realizar los diferentes procesos de producción que aseguren la calidad del producto y rentabilidad para los inversionistas
- Para diseñar la planta de producción es importante hacer una investigación minuciosa sobre el tema, esto permitirá realizar una selección adecuada en costos de los materiales, insumos e implementos a utilizar en la empresa.
- Se recomienda la aplicación del proyecto por su factibilidad, viabilidad y rentabilidad en todos los campos como económico, social, técnico y tecnológico siendo una parte generadora del sistema productivo, creando fuentes de trabajo y a la vez satisfaciendo la necesidad de los inversionistas.
- Que, con el análisis de los índices financieros calculados del Van, Tir, B/C, el proyecto se puede ejecutar porque demuestra una utilidad en la inversión del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Anecacao. (2015). <http://www.anecacao.com/es/inicio.html>. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/inicio.html>
- Cajigas, E. R. (2004). *Proyectos de inversion competitivos: formulacion y evaluacion de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Palmira: Ferisa S.A.
- Carvajal, L. (2006). *Metodologia de Investigación*. Santiago de Cali: 28 ed. USC, Cooprusaca, Poemia.
- Cepeda Landín, D. E. (2011). *estudio de factibilidad para la creacion de un centro de acopio destindo a la comercializacion de cacao fino de aroma, en la zona de troncal (trabajo de titulacion)*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Sapag, N. (2007). *proyectos de invercion: formulacion y evaluacion*. México: Prentice hall.
- Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *El producto: Analisis de valor*. Madrid: Díaz de Santos.
- Behar Rivero, D. (2008). *Metodologia d ela Investigación*. Bogota: Shalom .
- EIPI. (2014). *Estudio de Factibilida* Obtenido de https://soundcloud.com/iepi_ecuador/sello-de-denominacion-de-origen-en-vinces
- Erossa.V. (2010). *Proyectos de inversioin en ingeniería*. Madrid: Limusa.
- Eslava.J. (2003). *Análisis economico- financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Madrid: Esic.
- Galán, J. M. (2004). *Manual básico de formulación y elaboracion de proyectos*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Gonzales Velásquez, V. C., & Salazar Segovia, M. A. (2013). *Estudio de factibilidad para la asociatividad y el fortalecimiento de la produccion de cacao ncional fino de aroma, en los recintos Rio Chico y San Gregorio de la Parroquia Lorenzo de Garaicoa de la Provincia del Guayas (Trabajo de titulacion)* . Milago.
- Griffin, R. (2011). *Administracion*. México.Sengage
- Guzmán. F;. (2010). *El estudio económico- Financiero y la evaluacion en el proyecto de la insdutria química*. Bogota: Ingenierpia Industrial.
- Hamilton. M; Pezo. A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*.Bogota: Quebecor World.

- ILPES. (2010). *Guía para la presentación de proyectos*. Obtenido de <https://books.google.es/books>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2006). *Norma Técnica Ecuatoriana*. Quito. INEN
- Jácome, W. (2005). *Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de proyectos de inversión*. Ibarra: Universitaria-Ecuador.
- Kendall, K., & Kendall, J. (2011). *Análisis y diseño de sistemas*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* 8ª ed. Mexico: Pearson Education.
- Corporación de Estudios y Publicación. (2010). *Ley del Turismo*. Quito: CEP
- Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión*. Lima: YoPublico.
- López, M., et al. (2012). *Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Luna, R; Chavez, D (2001). *Guía para elaborar estudio de factibilidad ecoturísticos*. Guatemala: Proarca.
- Maldonado, et al. (2012). *Elaboración de un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia huigra*. Riobamba: ESPOCH.
- Meza, J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Miranda, J. (2006). *Gestión de proyectos*. Bogotá: Armada digital.
- Paneque, R. J. (1998). *Metodología para la investigación: Elementos básicos para la investigación clínica*. La Habana: Ciencias Médicas del Centro Nacional de información de ciencias medicas.
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Caracas: Autor.
- Pro -Ecuador. (2012). *Análisis sectorial del turismo*. Quito: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- Coss, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa
- Revista Lideres. (2013). <http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html>. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec>
- Rojas, J. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de establecimientos prestadores de servicio de telefonía*. Bogotá: Pontificia universidad javeriana.

Sapag, N. (2010). *Proyectos de inversión: formulación de proyectos*. Mexico: Pearson Educacion

Solarte.L. (2010). *Gestión de proyectos*. Santiago de Cali: Gyepro.

Zuñiga. M; et al. (2010). *Gestión de proyectos de conservación y manejo de recursos naturales*. Costa Rica: Universisias Estatal a Distancia.

ANEXOS.

Anexo 1; Maquinaria requerida para el proyecto

BALANZA



TOSTADORA



DESCASCARRILLADOR



MOLINO



ATEMPERADOR



TANQUE DE ALMACENAMIENTO



Anexo 2: Modelo de la encuesta



Objetivo: La encuesta tiene como finalidad el levantamiento de información para determinar la factibilidad de una planta procesadora de pasta de cacao, en el recinto Matilde Ester.

Indicaciones.

Marque con una “x” en la casilla que corresponda su respuesta, de acuerdo a su criterio. Solo puede elegir una opción en cada pregunta.

1 ¿Creé usted que instalar una planta que procese el cacao generaría mayores oportunidades a los productores de cacao del recinto Matilde Esther como al país?

Sí

No

2 ¿Dentro de los derivados de cacao, cual considera usted que generaría mayor rentabilidad al momento de la comercialización?

Cacao en grano

Licor de cacao

Cacao en pasta

Otros derivados

3. ¿De los siguientes procesos de comercialización del cacao, cual considera usted que generaría mayores ingresos?

Negociación directa con intermediarios

Asociación con agroindustrias

Otros

4. ¿Cuáles son los medios que usted usa para trasladar su producción hasta las distintas casas comerciales?

Transporte

Propio

Flete de transporte

El comprador recoge la producción en su finca

5. ¿Usted recibe asistencia técnica especializada para el cultivo del cacao?

Si A veces

No

9. De ser factible el proyecto, considera que el índice de desempleo.

Aumentaría

Se mantendría

Disminuiría

10. ¿Qué nivel de importancia le daría usted al estudio del impacto ambiental, previo a la instalación de la planta procesadora de cacao?

Alto

Medio

Bajo

GRACIAS POR SU COLABORACION.