



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

SEDE FRANCISCO DE ORELLANA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

**“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO
DE CACAO, PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN LA
ASOCIACIÓN DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA,
CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA
PERÍODO 2020”.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

AUTORA:

LISSETH CRISTINA RIVADENEIRA BAÑO

Orellana - Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

SEDE FRANCISCO DE ORELLANA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

CARRERA DE GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

**“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO
DE CACAO, PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN LA
ASOCIACIÓN DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA,
CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA
PERÍODO 2020”.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

AUTOR: LISSETH CRISTINA RIVADENEIRA BAÑO

DIRECTOR: ING. NORBERTO HERNÁN MORALES MERCHÁN

Orellana - Ecuador

2021

©2021, Lisseth Cristina Rivadeneira Baño

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

Yo, Lisseth Cristina Rivadeneira Baño, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Orellana, 03 de agosto 2021



Lisseth Cristina Rivadeneira Baño

C.I. 220013581-8

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA DE GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que. El Trabajo de Titulación: Tipo: Proyecto de Investigación **PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO, PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN LA ASOCIACIÓN DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA PERÍODO 2020.,** realizado por la señorita. **LISSETH CRISTINA RIVADENEIRA BAÑO,** ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
<p>Ing. Edwin Patricio Pombosa Junes PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</p>	<p>Firmado digitalmente por EDWIN PATRICIO POMBOSA JUNEZ DN: cn=EDWIN PATRICIO POMBOSA JUNEZ, c=EC, o=SECURITY DATA S.A., ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION Ubicación: </p>	<p>2021-08-03 </p>
<p>Ing. Norberto Hernán Morales Merchán DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</p>	<p>NORBERTO O HERNAN MORALES MERCHAN Firmado digitalmente por NORBERTO HERNAN MORALES MERCHAN Fecha: 2021.09.29 22:13:26 -05'00' </p>	<p>2021-08-03 </p>
<p>Ing. Eduardo Rubén Espín Moya MIEMBRO TRIBUNAL</p>	<p>EDUARDO RUBEN ESPIN MOYA Firmado digitalmente por EDUARDO RUBEN ESPIN MOYA </p>	<p>2021-08-03 </p>

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiarme en mi camino, por brindarme salud, fortaleza, capacidad y permitirme concluir con mi objetivo.

A mi madre Margarita Baño, quien es el motor y mi mayor inspiración que, a través de su amor, paciencia, esfuerzo, buenos valores, ayudan a trazar mi camino.

Y por su puesto a la Universidad ESPOCH y a todas las autoridades, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de la investigación.

Liseth

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con todo mi cariño para mi familia.

De manera especial a mi hija Alexa Cristina Giler Rivadeneira, quien con su existencia y amor puro me inspira a seguir superándome.

A mi hermana Dayana Rivadeneira Baño, por ser mi mejor amiga, consejera y ejemplo a seguir, hoy que no estas sigues siendo mí pilar para continuar adelante.

A mi madre querida, Fanny Margarita Baño Lucio, porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompaña en todos mis sueños y metas, quien ha puesto toda su confianza para lograr un objetivo más en mi vida.

Con amor, Lisseth Cristina Rivadeneira Baño.

Lisseth

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO II

1. MARCO TEÓRICO	5
1.1. Antecedentes investigativos	5
1.2. Fundamentación teórica	6
1.2.1. Proyecto	6
1.2.1.1. Definición	6
1.2.1.2. Clasificación	7
1.2.1.3. Fases de diseño de un proyecto	9
1.2.1.4. Fase de Pre Inversión	10
1.2.1.5. Fase de Inversión	11
1.2.1.6. Fase de Operación	11
1.2.2. Factibilidad	12
1.2.2.1. Objetivos que determinan la Factibilidad	12
1.2.2.2. Estructura de la Factibilidad	13
1.2.2.3. Componentes del Estudio de Factibilidad	13
1.2.2.4. Pasos a seguir en el Estudio de Factibilidad	14
1.2.2.5. Aspectos básicos de la Factibilidad	15
1.2.3. Estudio de Mercado	16
1.2.3.1. Demanda	16
1.2.3.2. Demanda de Productos y Servicios	17
1.2.3.3. La Demanda de un Producto	18
1.2.3.4. Tipos de Demanda	18
1.2.3.5. Determinante de la Demanda	19
1.2.3.6. Oferta	19

1.2.3.7.	<i>Ley de la oferta</i>	19
1.2.3.8.	<i>Cambios de la cantidad ofrecida</i>	19
1.2.3.9.	<i>Cambios en la oferta</i>	19
1.2.3.10.	<i>Análisis de la oferta</i>	20
1.2.3.11.	<i>Cómo analizar la oferta</i>	20
1.2.3.12.	<i>Oferta del Producto</i>	21
1.2.3.13.	<i>Diferencia entre Demanda y Oferta</i>	22
1.2.4.	<i>Estudio Técnico</i>	23
1.2.4.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	23
1.2.4.2.	<i>Localización</i>	23
1.2.4.3.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	24
1.2.4.4.	<i>Infraestructura</i>	24
1.2.4.5.	<i>Tecnología</i>	24
1.2.4.6.	<i>Procesos productivos</i>	24
1.2.5.	<i>Estudio Financiero</i>	25
1.2.5.1.	<i>Ingresos y egresos terminales del proyecto</i>	25
1.2.5.2.	<i>El Valor Actual Neto</i>	26
1.2.5.3.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	28
1.2.5.4.	<i>Tasa de descuento</i>	28
1.2.5.5.	<i>Periodos de recuperación simple y descontada</i>	29
1.2.5.6.	<i>Razón Beneficio / Costo (B/C)</i>	29
1.3.	Marco conceptual	30
1.3.1.	<i>Estudio de Mercado</i>	30
1.3.2.	<i>Estudio Técnico</i>	30
1.3.3.	<i>Estudio Financiero</i>	31
1.3.4.	<i>Estudio Económico</i>	31
1.3.5.	<i>Estudio Ambiental</i>	31
1.4.	Idea a defender	32

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	33
2.1.	Modalidad de investigación	33
2.2.	Tipos de investigación	33
2.2.1.	<i>Investigación de campo</i>	34
2.2.2.	<i>Investigación Descriptiva</i>	34
2.2.3.	<i>Investigación Bibliográfica – Documental</i>	34

2.3.	Población	35
2.3.1.	<i>Población De Estudio</i>	35
2.4.	Métodos, técnicas e instrumentos	35
2.4.1.	<i>Métodos</i>	35
2.4.1.1.	<i>Método Deductivo</i>	35
2.4.1.2.	<i>Método Inductivo</i>	36
2.4.2.	Técnicas e Instrumentos	36
2.4.2.1.	<i>Encuestas</i>	36
2.4.2.2.	<i>Observación</i>	36

CAPITULO III

3.	MARCO PROPOSITIVO	37
3.1.	Resultados	37
3.1.1.	<i>Encuestas aplicadas a los productores de cacao de la asociación AGROCACAOTEROS Unión Milagreña</i>	37
3.2.	Verificación de la idea a defender	50
3.3.	Introducción	51
3.4.	Contenido de la propuesta	51
3.5.	Diagnóstico situacional de la asociación de AGROCACAOTEROS Union Milagreña.	52
3.5.1.	<i>Análisis del Macroentorno</i>	52
3.5.1.1.	<i>Político</i>	52
3.5.1.2.	<i>Económico</i>	52
3.5.1.3.	<i>Social</i>	53
3.5.1.4.	<i>Tecnológico</i>	53
3.5.1.5.	<i>Ambiental</i>	54
3.5.2.	<i>Análisis del Microentorno</i>	54
3.5.2.1.	<i>La competencia actual</i>	54
3.5.2.2.	<i>Los Proveedores</i>	55
3.5.2.3.	<i>Los Clientes</i>	55
3.5.2.4.	<i>Los productos sustitutos del cacao</i>	55
3.5.2.5.	<i>Nuevos proveedores</i>	55
3.5.3.	<i>Análisis Interno de la Asociación de AGROCACAOTEROS Unión Milagreña</i>	56
3.5.4.	<i>Matriz FODA</i>	57
3.6.	Estudio de mercado	58
3.6.1.	<i>Análisis de la Oferta</i>	58

3.5.4.1.	<i>Oferta Actual y Proyectada</i>	58
3.6.2.	<i>Análisis de la Demanda</i>	59
3.6.2.1.	<i>Demanda Actual y Proyectada</i>	59
3.6.3.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	60
3.7.	Plan de Marketing propuesto	60
3.8.	Creación de la filosofía corporativa administrativa	61
3.8.1.	<i>Nombre</i>	62
3.8.2.	<i>Logo y eslogan de la asociación</i>	62
3.8.3.	<i>Misión</i>	63
3.8.4.	<i>Visión</i>	63
3.8.5.	<i>Objetivos</i>	63
3.8.6.	<i>Políticas Generales de la asociación</i>	64
3.8.7.	<i>Principios y Valores de la asociación</i>	64
3.8.8.	<i>Estructura Orgánica de la asociación</i>	64
3.8.9.	<i>Manual de funciones Gerente</i>	65
3.9.	Estudio técnico	72
3.9.1.	<i>Componente Productivo</i>	72
3.9.1.1.	<i>Zonas de Producción</i>	72
3.9.1.2.	<i>Actividades de la producción y costos</i>	73
3.9.1.3.	<i>Estimación de la producción anual</i>	75
3.9.2.	<i>Centro de acopio</i>	77
3.9.2.1.	<i>Localización Centro de Acopio</i>	77
3.9.2.2.	<i>Tamaño de la Infraestructura</i>	78
3.9.3.	<i>Flujo de proceso de fermentado y secado en el centro de acopio</i>	80
3.9.3.1.	<i>Maquinaria y Equipo centro de acopio</i>	81
3.10.	Estudio financiero	81
3.10.1.	<i>Inversiones</i>	82
3.10.2.	<i>Compra de mercaderías proyectadas</i>	84
3.10.3.	<i>Costos Directos</i>	85
3.10.4.	<i>Costos Indirectos</i>	86
3.10.5.	<i>Depreciación</i>	87
3.10.6.	<i>Amortización</i>	87
3.10.7.	<i>Costos Administrativos</i>	88
3.10.8.	<i>Costos de Publicidad proyectada</i>	88
3.10.8.1.	<i>Gastos de distribución</i>	88
3.10.8.2.	<i>Gastos financieros</i>	89
3.10.9.	<i>Costos Financieros</i>	89

3.10.10.	<i>Ventas de mercaderías anuales</i>	90
3.10.11.	<i>Balance General Proyectado</i>	92
3.10.12.	<i>Estado de Resultados Proyectado</i>	93
3.10.13.	<i>Flujo neto de efectivo</i>	94
3.10.14.	<i>Punto de Equilibrio</i>	95
3.10.15.	<i>Evaluación económica</i>	95
3.10.15.1.	<i>Cálculo de la tasa de descuento</i>	95
3.10.15.2.	<i>Cálculo del Valor Actual Neto – VAN</i>	95
3.10.15.3.	<i>Tasa Interna de Retorno – TIR</i>	96
3.10.15.4.	<i>Periodo de Recuperación de Inversión – PRI</i>	97
3.10.15.5.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	97
	CONCLUSIONES	99
	RECOMENDACIONES	100
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Clasificación de los proyectos.....	8
Tabla 1-3:	Edad de los encuestados.....	37
Tabla 2-3:	Nivel de instrucción académica de los encuestados.	38
Tabla 3-3:	Percepción de los niveles de ingresos	39
Tabla 4-3:	Variedad de cacao cultivada.....	40
Tabla 5-3:	Superficie plantada de cacao.....	41
Tabla 6-3:	Antigüedad Plantaciones de Cacao.	42
Tabla 7-3:	Producción anual de cacao seco en grano (qq/ha).	43
Tabla 8-3:	Método productivo.....	44
Tabla 9-3:	Frecuencia de comercialización de cacao.....	45
Tabla 10-3:	Destino Comercial	46
Tabla 11-3:	Precio del quintal de cacao en seco	47
Tabla 12-3:	Infraestructura para post-cosecha.....	48
Tabla 13-3:	Percepciones sobre la construcción del centro de acopio.	49
Tabla 14-3:	Matriz FODA.....	57
Tabla 15-3:	Proyección de la oferta de cacao	58
Tabla 16-3:	Proyección de demanda	60
Tabla 17-3:	Demanda Insatisfecha	60
Tabla 18-3:	Funciones del Gerente.....	66
Tabla 19-3:	Funciones de la Secretaria.....	67
Tabla 20-3:	Funciones del Contador	68
Tabla 21-3:	Funciones del Vendedores	69
Tabla 22-3:	Funciones del Bodeguero.....	70
Tabla 23-3:	Funciones del Asistencia técnica.....	71
Tabla 24-3:	Estructura de costos de producción, Cacao Tradicional	74
Tabla 25-3:	Estimación de la producción y costos para el rubro de cacao.....	76
Tabla 26-3:	Factores de ubicación y valoración	77
Tabla 27-3:	Maquinaria y Equipos del centro de acopio	81
Tabla 28-3:	Inversiones.....	82
Tabla 29-3:	Inversiones diferidas	82
Tabla 30-3:	Capital de Trabajo.....	83
Tabla 31-3:	Resumen de la inversión	83
Tabla 32-3:	Compra de mercaderías proyectadas	84
Tabla 33-3:	Rol de pagos	85

Tabla 34-3: Costos Indirectos.....	86
Tabla 35-3: Depreciación	87
Tabla 36-3: Amortización	87
Tabla 37-3: Costos Administrativos.....	88
Tabla 38-3: Publicidad	88
Tabla 39-3: Gasto de distribución	89
Tabla 40-3: Gastos financieros.....	89
Tabla 41-3: Costos Financieros.....	89
Tabla 42-3: Tabla de amortización del préstamo.....	90
Tabla 43-3: Proyección de las ventas anuales	91
Tabla 44-3: Balance General Proyectado	92
Tabla 45-3: Estado de Resultados Proyectado.....	93
Tabla 46-3: Flujo neto de objetivo	94
Tabla 47-3: Calculo de la tasa de descuento.....	95
Tabla 48-3: Calculo del VAN	96
Tabla 49-3: Periodo de Recuperación de Inversión.....	97
Tabla 50-3: Relación Beneficio Costo.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3: Estructura de publicidad.....	61
Figura 2-3: Logo de la asociación	62
Figura 3-3: Eslogan de la Asociación.....	63
Figura 4-3: Mapa Cantón Joya de los Sachas.....	72
Figura 5-3: Mapa Parroquia Unión Milagreña	73
Figura 6-3: Localización Centro de Acopio	78
Figura 7-3: Fachada principal del galpón de almacenamiento del centro de acopio.....	79
Figura 8-3: Fachada frontal del secador solar del centro de acopio.....	79
Figura 9-3: Fachada lateral del secador solar del centro de acopio	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Ciclo de vida de un proyecto.....	9
Gráfico 1-3:	Edad de los encuestados.....	37
Gráfico 2-3:	Nivel de instrucción académica de los encuestados	38
Gráfico 3-3:	Percepción de los niveles de ingresos	39
Gráfico 4-3:	Variedad de cacao cultivada	40
Gráfico 5-3:	Superficie plantada de cacao.....	41
Gráfico 6-3:	Antigüedad Plantaciones de Cacao	42
Gráfico 7-3:	Producción anual de cacao seco en grano (qq/ha)	43
Gráfico 8-3:	Método productivo.....	44
Gráfico 9-3:	Frecuencia de comercialización de cacao	45
Gráfico 10-3:	Destino Comercial	46
Gráfico 11-3:	Precio del quintal de cacao en seco.....	47
Gráfico 12-3:	Infraestructura para post-cosecha.....	48
Gráfico 13-3:	Percepciones sobre la construcción del centro de acopio	49
Gráfico 14-3:	Organigrama estructural.....	65
Gráfico 15-3:	Flujo de proceso de fermentado y secado	80

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FOTO DE LA PRODUCCIÓN DE CACAO

RESUMEN

Las presentes investigaciones denominada proyecto para la creación de un centro de acopio de cacao, para la comercialización en la asociación de Agrocaacoteros unión Milagreña, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana período 2020, tuvo como objetivo satisfacer las necesidades del mercado, esto se logró mediante la aplicación de una metodología cualitativa y cuantitativa aplicada mediante una encuesta a los productores de cacao de la asociación en la cual se detalló el nivel de producción de cacao. Mediante un estudio de mercado se pudo identificar la demanda insatisfecha, se realizó el estudio técnico, administrativo legal y el estudio económico financiero que permitió establecer la viabilidad y rentabilidad del proyecto, donde se determinó la estructura de la inversión para poner en marcha el proyecto es de \$ 166.876,29 dólares, de los cuales se contará con un capital propio de aportación del GAD provincial de Orellana es de \$ 116.813,40 dicho valor representa el 70% y con crédito financiero en el BanEcuador de \$ 50.062,89, se realizó una proyección del estado de resultado y los flujos de caja logrando un VAN positivo de \$ 62.659,51, TIR de 35,63%, beneficio costo de \$ 1,38 y un PRI de 3 años 11 meses. Al desarrollar el diagnóstico situacional de la Asociación se puede apreciar que la principal ventaja es la experiencia productiva en cacao y la asociatividad que se ha generado, sin embargo, en la parroquia Unión Milagreña la comercialización del rubro cacao está en manos de una gran cadena de intermediación, que de manera referencial se postuló que los productores venden su producto actualmente el quintal de 100 libras en 85 dólares lo cual no es rentable para el productor. Se recomienda la pronta ejecución del proyecto a las autoridades gubernamentales a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial que a su vez sería el vínculo con el Gobierno Autónomo Provincial de Orellana que es el nivel que tiene la competencia exclusiva de fomento productivo para un mejor los niveles económicos de la población.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ASOCIACIÓN>, <ANÁLISIS FODA>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <JOYA DE LOS SACHAS (CANTÓN)>.



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS



31-08-2021

1676-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The present study called project for the creation of a cocoa collection center, for commercialization in the association of Agrocacaoteros Unión Milagreña, Joya de los Sachas canton, province of Orellana period 2020, aimed to satisfy the needs of the market. This was achieved through the application of a qualitative and quantitative methodology through a survey applied to the association's cocoa producers in which the level of cocoa production was detailed. Through a market study, it was possible to identify the unsatisfied demand, the technical, legal administrative and economic-financial study was carried out that allowed to establish the viability and profitability of the project, where the structure of the investment to start the project was determined. of \$ 166,876.29 dollars, of which there will be a capital contribution of the provincial municipality of Orellana is \$ 116,813.40, value that represents a 70% and a financial credit in BanEcuador of \$ 50,062.89. A projection of the income statement and cash flows was carried out achieving a positive NPV of \$ 62,659.51, IRR of 35.63%, a cost benefit of \$ 1.38 and a PRI of 3 years 11 months. After the situational diagnosis of the association, it can be seen that the main advantage is the productive experience in cocoa and the associativity that has been generated. However, in Unión Milagreña, the commercialization of the cocoa item is controlled by a large chain of intermediation, which in a referential way, it was stated that producers currently sell 100 pounds per quintal at 85 dollars, which is not profitable for a producer. The immediate execution of the project is recommended to government authorities through the Ministry of Agriculture and Livestock, and the Decentralized Autonomous Government, which in turn would be the link with the Provincial Autonomous Government of Orellana, which has the exclusive competence of productive development to improve the economic level of the population.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <MARKET STUDY>, <ASSOCIATION>, <SWOT ANALYSIS>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <NET CURRENT VALUE (VAN)>, <JOYA DE LOS SACHAS (CANTON)>.

 Luis
FERNANDO
BARRIGA
FRAY
Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2021.09.01
15:24:48 -05'00'

INTRODUCCIÓN

Visto desde la perspectiva agrícola el cacao es una fruta que destaca sus orígenes de cultivos a nivel mundial en las zonas tropicales de los continentes de América, África y Asia. De la mazorca producida, la semilla o grano de cacao es materia prima para la elaboración de productos semielaborados

En el presente trabajo de titulación se desarrollará proyecto para la creación de un centro de acopio de cacao, para la comercialización en la asociación de AGROCACAOTEROS Unión Milagreña, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana período 2020. debido a que mediante este proyecto se verifica en dar a conocer el cacao a las instituciones y de esta forma poder fomentar un proceso adecuado de cada uno para la creación de la empresa con las debidas fases que aclaren la forma de comercializar a los socios de dicha institución.

La perspectiva que se vive respecto a la comercialización del cacao orgánico brinda una excelente oportunidad de negocio, así surge el interés de este proyecto, para aprovechar la oportunidad de negocio respecto a la comercialización del cacao orgánico, a través de la elaboración de un plan de negocios que busque garantizar un mercado, fomentando el desarrollo de la región, sin olvidar la competitividad y los estándares de calidad para dicho producto ya que uno de los fundamentos de la agricultura orgánica es la exclusión de productos químicos.

Para la elaboración de la investigación se planteó como objetivos principales, el establecer el diagnóstico del entorno mediante la participación de los asociados, para identificar los problemas y desarrollar un estudio de mercado donde se analiza el sector y el producto, se determinan tanto la oferta como la demanda y se plantean estrategias del mercado objetivo; a fin de conocer la incidencia de estas variables en el proceso de comercialización.

Planteamiento del problema

El Ecuador desde mediados del siglo XX se ha consolidado como una de las economías en Latinoamérica enfocada en un modelo primario exportador, es decir generando materias primas del sector agropecuario, tales como cacao, plátano y camarón, aparte de los recursos de origen no renovable como es el petróleo. Este modelo tradicionalmente ha beneficiado a grandes productores de la región costa del país, siendo estos cultivos y zonas donde se han enfocado las ayudas y apoyos de parte de las entidades del ejecutivo, gestión descentralizada de las instituciones y la participación de organizaciones no gubernamentales.

Dentro de la Constitución ecuatoriana se ha promulgado el derecho hacia la asociatividad, misma que está sustentada en la Economía Popular y Solidaria, que tiene como objetivo fundamental el generar mejores condiciones en la vida de los actores sociales entorno a sus fortalezas asociativas y vinculativas, esto ha permitido la creación de organizaciones comunales que bajo un reglamento integral orientan su funcionamiento para poder generar capacidades organizativas y competitivas para enfrentar la dinámica comercial nacional y poder brindar productos y servicios de calidad.

Bajo este enfoque y condiciones se creó la Asociación de Agrocaaoteros Unión Milagreña, que se dedica a la producción de cacao tradicional y orgánico, durante la presente década ha tenido inconvenientes en la consolidación del ámbito productivo y el establecimiento de un proceso claro en la comercialización, generando efectos negativos en los socios productores. La problemática radica en la producción y comercialización que a pesar de iniciativas por parte de la directiva no se ha conseguido resultados positivos por la carencia de recursos físicos y económicos.

De manera paralela se debe mencionar que la Parroquia Unión Milagreña a través de su institución pública como es el GAD parroquial, no ha podido generar cambios ni mejoras en las condiciones de vida de los pobladores, debido a la carencia de infraestructuras productivas que dinamicen la economía local y tengan una repercusión directa en los ingresos de cada poblador. Además, que no se ha generado la gestión vinculante necesaria para poder interrelacionar las iniciativas de las entidades del ejecutivo, las entidades de los gobiernos locales y la población local para priorizar presupuestos que generen un impacto común entorno a las obras realizadas en beneficio de la comunidad de la parroquia.

Formulación Del Problema

¿Cómo a través de un Proyecto para el fortalecimiento de la producción y comercialización de cacao en la Asociación de Agrocaaoteros Unión Milagreña de la parroquia Unión Milagreña, del cantón La Joya de los Sachas, se obtendrá mejoras productivas y comerciales que beneficien a los niveles de vida de los productores de la localidad?

Delimitación del problema

El proyecto se lo desarrollará en la Asociación de Agrocaaoteros Unión Milagreña de la parroquia Unión Milagreña, del cantón La Joya de los Sachas, Provincia de Orellana, para el período 2020.

Justificación

A nivel nacional la producción agropecuaria presenta síntomas de pérdida de competitividad, por factores climáticos y comerciales, además se suma la reducida capacidad de los productores entorno a disponibilidad económica y de gestión oportuna para la atención de problemas locales.

Dadas las condiciones mencionadas y entorno al fomento de las vocaciones productivas en cada territorio y en un análisis del futuro de la producción primaria de la Parroquia Unión Milagreña vinculada a la problemática tratada previamente, es exhaustivo el planteamiento de un proyecto para mejorar las condiciones infraestructurales, productivas y comerciales de la producción agrícola enfocada en el cultivo de cacao.

Con el proyecto de un centro de acopio de cacao para la parroquia, se podrá a través de esta infraestructura productiva mejorar los resultados del trabajo asociativo de la Asociación de Agrocaateros Unión Milagreña, debido en primer lugar al establecimiento de requerimientos mínimos del proceso productivo a fin de mejorar la calidad del producto entregado, por otro lado se contará con un canal directo y formal de comercialización que evitará los procesos de intermediación de actores externos a la generación de valor para la organización. Impactando directamente en la mejora productiva y comercial de la Asociación a través de esta infraestructura productiva.

Finalmente, con el apoyo de la gestión pública del Gad Parroquial como ente vinculante en la localidad y entorno a las competencias exclusivas de este nivel de administración local, se puede gestionar el financiamiento para el proyecto en los niveles superiores de la descentralización incluso con entidades del ejecutivo como es el Ministerio de Agricultura y Ganadería que podría participar como un actor institucional clave para fortalecer la producción y la comercialización.

Objetivo General

Elaborar el proyecto para la creación de un centro de acopio para la Asociación de Agrocaateros Unión Milagreña, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana.

Objetivos Específicos

1. Definir el marco teórico que delinearé la investigación.
2. Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Asociación de Agrocaateros Unión Milagreña, para la determinación de la situación actual de los procesos de comercialización.

3. Desarrollar el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio que beneficie a los productores de cacao de la Asociación de Agrocaoceros Unión Milagreña.

CAPÍTULO II

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

En la investigación realizada por Pilataxi (2019), con el tema “Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro de acopio de cacao en la parroquia Puerto Limón en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas, concluye lo siguiente:

- Con el estudio de mercado realizado en este proyecto se pudo conocer que la demanda es de 8.720 quintales de cacao en el primer año, con una tasa de crecimiento anual del 10%. Esta demanda será cubierta en su totalidad y a la vez se va a generar una oportunidad para el desarrollo de la economía del país.
- Se eliminará la intermediación que existe de los comerciantes cacaoteros que vienen de las otras parroquias de Santo Domingo, ya que ellos son un obstáculo para el desarrollo y progreso de la parroquia. Facilitándose así la comercialización directa de entre el productor de cacao y la empresa comercializadora, brindándoles un precio justo por su producción a los cacaoteros de la parroquia y zonas aledañas.

En la investigación realizada por Muñoz (2018) con el tema “Plan de negocios para mejorar la gestión productiva y comercial de la Asociación de Productores Agrícola Santa Elvira, provincia de Esmeraldas, cantón Quininde, parroquia Rosa Zarate, periodo 2017”, previo a la obtención del Título Ingeniero en Administración de Empresas concluye lo siguiente:

- En cuanto al análisis de las condiciones productivas, se identificó que los rubros de cacao y palma aceitera se ajustaban al perfil productivo de la asociación, pero al momento de analizar las tendencias de mercado, los precios nacionales e internacionales y la estructura de costos, se concluye que la producción de cacao le permitirá al productor obtener mejor ganancia por cada hectárea producida en comparación con la palma aceitera.

- Al desarrollar el estudio financiero con las características productivas de la zona y el requerimiento de un centro de acopio para el desarrollo de las actividades de post-cosecha de cacao, se obtuvo un panorama amplio sobre la gestión de las autoridades de la asociación para solicitar el apoyo financiero y la construcción de infraestructura, con la dotación de equipos y máquinas de forma complementaria.

A través del análisis de estos tres distintos puntos de vista en los trabajos de investigación, se puede empezar a concebir que las realidades territoriales entorno a la producción agropecuaria y en especial cacao, tiene sentido para la población cuando en la localidad se puede disponer de infraestructuras para brindar valor a las materias primas y que el enfoque asociativo tiene un relevante efecto cuando se desea gestionar capacidad productiva y oferta para el mercado local

1.2. Fundamentación teórica

1.2.1. Proyecto

1.2.1.1. Definición

Hoy en día en el lenguaje popular las técnicas “plan”, “programa” y “proyecto” se delimitan usualmente de forma similar ya que todos estos técnicos hablan de dar solución a problemas determinados manifestados dentro de entidades ya sea de tipo privado o público. (Rodríguez, 2002).

En obtención de lo explícito en el párrafo anterior podemos delimitar a un proyecto como una estructura autónoma de inversiones, actividades, políticas y medidas institucionales o de otra índole, el cual es elaborado para cumplir con un objetivo específico de desarrollo en un tiempo y lugar específicos en una determinada región o para un sector de la sociedad bien estratificado o seleccionado. (Rodríguez, 2002).

Otra definición de proyecto marca que un proyecto es la unidad más complicada con la que se procura dar solución a un problema, el cual está conformado por un conjunto de recursos sean estos económicos, talento humano, materiales entre otros direccionados todos ellos al acatamiento de los objetivos planteados. (Ramírez, 2004).

Para los autores Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain definen un proyecto como el planteamiento de una solución inteligente a una problemática fijada que entre otros objetivos persigue solventar una necesidad humana. Cabe aludir que un proyecto surge para brindar respuesta lógica a una idea que se orienta a dar solución a una dificultad identificada ya sea este

de orden tecnológico o para optimizar los procesos de productividad de una empresa o estrictamente la forma de aprovechar una idea de negocio. (Sapag & Sapag, 2014).

1.2.1.2. *Clasificación*

Existen distintas tipos de categorización de proyectos de acuerdo con varios autores, existe una categorización que se inclina más al objetivo del impulso de este proyecto de titulación, la cual lo cataloga de acuerdo con el objetivo que este persigue y lo divide de la siguiente forma: (Sarmiento, 2009).

- Proyectos de inversión, el cual prioriza la obtención de recursos económicos.
- Proyectos de inversión social, se orientan el brindar bienestar a una comunidad en base a los beneficios que forme el proyecto.

Proyectos de Inversión

En el entorno empresarial existe una gran variedad de forma de inversión, así como las diferentes causas que forjan este tipo de inversión, pero no todas las empresas están en capacidad de poder soportarlas, hay varias de ellas que crean excedentes de liquidez las cuales pueden crear un proyecto de inversión, por ejemplo, para el cambio de una planta de producción o la creación de nuevos departamentos que ayuden a brindar un mejor servicio al cliente. De acuerdo con lo aludido concurren dos tipos de proyectos de inversión. (Sarmiento, 2009)

Inversiones que generan valor agregado: A este tipo de inversiones se las maneja para la generación de nuevas líneas de producto o nuevas áreas dentro de una empresa siempre conducentes a brindar un plus o un valor incorporado al cliente consumidor de nuestro producto o servicio.

Inversiones de carácter especulativo: Estas se hacen en el mercado de capitales y en general buscan compensar las necesidades de financiación que concurren en el mercado.

Proyectos de Inversión Social

Este tipo de proyectos tienen la particularidad principal que siempre están conducentes o busquen optimar la calidad de vida de la comunidad, la inversión debe estar direccionada a ya sea a optimar una subestructura que ya exista, así como mejora de la vialidad o si son proyectos nuevos, pero siempre encaminados en beneficio de la población.

No podemos dejar de aludir que para otros autores la categorización sea disímil ya que concurren innumerables formas de congregar a los disímiles tipos de proyectos la mayoría de las taxonomías revelan que se los debería catalogar de acuerdo con el objetivo que estos persiguen y el área donde serán aplicados. De acuerdo con lo anteriormente expuesto los proyectos se catalogan en: (Gomez et al., 2009).

- Proyectos de inversión o de desarrollo social
- Proyectos de investigación
- Proyectos de desarrollo tecnológico
- Proyectos de desarrollo administrativo
- Proyectos de inversión física

Para tener una idea concreta de la categorización de los proyectos lo vamos a sintetizar en el siguiente cuadro:

Tabla 1-1: Clasificación de los proyectos

CLASIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS			
PROYECTOS DE INVERSIÓN		PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL	
Inv. Generan valor agregado	Inv. Especulativas	Proyectos de infraestructura	Proyectos de desarrollo social
Proyectos de creación de nuevas unidades económicas Objetivo: Creación de una nueva empresa	Inversiones en el mercado intermediado	Proyectos de comunicación y transporte	Proyectos de vivienda
Proyectos de ampliación de empresas Objetivo: Agregar nuevos a una empresa en marcha	Inversiones en el mercado no intermediado	Proyectos eléctricos	Proyectos de cultura y turismo
Supervivencia de la empresa Objetivo: Desarrollar estrategias que mantengan la competitividad de la empresa		Proyectos de acueducto y alcantarillado	Proyectos de recreación y deporte

Fuente: (Gomez et al., 2009).

1.2.1.3. Fases de diseño de un proyecto

Las fases de gestión de un proyecto proveen la gestión de los mismo que dado el grado de complicación de los mismo se hacen cada vez más significativas tenerlo en la adquisición de cualquier tipo de proyecto, a este proceso se le conoce como ciclo de vida de un proyecto el cual es similar al ciclo de vida de un producto. Las fases para gestionar un proyecto se detallan a continuación: (Araujo, 2012).

- En una primera fase se habla de Pre inversión la cual está resignada por: Idea, Perfil, Prefactibilidad y Factibilidad
- Una segunda fase de Inversión que está formado por: Diseño final y Ejecución
- Una tercera fase de Operación la cual está formada por: Operación y Evaluación

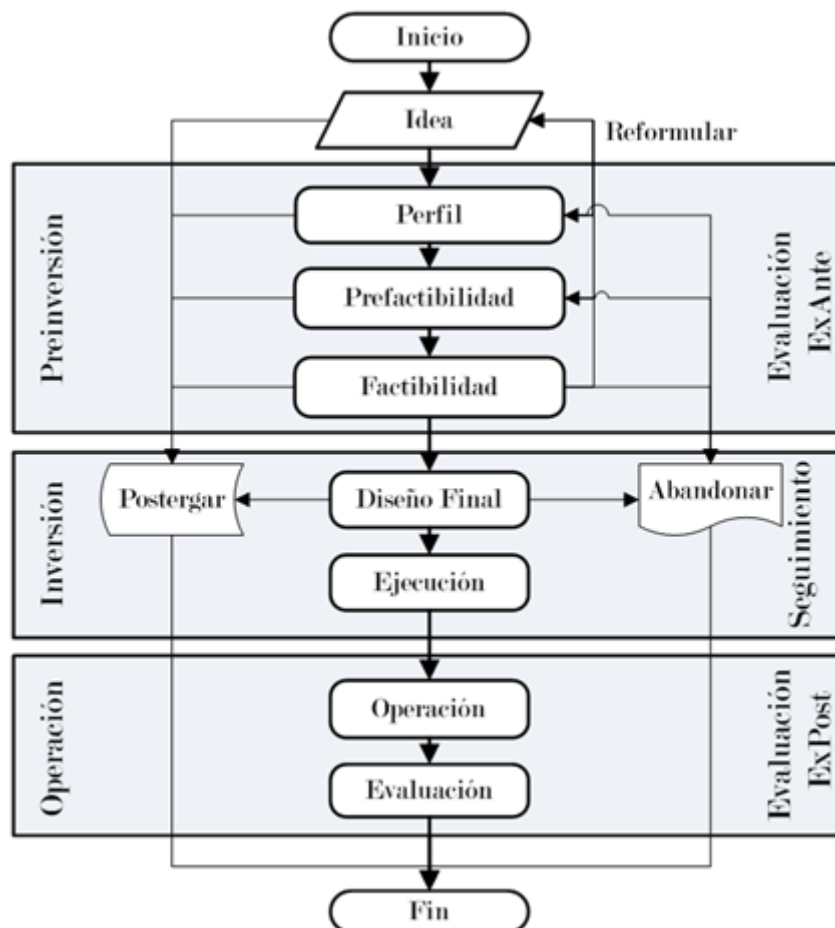


Gráfico 1-1: Ciclo de vida de un proyecto.
Fuente: (Araujo, 2012).

1.2.1.4. *Fase de Pre Inversión*

En esta fase el proyectista ejecuta un análisis previo, ejecuta toda la recopilación de datos con los cuales tomara la decisión de invertir o no en un explícito proyecto y transformar el plan de inversión. Este proceso de estudio y análisis se efectúa a través de un proceso de preparación y evaluación de proyectos para fijar la rentabilidad socioeconómica. (A. Hernández, Hernández, & Hernández, 2013).

Cabe indicar que en esta fase el proyectista hace uso de toda su experiencia para considerar los recursos utilizables, necesidad y trascendencia del proyecto de igual forma el monto de inversión. Esta fase percibe los siguientes niveles: Perfil, Perfectibilidad y Factibilidad.

Perfil

En este nivel si determina la dimensión del proyecto en esta fase el proyectista analiza la viabilidad del proyecto que se va llevar a cabo previo a seguir con la siguiente fase. En esta fase no es necesario realizar ningún tipo de estudio de mercado, en esta fase el informe se basa en documentación secundaria generada por otros departamentos. (A. Hernández et al., 2013).

Pre Factibilidad

A esta fase se la conoce también como fase de anteproyecto, este documento accede fijar con certeza la viabilidad tanto comercial, técnica, legal y administrativa del proyecto a ejecutar.

También se ejecuta un profundo análisis de todas las alternativas trazadas en la fase anterior es decir en la fase de perfil, dando paso a que se inicie con el estudio de factibilidad el cual ya forja un costo para la mejora del proyecto. (A. Hernández et al., 2013).

Factibilidad

Dentro del estudio de factibilidad se ejecuta la mejora de la mejor opción elegida en las fases anteriores, se lo conoce también como anteproyecto final o definitivo. Dentro de esta fase se ejecuta ya un estudio de mercado, cuenta con información técnica, legal, ambiental, administración, gestión, costos de inversión operación y financiamiento.

Como punto clave de esta fase es obtener la información más vera y efectiva que sirva a la empresa para tomar la mejor decisión en cuando la adquisición del proyecto. En esta fase se considera si

la opción opta solucionar el problema trazado y que las opciones desechadas sean innecesarias para el desarrollo del mismo. (A. Hernández et al., 2013).

1.2.1.5. *Fase de Inversión*

Dentro de la fase de inversión se discurre que el proyecto esté listo para ejecutar la inversión en el mismo, internamente de este proceso se programa y direcciona los recursos de convenio a las necesidades, en este punto es donde el factor económico toma fuerza ya que cada uno de los puntos a desarrollarse requiere un dispendio para que se lo ejecute, así como la adquisición de materiales equipos que se consignen al mismo y que lleven a éxito del mismo.

En este nivel se ejecuta un control designado las 4C (cronograma, costos, cantidad y calidad) los cuales compensarán ser cumplidos en su totalidad de acuerdo a lo descrito en el proyecto final. (Araujo, 2012).

Diseño Final

En esta etapa se ejecuta el diseño y estructura concluyente del proyecto que nos asevere la puesta en marcha del mismo, se obtiene toda la documentación técnica necesaria en la cual se basará el desarrollo del proyecto, en algunos casos será necesario ejecutar una revisión al estudio de factibilidad, hacer reajustes de la parte de presupuesto del proyecto. (Araujo, 2012).

Ejecución

Fase en la cual el proyecto toma forma, esta reside en brindar el equipamiento y capacitación necesarios al personal que va trabajar en el proyecto, siempre fundamentado en los presupuestos y cronogramas instituidos en los puntos anteriores.

En la fase de ejecución el proyecto se somete a todas las pruebas necesarias de su funcionamiento ya sea este un producto o servicio que se va a presentar al público, este proceso tiene por objetivo principal es descubrir las falencias, defectos que presente el proyecto. (Araujo, 2012).

1.2.1.6. *Fase de Operación*

Esta fase corresponde al proceso de ejercicio normal del proyecto, es la etapa en la que se originan los bienes y servicios en óptimos contextos de acuerdo a lo programado en los estudios de pre-inversión e inversión del ciclo de vida del proyecto. En la etapa se tiene el pleno inicio y la marcha

de la unidad productiva situada forjando el bien o servicio que solucionara el problema central del proyecto.

Es donde se inspecciona la información necesaria para evaluar el cumplimiento de los objetivos, fines y metas detalladas, y en el corto plazo permite ejecutar ajustes en los factores de producción y en el largo plazo lograr los resultados previstos.

Evaluación

Etapa en la que se mide y considera el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto, así como las metas, problemas y dificultades expuestas con el fin de conservar un historial de la eficiencia del proyecto. También permite considerar la eficiencia con la que usaron los recursos económicos en el proceso de desarrollo del proyecto además accede la retroalimentación de los procesos realizados para el desarrollo del proyecto. (Araujo, 2012).

1.2.2. Factibilidad

Según Lock (2013), “se concibe por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un explícito proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que ejecuta una organización para fijar si la idea que se propone será buena o mala, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según Coss Bu (2014), Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

Generalmente la factibilidad se fija sobre un proyecto. Estos resultados se conceden a la administración, quienes son los que aprueban la ejecución y ejecución del mismo.

1.2.2.1. Objetivos que determinan la Factibilidad

Para Córdoba (2016), los objetivos que fija la factibilidad son:

- Disminución de errores y mayor precisión en los procesos.
- Descenso de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejora 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 insignes.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto.

1.2.2.2. *Estructura de la Factibilidad*

Para Coss Bu (2014), un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- a) Presentar un resumen de proyecto.
- b) Elaborar cada parte por separado.
- c) Fundamentar cada parte en las anteriores.
- d) Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- e) Es importante que sea compendiado, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

Un proyecto factible, es el que opta cuatro evaluaciones básicas:

Evaluación Técnica. - Evaluación Ambiental. - Evaluación Financiera. - Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo, un proyecto puede ser viable técnicamente, pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

1.2.2.3. *Componentes del Estudio de Factibilidad*

Según Fernández, Barragán, & Quintero (2010), un estudio de factibilidad debe tener los siguientes componentes.

- Estudio de Mercado.

Tiene como finalidad fijar si existe o no, una demanda que evidencie la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

- Estudio Técnico.

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones referentes en esta área.

- Estudio Financiero.

Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que facilitaron las etapas anteriores.

Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.

Evaluar los antecedentes anteriores para fijar su rentabilidad.

1.2.2.4. *Pasos a seguir en el Estudio de Factibilidad*

Para el autor Baca (2013) los pasos a alcanzar en el estudio de factibilidad son:

1. Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto.

- a. Los egresos e ingresos iniciales de fondos
- B. Los ingresos y egresos de operación
- C. El horizonte de vida útil del proyecto
- D. La tasa de descuento
- E. Los ingresos y egresos terminales del proyecto.

2. Resultado de la evaluación del proyecto de inversión en condiciones de certeza, el cual se mide a través de diferentes criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican:

- a. El Valor Actual Neto (VAN)
- B. La Tasa Interna de Retorno (TIR)
- C. El Período de recuperación de la inversión (PRI)
- D. La razón Beneficio / Costo (BC)

3. Análisis bajo condiciones de incertidumbre y/o riesgo del proyecto. A través del método de: Análisis de la sensibilidad,

- a. Unidimensional (ASU)
- b. Multidimensional (ASM)

1.2.2.5. Aspectos básicos de la Factibilidad

La factibilidad para Briceño (2015) debe estar dispuesta por los siguientes aspectos:

- Factibilidad Operacional.

La utilización de un nuevo sistema puede ser excesivo complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema. Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser transportado u otras razones.

Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no acceda al personal adaptarse a él y aceptarlo. La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

- Factibilidad Técnica.

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas solicitadas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se discurren las interrelaciones entre los sistemas actuales y los nuevos.

Así mismo, estos estudios discurren si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica solicitada para diseñar, implementar, operar y conservar el sistema propuesto.

- Factibilidad Económica.

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de conseguir y operar cada sistema alternativo se identifican y se instituye una comparación entre ellos. Esto permite distinguir el más provechoso para la organización.

Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.
- La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.
- Se fijan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

1.2.3. Estudio de Mercado

Según Meza (2010), es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. La importancia del estudio de mercado está en que recoja toda la información sobre los productos que supone suministrará una iniciativa, y porque contribuyen información valiosa para el desarrollo de la productividad. Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la organización ejecutará sus actividades económicas.

Los siguientes son los aspectos fundamentales mínimos que se deben considerar en un estudio de mercado:

- Determinación de un bien o servicio. Reside en hacer una descripción precisa del bien o servicio que se va vender.
- Intepidez del segmento de mercado área de cobertura que tendrá el bien o servicio.
- Ejecución de diagnósticos relativos a la oferta y demanda del bien o servicio.
- Proyección o pronóstico de la oferta y demanda del bien o servicio.
- Cuantificación de la demanda insatisfecha, sí existe.
- Determinación de los canales de comercialización que se manejaran para hacer llegar el bien o servicio al consumidor final.

1.2.3.1. Demanda

Para el autor Rojas (2016), la cantidad de un bien o servicio que los hogares desearían comprar se denomina “demanda” por ese bien o servicio. La demanda es un flujo, nos interesa no una sola compra aislada, sino el flujo continuo de compras.

La demanda depende de varios aspectos entre ellos los gustos y distinciones de los miembros de la sociedad, del tamaño de la población, del nivel de ingreso y de la distribución del ingreso.

Entre otros factores que afectan el comportamiento de la demanda se encuentran:

Ingreso de los consumidores (Y): si varía el ingreso, la tendencia a comprar varía, si crece se conoce como bien superior, se puede mantener, bien neutro, si reduce se conoce como bien inferior.

Cantidad de consumidores (N): si varía el número de consumidores en el mercado, se modifica la demanda en el mismo sentido.

Precio de los bienes complementarios P_c ; al variar el precio de un bien complementario se modifica en sentido contrario.

Precio de los bienes sustitutos P_s ; si varía el precio de un bien sustituto se modifica la demanda en el mismo sentido.

Gustos y preferencias (GP), no se pueden cuantificar, pero si se prevé en el proceso decisional.

Expectativas (E), la expectativa hace que el consumidor adelante o aplaze las compras.

La función demanda se puede expresar como: $D = f(p, Y, N, P_c, P_s, GP, E)$ Esta función es compleja y no es necesario desplegar una teoría de la demanda. Un artificio manejado por los economistas es conjeturar que todas las variables independientes excepto una se mantiene constante, este artificio se designa *ceteris paribus*. (Rojas, 2016)

Al considerar la demanda, se puede aludir que para la investigación es primordial al cubrir una necesidad de los posibles clientes que van a existir para la compra del cacao.

1.2.3.2. *Demanda de Productos y Servicios*

Según manifiesta Morales (2013), la demanda está ligada a la satisfacción de necesidades o deseos de los clientes o consumidores. De la relación del producto o servicio ofrecido y la satisfacción de una necesidad, se forja la demanda. En la demanda juega un papel importante la capacidad de pago, el gusto, la marca, la capacidad de endeudamiento, la fidelización de los clientes, entre otros. Cuando el cliente no obtiene el producto o servicio deseado se genera la demanda insatisfecha, la cual genera la oportunidad de nuevos oferentes en el mercado.

1.2.3.3. *La Demanda de un Producto*

Según indica Sapag & Sapag (2014), el análisis de la demanda establece uno de los aspectos centrales para las iniciativas productivas, por la incidencia de ella en los resultados del negocio.

De acuerdo con la teoría de la demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio estriba del precio que se le determine, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las distinciones del consumidor.

La cantidad demandada de un bien aumenta al bajar el precio del producto, al aumentar el precio de los bienes sustitutos o reducirse el de los complementarios, al crecer el ingreso del consumidor y al aumentar las preferencias del consumidor por ese producto.

Se entiende por estudio de mercado el lugar físico o virtual donde interactúan oferentes y demandantes en la compra y venta de un bien o servicio en una sociedad organizada, también es el resultado de un proyecto, por lo que se debe conseguir una visión clara de las particularidades del bien o servicio que se piensa colocar en el mercado.

1.2.3.4. *Tipos de Demanda*

De acuerdo al momento que se da la demanda esta puede ser:

- **Demanda real o efectiva**

Es el volumen total de transacciones de un producto o servicio a un precio explícito, dentro de un área explícita en el momento actual.

- **Demanda Potencial**

Volumen probable que alcanzase la demanda real por el aumento normal o futuro o bien si se modificara ciertas condiciones del medio que la limitan.

Otra forma de catalogar a la demanda es desde el punto de vista de quien es el consumidor, la demanda puede ser directa, intermedia o complementaria. En el primer caso el producto es obtenido por el consumidor final. En el segundo, el producto se usa como insumo de la producción del satisfactor final, mientras que en el tercero el producto se usa como complementario de la producción del satisfactor. (Briceño, 2015).

1.2.3.5. *Determinaste de la Demanda*

Las cantidades de un producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado (la demanda), estarán explícitas por los siguientes factores: (Córdoba, 2013)

- Los gustos y preferencias de los consumidores: hay una relación directa entre los gustos y distinciones y la demanda. Esto es, si los gustos y preferencias por el producto varían en favor de este la demanda tiende a aumentar y viceversa. Los gustos y preferencias, a su vez, estarán restringidos por la costumbre, el hábito y la cultura.
- El número de consumidores: también hay una analogía directa entre el número de consumidores y la demanda.
- El precio de los productos sustitutos: el precio del producto, con reseña al precio de los productos sustitutos es un factor de gran importancia.
- Los ingresos de los consumidores: también hay una relación directa entre el ingreso del consumidor y la demanda del producto.
- El nivel general de los precios: también es un factor concluyente de la demanda.

1.2.3.6. *Oferta*

Según lo manifiesta Córdoba (2016), la oferta es una analogía que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían prevenidos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás persiste constante.

1.2.3.7. *Ley de la oferta*

La cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayores precios menores cantidades ofrecidas, a menores precios menores cantidades ofrecidas.

1.2.3.8. *Cambios de la cantidad ofrecida*

Son los movimientos a lo largo de una curva de oferta dada creados por la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio.

1.2.3.9. *Cambios en la oferta*

Son las variaciones en las cantidades ofrecidas resultantes no de cambio en los precios sino de alteraciones en otros factores como son:

- El cambio en la tecnología: el cambio en la técnica de producción puede involucrar una disminución en los costos, lo cual incentivará la producción.
- Las expectativas de los productores: los productores toman las decisiones en función de lo que esperan que va a pasar con la economía en el futuro.
- El precio de los factores productivos: cuando crece el precio de los factores productivos se incrementan los costos de producción. Un aumento en la oferta simboliza que a un mismo precio los vendedores estarán dispuestos a ofrecer una mayor cantidad del bien en cuestión. Una disminución en la oferta se representa por un desplazamiento a la izquierda de la curva de oferta, entonces a un precio dado los vendedores estarán dispuestos a vender una menor cantidad que antes.

Según menciona Baca (2013), la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está prevenido a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

1.2.3.10. *Análisis de la oferta*

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es fijar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La Investigación de campo, que se haga deberá tomar en cuenta todos estos componentes junto con el entorno económico.

1.2.3.11. *Cómo analizar la oferta*

Aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue la misma forma que en la investigación de la demanda. Esto es, hay que conseguir datos de fuentes primarias y secundarias. Respecto a las fuentes secundarias externas, se tendrá que realizar un ajuste de puntos, con alguna de las técnicas descritas, para proyectar la oferta. (Fernández et al., 2010).

Sin embargo, habrá datos muy importantes que no surgirán en las fuentes secundarias y, por tanto, será necesario ejecutar encuestas. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

1.2.3.12. *Oferta del Producto*

Según lo que indica Blanco (2013), estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Considera las condiciones de producción de las empresas productoras más significativas. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá facilitar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

1. **Situación actual**

Presenta y analiza datos estadísticos suficientes para determinar la evolución de la oferta. Para ello siga el siguiente esquema:

- Series estadísticas de producción e importación.
- Cuantifique el volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.
- Haga un inventario crítico de los principales oferentes, señalando las condiciones en que realizan la producción las principales empresas del ramo. Debe señalar los siguientes aspectos.
 - Volumen producido.
 - Participación en el mercado.
 - Capacidad instalada y utilizada.
 - Capacidad técnica y administrativa.
 - Localización con respecto al área de consumo.
 - Precios, estructura de costos.
 - Calidad y presentación del producto.

2. **Análisis del régimen de mercado**

Presenta información suficiente que permita conocer, si la estructura del mercado del producto, es de competitividad perfecta, imperfecta y sus diversos matices.

3. Situación futura

La evolución previsible de la oferta, exponiendo hipótesis sobre los factores que influirán sobre la intervención del producto en la oferta futura. Se deben destacar:

- Las posibilidades de aumento en el grado de uso de la capacidad ociosa de los productores actuales.
- Existencia de planes y proyectos de incremento de la capacidad instalada por parte de los productores actuales.
 - Analice los factores influyentes en la evolución previsible de la oferta.
 - Examine los datos sobre la evolución previsible
 - Evolución del sistema económico.
 - Cambios en el mercado proveedor.
 - Medidas de política económica.
 - Régimen de precios, mercado cambiario.
 - Factores aleatorios y naturales.
- Projete la oferta concreta con los factores anteriores, y logrará la oferta futura del bien.

El análisis de la oferta se basa más en la competencia, precios y el volumen de los productos que son ofertados.

1.2.3.13. *Diferencia entre Demanda y Oferta*

Según lo manifiesta Aguirre (2014), la disconformidad permite instituir si existe demanda insatisfecha en el caso de que la demanda sea mayor que la oferta y demanda satisfecha en caso de que la oferta sea mayor que la demanda, si estas son iguales se dice que el mercado se encuentra en equilibrio.

DEMANDA = OFERTA; El mercado está en equilibrio

DEMANDA > OFERTA; Demanda Insatisfecha o Exceso de Demanda

DEMANDA < OFERTA; Demanda Satisfecha o Exceso de Oferta.

La diferencia entre la demanda y la oferta nos permite en esta investigación estar en equilibrio en el mercado ya que por ende existen muchas consecuencias, pero a pesar de eso tener que salir y ser más competitivos.

1.2.4. Estudio Técnico

1.2.4.1. Tamaño del proyecto

Para Arango (2014), La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

- La primera se refiere al volumen de producción que bajo contextos técnicos óptimos se logra a un costo unitario mínimo.
- La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen registran durante el mayor tiempo a lo largo del períodopreciado al costo unitario mínimo.
- La capacidad máxima se describe a la mayor producción que se puede lograr sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción.

Como concepto de tamaño de planta se adopta de las definiciones anteriores, la oportuno a la capacidad de producción normal, la que se puede enunciar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta. (Blanco, 2013).

1.2.4.2. Localización

Con el estudio de microlocalización se elegirá la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios. (Carrasquero, 2004).

En la decisión de su ubicación se discurrirán los aspectos siguientes:

1. Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.
2. Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.
3. Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.
4. Disponibilidad de fuerza de trabajo conveniente atendiendo a la estructura de particularidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
5. Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

1.2.4.3. *Ingeniería del proyecto.*

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio. (Arango, 2014).

1.2.4.4. *Infraestructura*

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se ejecuta en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a ejecutar, en tal sentido instituir las particularidades del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar: (Córdoba, 2016).

- El área del local
- Las particularidades del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

1.2.4.5. *Tecnología*

Reside en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc., en una empresa textil poseemos las máquinas de costura recta, remalla dotas, bordadoras, etc. (Blanco, 2013).

1.2.4.6. *Procesos productivos*

En toda actividad productiva concurren procesos que acceden llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo invariable de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. por tal motivo es significativo diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio. (Morales, 2013).

Determinación de necesidades de insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que accedan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente fijar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la organización se puedan instituir. (Gomez et al., 2009).

1.2.5. Estudio Financiero

1.2.5.1. Ingresos y egresos terminales del proyecto

Ocurren en el último año de vida útil considerado para el proyecto. Puede incluir: Recuperación del valor del Capital de Trabajo Neto, el valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Para Sapag & Sapag (2014), al evaluar una inversión, normalmente la proyección se hace para un período de tiempo inferior a la vida útil real del proyecto, por lo cual al término del período de evaluación es necesario apreciar el valor que podría tener el activo en ese momento, por algunos de los tres métodos reconocidos para este fin, para calcular los beneficios futuros que podría generar desde el término del período de evaluación en lo adelante.

El primer método es el contable, que calcula el valor de desecho como la suma de los valores contables (o valores en libro) de los activos.

El segundo método parte de la base de que los valores clasificables no reflejan el verdadero valor que podrán tener los activos al término de su vida útil. Por tal motivo, plantea que el valor de desecho de la empresa concernirá a la suma de los valores comerciales que serían posibles de esperar, corrigiéndolos por su efecto tributario.

El tercer método es el designado económico, que admite que el proyecto valdrá lo que es capaz de crear desde el momento en que se evalúa hacia adelante. Dicho de otra forma, puede apreciar el valor que un comprador cualquiera estaría dispuesto a pagar por el negocio en el momento de su valoración. (Gómez, 2005)

La construcción del flujo de caja puede asentar en una estructura general que se emplea a cualquier finalidad del estudio de proyectos.

El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son suplementarios entre sí. Los criterios que se aplican con mayor frecuencia son: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de recuperación de la inversión (PRI) y la relación Beneficio / Costo (B/C).

1.2.5.2. *El Valor Actual Neto*

Es un criterio de inversión que reside en restablecer los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor restablecido neto o valor presente neto (VPN).

Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés explícito. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos incondicionales netos, es decir, en n° de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.).

Se maneja para la valoración de desemejantes opciones de inversión. Ya que calculando el VAN de disímiles inversiones vamos a conocer con cuál de ellas vamos a conseguir una mayor ganancia. (Morales, 2013).

Fórmula del VAN:

$$VAN = \frac{\sum \text{Flujos De Efectivo}}{(1 + i)^n} - I_o$$

También para Anzil (2012), el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se concreta como el valor renovado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete formar a lo largo de su vida.

Una inversión es efectuarle cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que deducir también su valor actual).

Por su parte, persiguiendo este criterio, de entre diferentes inversiones alternativas son destacados aquellas cuyo VAN sea más elevado, porque serán los proyectos que mayor riqueza suministren a los apostadores de capital y, por tanto, que mayor valor aportan a la organización.

Para ver por qué, admitamos que un proyecto tiene un VAN igual a cero, ello querrá decir que el proyecto forja los suficientes flujos de caja como para pagar: los intereses de la financiación ajena

excedente, los rendimientos esperados (dividendos y ganancias de capital) de la financiación propia y devolver el desembolso inicial de la inversión.

Por tanto, un VAN positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso irá a parar a los apostadores de la organización, quiénes verán el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta dependencia directa entre la riqueza de los accionistas y la enunciación del VAN es la que hace que este criterio sea tan significativo a la hora de valorar un proyecto de inversión.

El resultado será el valor actual neto o valor actual neto. Si el mismo es positivo el proyecto será admitido; si es negativo será rechazado si se tratara de dos proyectos recíprocamente preciso se efectuará el de valor actual neto mayor. En el caso de que, por la aplicación de este criterio, el resultado sea cero, trascenderá igual la decisión de aceptar o no el proyecto. (Morales, 2011)

El criterio del VAN a pesar de ser el más idóneo de cara a la apreciación de los proyectos de inversión adolece de algunas limitaciones que es útil tener presente y conocer.

Es incapaz de valorar correctamente aquellos proyectos de inversión que reúnen opciones reales (de crecimiento, abandono, diferimiento, aprendizaje, etcétera) lo que involucra que el valor conseguido a través del simple descuento de los flujos de caja infravalorarse el verdadero valor del proyecto. Es decir, el criterio VAN supone, o bien que el proyecto es totalmente variable (se puede renunciar anticipadamente recuperando toda la inversión realizada), o que es irreversible (o el proyecto se acomete ahora o no se podría realizar nunca más). Por ello, la posibilidad de retrasar la decisión de invertir socava la validez del VAN, de hecho, la espera para lograr más información tiene un valor que este criterio no incorpora. (Morales, 2011).

La otra limitación consiste en que la forma de calcular el VAN de un proyecto de inversión conjetura, implícitamente, que los flujos de caja, que se espera provean a lo largo de su vida, deberán ser reinvertidos hasta el final de la misma a una tasa idéntica a la de su coste de oportunidad del capital. Esto no sería un problema si dichos flujos de fondos fuesen reinvertidos en proyectos del mismo riesgo que el actual (suponiendo que el coste de oportunidad del capital se mantenga invariable, lo que es mucho suponer), pero si ello no se cumple, el VAN objetivamente conseguido suspenderá del calculado previamente.

1.2.5.3. *Tasa Interna de Retorno*

Según Aponte, Muñoz, & Álzate (2017), la tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se delimita como aquel tipo de actualización o descuento que precepto el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto.

Es la tasa que convierte al VAN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos restituidos son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados.

Lo que representa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero. Si sustituimos dicha tasa (TIR) en la fórmula del VAN, este nos dará como resultado cero. (Morales, 2011)

TIR mayor a Tasa de actualización se acepta el proyecto.

TIR igual a la tasa de actualización se acepta o rechaza el proyecto.

TIR menor a tasa de actualización se rechaza el proyecto.

Formula TIR:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

1.2.5.4. *Tasa de descuento*

La tasa de descuento es otro aspecto sobre el que es necesario profundizar en el objetivo de percibir el contenido económico del VAN. Esta requiere de análisis tanto en su aspecto cuantitativo como cualitativo.

Mientras que, en su aspecto cualitativo, uno de los principales conflictos para el cálculo del VAN es, precisamente, la de delimitar la tasa de descuento a manejar. El proyecto supuesto teórico parte de la hipótesis de la efectividad de un mercado financiero, y postula que esta tasa viene explícita por la tasa de interés que rige en el mercado financiero, tasa ésta a la que se podría lo mismo pedir que prestar dinero, y que no variaría para cualquiera que fuera el monto solicitado. Pero, como se sabe, esta no es una hipótesis objetivo, pues son diversas las tasas de interés existentes en el mercado, tampoco es la misma tasa de interés a la que se presta que a la que se puede pedir prestado y, además; esta tasa está inscrita al nivel de riesgo que tenga cada inversión en particular. Por tanto, el cálculo del VAN no sólo comportará algunas dificultades, sino que dará sólo un valor

inmediato al valor del activo, aunque -según la experiencia- útil para la toma de decisiones. (Sapag & Sapag, 2014).

Otro criterio ordinariamente aceptado para fijar la tasa de descuento es el del costo de oportunidad del capital. Al respecto, si se parte del principio de la escasez de los recursos, resulta mucho más comprensible y factible, instituir como tasa de descuento el costo de oportunidad del capital, concebir por éste, el de la mejor alternativa de uso de los recursos, es decir, la rentabilidad a la que se renuncia en una inversión de riesgo similar por colocar los recursos en el proyecto. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2014).

En este sentido, es frecuente encontrar que la tasa de interés activa (a la que presta dinero la banca nacional) es sumamente alta, es costoso y difícil conseguir créditos externos, debido al llamado riesgo país, lo que repercute en el aumento de la tasa de interés a que se logran estos recursos.

Ello, se suma a que las economías del tercer mundo, distinguidas, básicamente, por la alta participación del sector agropecuario y de la pequeña y mediana industria, sectores donde -en general- es baja la tasa de rentabilidad, por tanto, contextos en que la tasa de interés es mayor que la tasa de rentabilidad. En este contexto, podrían también concurrir ramas de la economía, en que el costo del dinero sea mayor que el costo de oportunidad del capital (dadas las restricciones que se resisten en los mercados de capitales), por tanto, en que habría que calcular la tasa de descuento a partir de la tasa de interés. (Alcócer & Ramirez, 2014).

1.2.5.5. *Periodos de recuperación simple y descontada.*

El período de recuperación reside en fijar el número de períodos necesarios para redimir la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja forjados, resultado que se compara con el número de períodos admisibles por la administración o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto. (Sapag & Sapag, 2014).

1.2.5.6. *Razón Beneficio / Costo (B/C).*

Incorpora cuanto se gana por encima de la inversión interpretada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costos se sujeta a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es indicado en forma relativa. (Gómez, 2005).

La decisión a tomar consiste en:

$B/C > 1.0$ aceptar el proyecto.

$B/C < 1.0$ rechazar el proyecto.

Fórmula de la Relación Beneficio Costo

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

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Estudio de Mercado

Para Malhotra (2016), "el estudio de mercado reside en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

Según Randall & Peris (2003), define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de mercado."

1.3.2. Estudio Técnico

El objetivo de un estudio técnico es verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, considerando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a manejar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución. (Prieto, 2014).

El estudio técnico busca responder a las interrogantes: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá la organización?, así como delinear la función de producción óptima que mejor maneje los recursos servibles para lograr el producto o servicio deseado. (Córdoba, 2016).

El hecho de que un proyecto sea viable técnicamente figura que el bien o servicio que el proyecto va a ofertar puede ser producido o comercializado con la tecnología útil y asequible para el inversionista, en la cantidad y calidad proyectada, y en la localización elegida a un costo competitivo. (Arango, 2014).

1.3.3. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una organización para ser defendible, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte esencial de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede considerar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión, como puede ser la creación de una nueva área de negocios o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012).

1.3.4. Estudio Económico

El estudio económico accede la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera metódica y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis interpretado en la etapa anterior (Estudio Técnico) que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto. Este estudio en especial, intuye el monto de los recursos económicos necesarios que implica la ejecución del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la intrepidez del costo total requerido en su periodo de operación (Gomez et al., 2009).

1.3.5. Estudio Ambiental

El autor Canter (2013), dice que hay impacto ambiental cuando “una acción o actividad origina una alteración, favorable o desfavorable, en el medio o en alguno de los componentes del medio. Esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, un programa, un plan, una ley o una disposición administrativa con alcances ambientales”.

El impacto de un proyecto o programa sobre el medio ambiente es la disconformidad entre la situación del medio ambiente futuro modificado, tal y como se exteriorizaría como consecuencia de la ejecución del proyecto, y la situación del medio ambiente futuro tal como habría aumentado normalmente sin tal actuación. Es decir, la alteración neta (positiva o negativa en la calidad de vida del ser humano) resultante de una actuación, en la que también puede estimar la variación del impacto en función del tiempo.

1.4. Idea a defender

Con el desarrollo de un proyecto para la creación de un centro de acopio de cacao en la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, se crea un fortalecimiento de la asociatividad productiva y se suscita la comercialización del cacao.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Modalidad de investigación

La presente investigación del proyecto de creación de un centro de acopio de cacao estará apreciada dentro de los campos administrativos y económicos, siendo las modalidades a utilizar la cualitativa y la cuantitativa.

➤ **Modalidad Cualitativa**

Según Ruiz (2012), el método suministra o provee datos descriptivos de aquellos aspectos sutiles del comportamiento del ser humano y de la vida, como las creencias y actitudes.

La modalidad cualitativa porque se procura conocer la situación actual y la realidad de la producción de cacao de los miembros de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña.

➤ **Modalidad Cuantitativa**

Según manifiesta Oberti & Bacci (2016), la modalidad cuantitativa se basa en los números para investigar, considerar y comprobar información y datos; este intentar especificar y definir la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados derivados.

La modalidad cuantitativa nos permite considerar los datos numéricos al momento de ejecutar el trabajo de investigación en las cuales se va hacer uso de encuestas, donde tomaremos la totalidad de productores de la Asociación, a fin de poder determinar las condiciones productivas del cacao en la localidad.

2.2. Tipos de investigación

En la presente investigación se ejecutará tres tipos de investigación las cuales nos ayudarán a conseguir resultados de la producción de cacao a fin de crear la propuesta del proyecto.

2.2.1. Investigación de campo.

Manifiesta Atagua, Donatti, & Ferrer (2015), se establece en el lugar de los hechos donde se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema diseñado previamente.

Se aplicará esta investigación a los productores de cacao de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña ya que servirá para conseguir información clara sobre la problemática existente en cuanto a los ámbitos productivos y comerciales.

La investigación fue empleada dentro de la metodología de Investigación de campo., ya que esta se debe establecer en el lugar en el cual se presenta el problema, explícito una interacción entre la realidad y objetivos del estudio.

2.2.2. Investigación Descriptiva

Según manifiesta Del Cid, Méndez, & Sandoval (2011), el propósito del investigador es referir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta explícito fenómeno. Los estudios descriptivos buscan definir las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o mecanismos del fenómeno o fenómenos a investigar.

Desde el punto de vista científico, referir es medir, una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia referir lo que se investiga.

La investigación fue encaminada a los productores de cacao, ya que con ellos se llevará adelante la proposición la para la creación del centro de acopio del cacao, por tal razón es destacado narrar las condiciones productivas y comerciales a las cuales están sometidos estos productores y confrontar que aspectos incluso desde la asociatividad se puede optimar.

2.2.3. Investigación Bibliográfica – Documental

Según manifiesta Arias (2015), es aquella búsqueda en documentos escritos o narrados por expertos en el tema sobre el cual queremos conocer más. Al recopilar la información derivada en ellos, se pueden comenzar a considerar de forma tal, que podamos fijar hacia dónde nos orienta la

información que haya, es decir, si necesitamos profundizar más hacia un tema en específico, si hay algún tema nuevo sobre el cual podemos comenzar a indagar, etc.

Es importante aludir, que cuando hablamos de investigación documental, nos relatamos a algo que ya tenemos planeado y lo hacemos de una forma sistemática hacia cumplir un propósito. Se empleará la investigación bibliográfica de libros para lograr conocimientos o ideas de diferentes autores y estructurar el marco teórico para la propuesta.

2.3. Población

2.3.1. Población De Estudio

En el siguiente estudio se va a ejecutar una encuesta, misma que se empleó al total de integrantes de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña que para el 2019 se registraron 120 productores de cacao según consta en los documentos que posee la asociación y su registro en el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IESP)

2.4. Métodos, técnicas e instrumentos

En el proceso de la investigación científica se manejan diversos métodos, que a continuación se detallan:

2.4.1. Métodos

2.4.1.1. Método Deductivo

Según manifiesta Robles (2015), en este proceso el razonamiento parte de una o más declaraciones para llegar a una conclusión. La suposición conecta las premisas con las conclusiones; si todas las premisas son ciertas, los términos son claros y las reglas de presunción son usadas, la conclusión debe ser cierta. En una deducción, se aborda con un argumento general o hipótesis y se examinan las posibilidades para llegar a una conclusión específica y lógica.

Se inicia desde las premisas generales, para sacar conclusiones del tema que se está investigando y poner énfasis en la teoría y su aplicabilidad. Se parte del marco teórico.

2.4.1.2. *Método Inductivo*

Según Robles (2015), es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se realiza a conocimientos ordinarios. Este método accede la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

Fue empleado en el análisis de las encuestas realizadas al sector beneficiario, ya que accedió conseguir conclusiones importantes para la investigación, pues parte de lo particular a lo general.

Para el desarrollo del análisis de la situación inicial de la Asociación se inició desde el conocimiento de los aspectos productivos de los productores de cacao, para lograr nociones sobre los procesos productivos.

2.4.2. *Técnicas e Instrumentos*

En la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas o instrumentos.

2.4.2.1. *Encuestas*

Según manifiestan Trespacios, Bello, & Vázquez (2005), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan asemejar a priori las preguntas a ejecutar, las personas apartadas en una muestra representativa de la población, definir las respuestas y fijar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

La encuesta se aplicó a los productores de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña que en su totalidad al momento de estudio fueron 120 miembros.

2.4.2.2. *Observación*

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2006), la observación a través de los sentidos es el método más antiguo usado por los investigadores para referir y percibir la naturaleza y el ser humano. La observación pretende describir, explicar y comprender, descubrir patrones.

Se realiza en el lugar de los hechos donde sucede el fenómeno, se requieren para la investigación.

CAPITULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

3.1. Resultados

3.1.1. Encuestas aplicadas a los productores de cacao de la asociación AGROCACAOTEROS Unión Milagreña

Edad

Tabla 2-3: Edad de los encuestados.

Categoría	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-28 años	3	3%
29-39 años	15	13%
40-50 años	56	47%
51-60 años	35	29%
más de 60 años	11	9%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

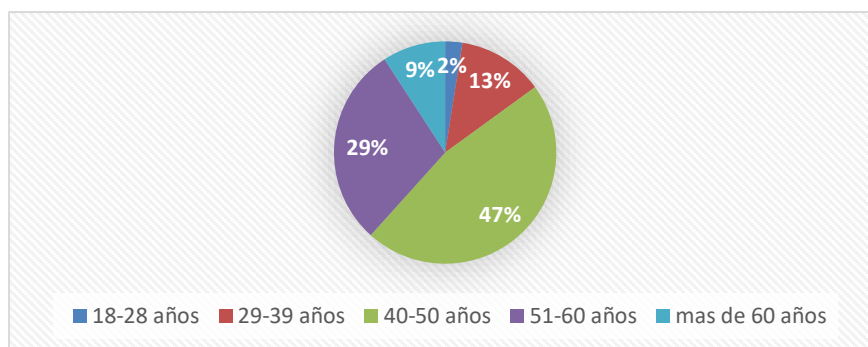


Gráfico 2-3: Edad de los encuestados.

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

Entorno a conocer las características de la edad de los productores de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, se tiene que en un 47% se encuentran entre los 40 a 50 años, con un 29% entre los 51 a 60 años, con el 13 % entre los 29 y 39 años, el 9 % con más de 60 años, y el 3 % entre los 18 y 28 años, esta característica de la población de estudio nos indica que la mayoría están entrando en la edad de no poder trabajar en el largo plazo, factor demográfico a tener en cuenta.

Nivel de instrucción académica de los encuestados

Tabla 3-3: Nivel de instrucción académica de los encuestados.

Categoría	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	9	8%
Primaria	24	20%
Ciclo Básico	58	48%
Secundaria	29	24%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

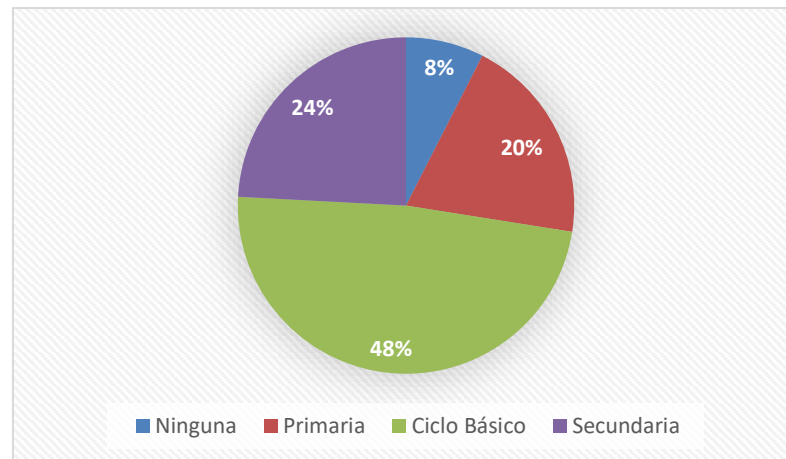


Gráfico 3-3: Nivel de instrucción académica de los encuestados

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

Un 48% de los que integran la asociación disponen de un nivel educativo básico, por lo que se dispone de un cuerpo laboral poco capacitado, un 24% disponen educación secundaria, el 20 % cuenta con educación primaria y el 8 % no tiene ningún nivel de estudio, este factor de preparación genera condiciones hacia verificar el nivel de complejidad con lo cual se desarrollará la propuesta y como se podrá manejar las ideas y planteamientos para el fortalecimiento de la asociación.

Pregunta 1.- ¿La actividad productiva de cacao vinculada a la Asociación ha generado los ingresos esperados para Ud.?

Tabla 4-3: Percepción de los niveles de ingresos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	37	31%
NO	83	69%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

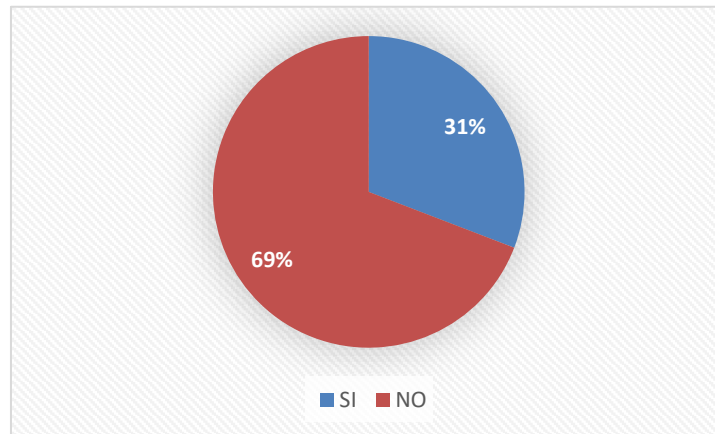


Gráfico 4-3: Percepción de los niveles de ingresos

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

En un 69% de todos los que integran la organización, manifiestan que la actividad de la asociación como se la está desarrollando en la actualidad no genera beneficios considerables o acorde las expectativas de los miembros, por tanto durante este proceso de investigación se tratará de determinar si las condiciones productivas, de procesamiento o comerciales que son las responsables para que este factor mejore y se incremente los ingresos esperados por parte de los productores, aunque en un 31% manifiestan que los resultados están dentro de los niveles esperados.

Pregunta 2.- ¿Para la producción de cacao que variedad dispone en sus terrenos?

Tabla 5-3: Variedad de cacao cultivada.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cacao Trinitario (Tradicional)	37	31%
Cacao Fino de Aroma	58	48%
Colección Castro Naranjal (CCN-51)	25	21%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

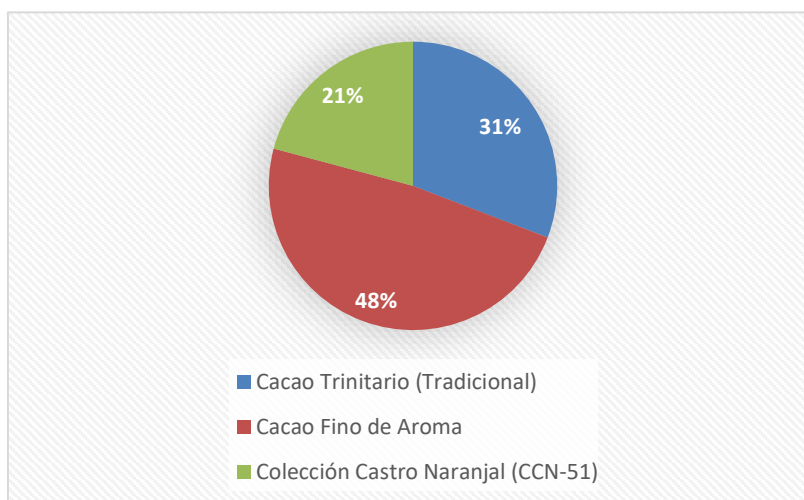


Gráfico 5-3: Variedad de cacao cultivada

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

En las parcelas productivas de los productores de la asociación en un 48% mencionan que dispone cacao fino de aroma, como resultado de los diversos periodos de podas y actividades agronómicas donde las variedades trinitarias o tradicionales se han injertado con el cacao fino de aroma, de manera complementaria en un 31% cierta población de los productores mantienen las especies de cacao trinitario debido a la antigüedad de las parcelas productivas, por otro lado en un 21% manifiestan la disponibilidad de la especie del cacao CCN-51 debido a que algunos productores fueron beneficiarios de los proyectos públicos para plantar esta especie.

Pregunta 3.- ¿Que superficie dispone sembrada de cacao actualmente?

Tabla 6-3: Superficie plantada de cacao.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 5 Ha	48	40%
Entre 5 y 10 Ha	39	33%
Entre 11 y 15 Ha	23	19%
Más de 15 Ha	10	8%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

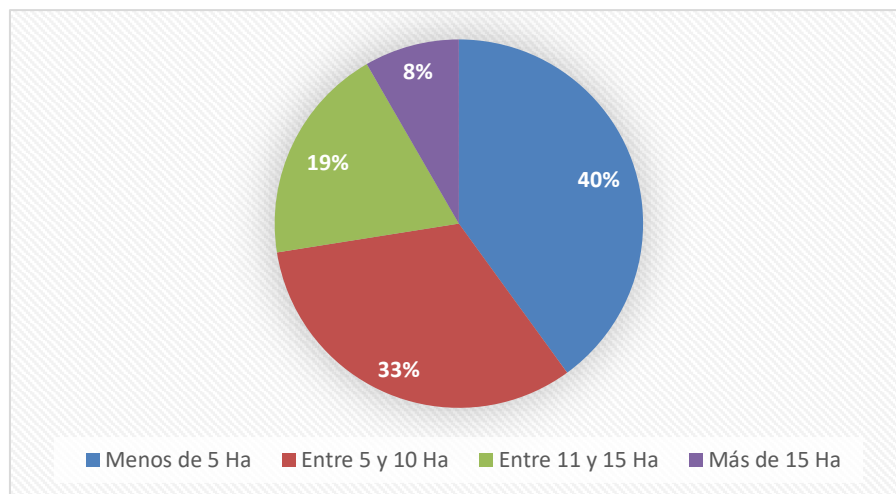


Gráfico 6-3: Superficie plantada de cacao.

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

Los productores en un 40% argumentan que disponen parcelas productivas de una superficie menor a 5 hectáreas, además en un 33% manifiestan que dispone de plantaciones de cacao que oscilan entre las 5 a 10 hectáreas, el 19% tienen entre 11 y 15 hectáreas, se debe manifestar con esta estadística que las superficies establecidas con producción de cacao son pequeñas a excepción de 8% que dispone de predios con una superficie mayor a 15 hectáreas.

Pregunta 4.- ¿Cuántos años tiene las plantaciones de cacao que dispone?

Tabla 7-3: Antigüedad Plantaciones de Cacao.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 3 años	32	27%
Entre 3 y 5 años	52	43%
Entre 6 y 8 años	16	13%
Más de 8 años	20	17%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

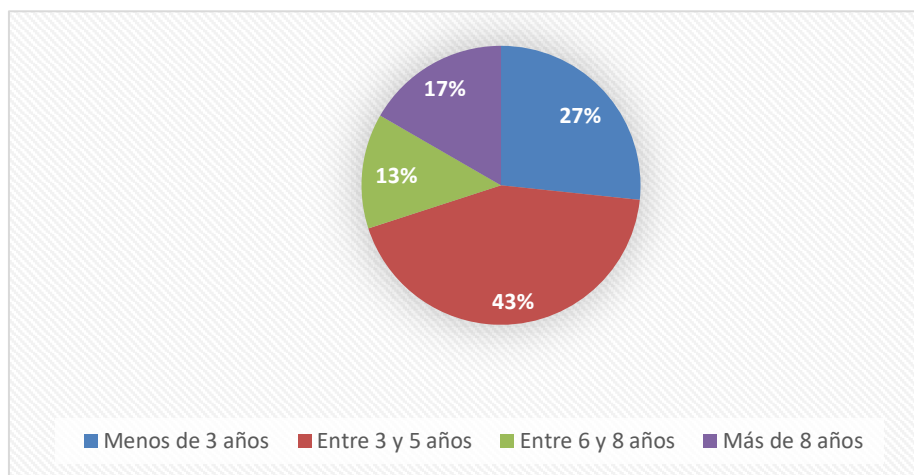


Gráfico 7-3: Antigüedad Plantaciones de Cacao

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

Después de analizar las respuestas de las 120 personas encuestadas de la asociación tenemos que en un 43% las plantaciones de los socios tiene de 3 a 5 años, debido básicamente a los programas de fomento productivo generados por la Prefectura de Orellana, como las iniciativas del Ministerio de Agricultura y Ganadería, que han promovido la renovación de cacao y el cambio de cacao trinitario a CCN-51, un 27% se dispone de plantaciones de menos de 3 años, mismas que empezarán en proceso de producción para el 2020 o 2021, el 17 % dispone de plantas de más de 8 años y el 13 % cuenta con plantaciones entre los 6 y 8 años, todavía están en una edad productiva.

Pregunta 5.- ¿Cuántos quintales de cacao seco produce aproximadamente en un año por hectárea?

Tabla 8-3: Producción anual de cacao seco en grano (qq/ha).

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 5 qq	55	46%
Entre 5 y 8 qq	26	22%
Entre 9 y 12 qq	16	13%
Más de 12 qq	23	19%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

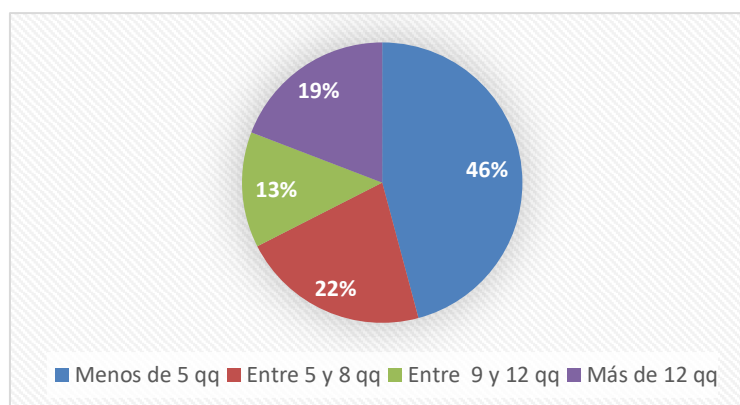


Gráfico 8-3: Producción anual de cacao seco en grano (qq/ha)

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

Entorno a la productividad local se ha utilizado un indicador agronómico como es el rendimiento de quintales de cacao seco por hectárea del cultivo, en un 46% las parcelas productivas de los socios generan menos de 5 qq en el año de producción, acorde con la estadística emitida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, este tipo de rendimientos se relaciona a las variedades trinitarias y al cacao fino de aroma, en general la región amazónica tiene un rendimiento bajo por tal razón esta cifra productiva dentro de los miembros de la asociación, el 22 % produce entre 5 y 8 qq, un 19% de las parcelas productivas de los socios manifiestan que tienen más de 12qq por hectárea, este factor relacionado a los productores que cambiaron la especie cultivada a CCN-5, y el 13 % produce entre 9 y 12 qq.

Pregunta 6.- ¿Qué tipo de método productivo utiliza en la producción de cacao?

Tabla 9-3: Método productivo.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tradicional	97	81%
Semi-tecnificado	15	13%
Técnicado	8	7%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

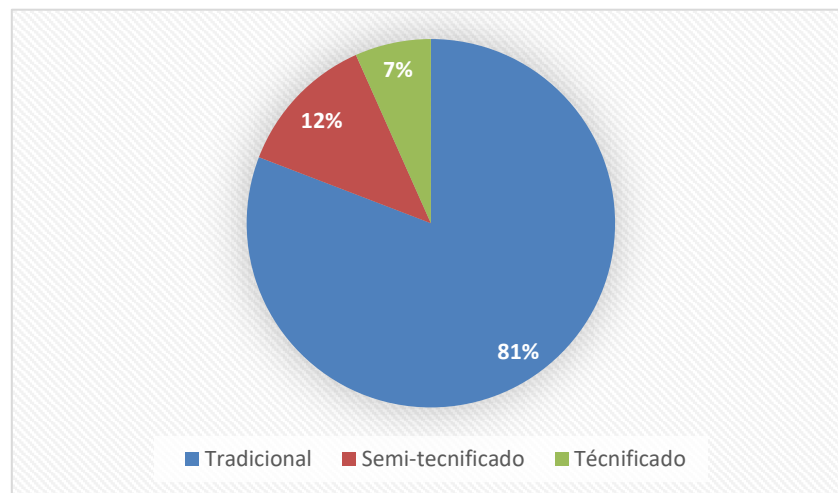


Gráfico 9-3: Método productivo

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

Para complementar la investigación se analizó dentro del proceso el método empleado para la producción de cacao en la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, obteniendo como respuesta que el 81% de los productores solo manejan su cultivo de manera tradicional o empírica, es decir que no genera ningún tipo de sofisticación en los métodos productivos, este factor se debe en gran parte a la poca formación académica. El 13% de realizan trabajos semi-tecnificado y, un 7% de los productores argumentan tener un proceso técnicado, es decir que cuenta con protocolos para la producción este es el caso de los productores que disponen de mayor superficie.

Pregunta 7.- ¿Cuál es la frecuencia con la que vende la producción de cacao?

Tabla 10-3: Frecuencia de comercialización de cacao.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensualmente	19	16%
Trimestralmente	43	36%
Semestralmente	58	48%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

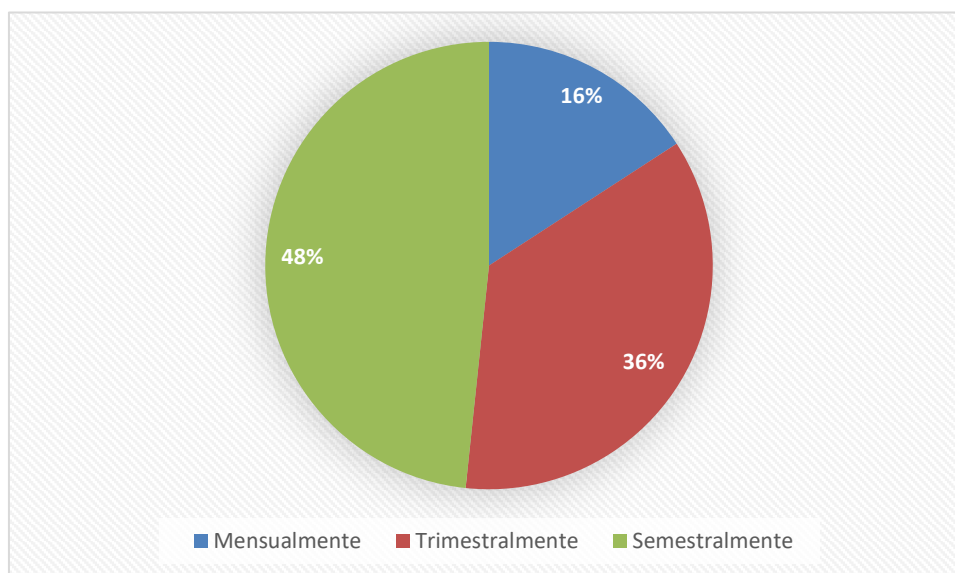


Gráfico 10-3: Frecuencia de comercialización de cacao

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

En un 48% los integrantes de la asociación manifiestan una periodicidad para comercializar sus productos (cacao en grano seco) cada semestre, debido básicamente esta gran participación a la estacionalidad de la producción de cacao, 36% existen socios que desarrollan labores de cosecha del grano y comercialización cada trimestre, y un 16 % realiza las labores de cosecha mensualmente esto debido a la tecnificación en sus cultivos.

Pregunta 8.- ¿Cuál es el destino de comercialización de su producción de cacao?

Tabla 11-3: Destino Comercial

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Intermediarios locales	91	76%
Centro de acopio locales	10	8%
Empresas procesadoras de cacao	12	10%
Empresas exportadoras	7	6%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

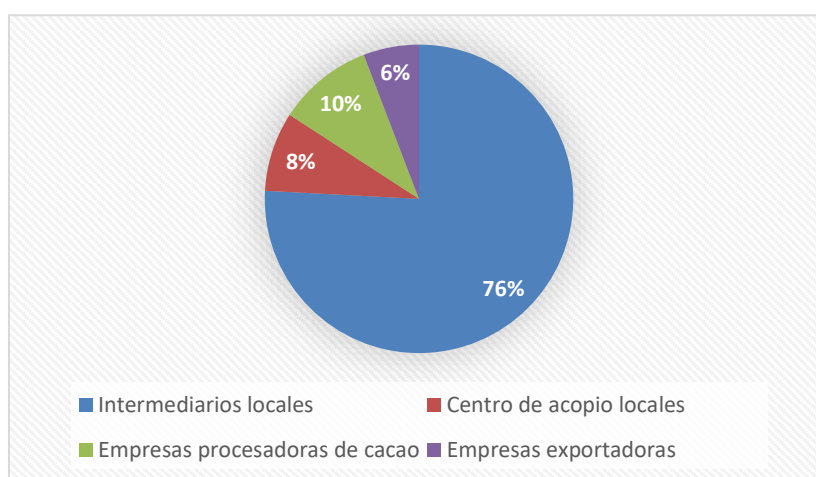


Gráfico 11-3: Destino Comercial

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

En un 76% los socios manifiestan que la producción de cacao mayoritariamente se lo comercializa a los intermediarios locales, factor relacionado a la carencia de vínculos comerciales que permitan el desarrollo de una manera sostenible del cacao, el 10 % lo comercializa a empresas procesadoras de cacao, el 8 % a centros de acopios locales y, un 6% indica que disponen de acuerdos comerciales con empresas exportadores, este tipo de productores solo entregan el producto en cacao de grano seco.

Pregunta 9.- ¿Cuál es el precio de venta que recibe por el quintal de cacao seco en el momento de comercializarlo?

Tabla 12-3: Precio del quintal de cacao en seco

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
USD 70 a 80	14	12%
USD 81 a 90	71	59%
USD 91 a 100	22	18%
más de USD 100	13	11%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

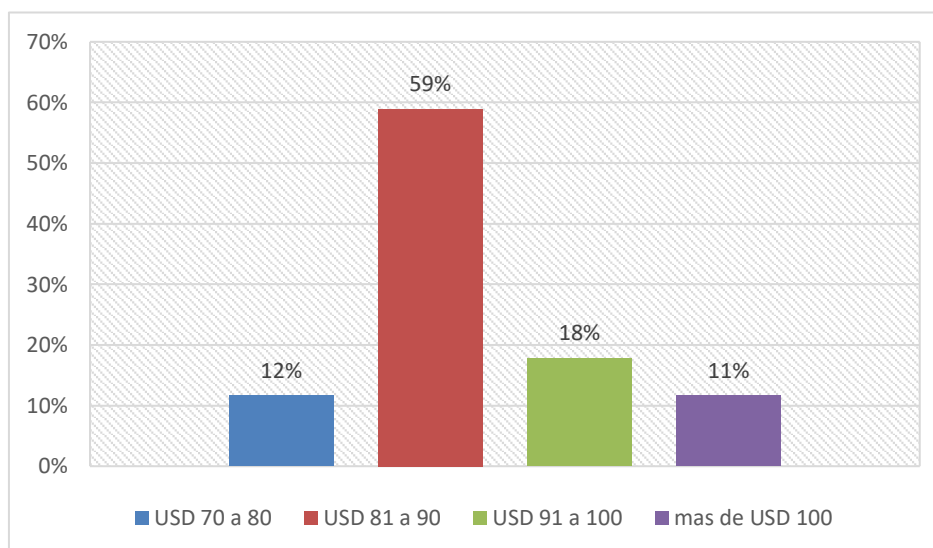


Gráfico 12-3: Precio del quintal de cacao en seco

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

En un 59% de los 120 socios encuestados tiene ingresos por el quintal de cacao en grano seco entre USD 81 a 90, siendo un precio promedio para la región amazónica durante los periodos 2018 y 2019, el 18 % sus ingresos oscilan entre USD 91 a 100, un 12% manifiestan que los precios al momento de la venta de cacao esta entre USD 70 a 80, y el 11 % tiene ingresos en más de USD 100. La variabilidad en los precios en el mercado de la localidad tiene mucho que ver con la variedad cultivada y las condiciones de humedad en la cual los productores comercializan el cacao en grano seco.

Pregunta 10. - ¿Dispone de alguna infraestructura para la post-cosecha de cacao?

Tabla 13-3: Infraestructura para post-cosecha

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	12%
NO	105	88%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

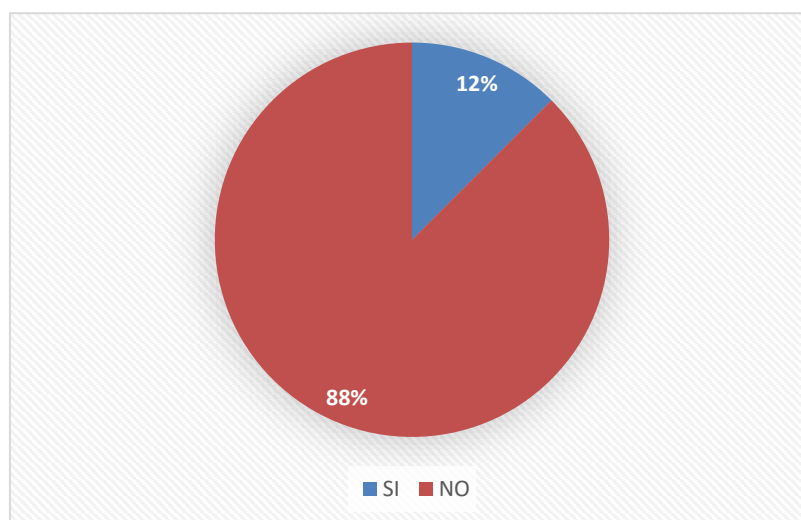


Gráfico 13-3: Infraestructura para post-cosecha

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

De la totalidad de miembros de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña manifiestan en un 88% que no disponen de ningún tipo de infraestructura para el manejo de la cosecha y post-cosecha, sea en cada uno de los predios en producción como en el área de post-cosecha, esta pregunta vincula las necesidades de los productores hacia la mejora de las condiciones para el manejo de producción a fin de brindar un cacao de calidad, además, se debe mencionar que no ha existido de parte de las entidades públicas de la localidad el apoyo necesario para que se puede mejorar estas condiciones infraestructurales, y el 12 % indica que si cuenta con infraestructura como son las marquesinas para el secado del cacao.

Pregunta 11.- ¿Cree usted que con un centro de acopio para la Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña se mejorará los ingresos?

Tabla 14-3: Percepciones sobre la construcción del centro de acopio.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	95	79%
NO	25	21%
TOTAL	120	100%

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

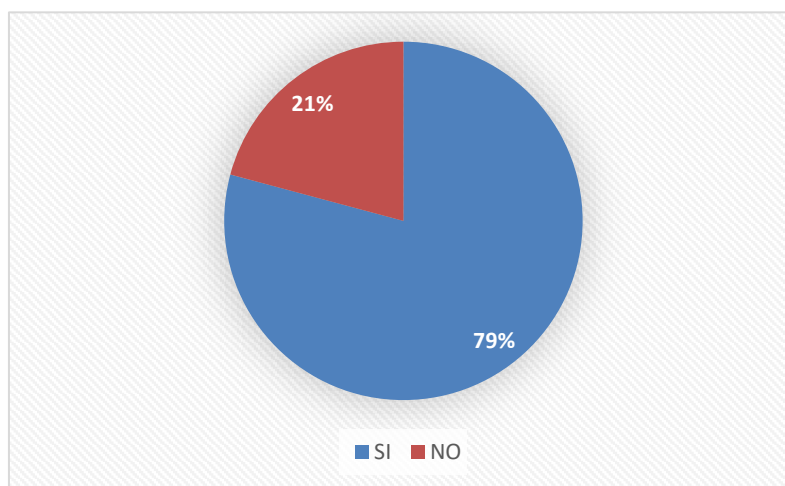


Gráfico 14-3: Percepciones sobre la construcción del centro de acopio

Fuente: Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Análisis e Interpretación

La asociación y los socios son conscientes de la carencia de una infraestructura para todos los procesos del cacao en grano, por tal razón como un 79% de los integrantes confirman que es necesario la creación del centro de acopio para los productos de cacao, el 21 % cree que el centro de acopio no mejoraría sus ingresos debido a su bajo nivel de producción. En sí, esta infraestructura generará condiciones de control de la producción y post-cosecha y finalmente la apertura de nuevos canales comerciales.

3.2. Verificación de la idea a defender

El desarrollo de un proyecto para la creación de una infraestructura para el cacao en la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña se sostiene con el análisis de los resultados de los instrumentos aplicados para este trabajo de investigación, por lo tanto al revisar las encuestas aplicadas a los productores en las preguntas 5, 8, 9, 10 y 11 se tiene un vínculo para el impulso entre la producción los factores comerciales y la necesidad de una infraestructura de apoyo como es el centro de acopio que según la percepción del productor cree en 79% que influirá en las progresos de los ingresos para cada miembro de la Asociación Unión Milagreña, por tanto se puede indicar que se fortalecerá productividad y se perfeccionará comercialización a nivel del cantón Joya de los Sachas.

3.3. Introducción

La Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, siendo una organización de la economía popular y solidaria localizada en el cantón Joya de los Sachas, busca mejorar las condiciones socioeconómicas de sus socios, por tal motivo se desarrollará el proyecto para esta asociación a través de un análisis del entorno y competencia, un estudio de mercado y un estudio financiero.

Dadas las condiciones de competitividad en los mercados nacionales e internacionales es necesario mejorar las condiciones productivas locales y de comercialización, por lo cual se ha optado hacia el establecimiento de una infraestructura productiva que ayude a lograr lo planteado previamente, se debe aludir que la Asociación de Agrocacaoteros tiene alrededor de 10 años de vida asociativa, en la cual los actores sociales de la gestión pública del ejecutivo como la gestión dispersada se ha enfocado en el apoyo hacia la mejora en la producción consiguiendo durante este tiempo una producción que se puede citar como buena para los estándares de la localidad.

El establecimiento de un centro de acopio será un aporte al desarrollo asociativo por el posible perfeccionamiento de las condiciones en la comercialización y los aspectos de estandarización de la calidad de la producción donde se podrá tener mejores contextos para los procesos de comercialización nacionales e internacionales a futuro.

3.4. Contenido de la propuesta

El presente proyecto contempla 3 fases para su desarrollo, en primera instancia tenemos un diagnóstico de la situación actual de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, a fin de poder lograr las condiciones internas y externas de la producción de asociación e asemejar un FODA asociativo para poder dar un soporte a la propuesta del proyecto.

Como segundo tópico que aborda la proposición es un estudio de mercado donde se desplegará un análisis de la oferta y de la demanda para poder considerar las condiciones tanto de la producción local como de los requerimientos de los consumidores nacionales e internacionales y verificar la factibilidad comercial para la infraestructura productiva diseñada.

Finalmente, la propuesta integra los dos puntos anteriores donde se considerará los ámbitos técnicos y financieros sobre el establecimiento del centro de acopio para la asociación donde se podrá verificar la factibilidad técnica y financiera de la infraestructura productiva solicitada en este estudio para la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña.

3.5. Diagnóstico situacional de la asociación de AGROCACAOTEROS Union Milagreña.

3.5.1. *Análisis del Macroentorno*

El análisis del macroentorno se desplegará en función de variables Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológicas y Ambientales, orientado para identificar posibles oportunidades y amenazas hacia el cacao que posee la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña.

3.5.1.1. Político

Durante el año 2019, la dinámica comercial ha tenido trastornos de deferencia por el ámbito político, personificado de manera principal por las elecciones seccionales de Autoridades de Prefectos, Alcaldes y Presidentes de Juntas Parroquiales, forjando dentro de los sectores económicos un fenómeno especulativo sobre el futuro a corto plazo que deberán enfrentar los negocios es sus diferentes escalas y localidades.

En el entorno agropecuario la política pública agrícola y pecuaria se ha transfigurado, de un sistema en el cual el estado participaba precipitadamente en el desarrollo de oportunidades para los pequeños y medianos agricultores, a un sistema donde la participación estatal está presidida a la capacitación y control de la actividad, siendo este el producto del escaso presupuesto estatal para fomento del agro.

3.5.1.2. Económico

Entorno a las variables macroeconómicas, el Ecuador presentó un decremento en el segundo trimestre del año 2019, en lo que se describe al PIB Real, esta tendencia se observa con el decremento del PIB Nacional en 1.9% de manera trimestral y con concerniente al año de un 3.3%. Contraria a la tendencia distinguida el PIB del sector agropecuario durante el segundo trimestre del 2019 presentó una ampliación del 0.9% en función del trimestre previo, sin embargo, si consideramos el desarrollo de las actividades agropecuarias con las del 2018 se tiene un descenso de 0.8% en el PIB anual agropecuario. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

El Índice de Precios del Consumidor (IPC) a nivel nacional para el mes de agosto 2020 se posicionó en 105.26, valor que incorpore un descenso de la inflación mensual del 0.15% factor explícito por los productos que conforman la división de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas logrando una variación negativa del -0.70%.

En cuanto al desarrollo de la estadística del Índice de Precios del Productor, se debe exteriorizar acorde los datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería que se tiene una tendencia a la baja para el mes de agosto, principalmente por la caída en los precios de granos, forjado por la época de cosecha de estos granos.

A nivel nacional según el análisis desarrollado a marzo del 2020, la tasa de desempleo fue del 5.4%, porcentaje que incorpora un aumento superior en un punto porcentual en función del 2019, en cuanto a los datos de desempleo en el sector rural se tiene un 3.0% misma que no presenta variaciones en comparación con el año anterior.

3.5.1.3. *Social*

Analizando la distribución social en cuanto a los grandes grupos de edades que posee el Instituto Nacional de Estadística y Censos, se puede concluir que La Joya de los Sachas posee una población con una alta vocación hacia las actividades agropecuarias con un 48.8% que se dedica a esta rama de actividad, además señalar que las personas aptas para el trabajo agropecuario percibido entre los 15 a 64 años representan del cantón un 57.6%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020)

En cuanto a la educación el cantón posee un índice alto de analfabetismo siendo del 11.23%, cotejado con el porcentaje de Orellana y de la Región Amazónica que incorporan un 9.75% y 6.68% respectivamente. De forma adicional se tiene un porcentaje inmenso de pobreza por necesidad básicas insatisfechas que bordea el 40.6% superior al indicador provincial y nacional. (Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social - SICES, 2020)

3.5.1.4. *Tecnológico*

Para el procesamiento de los productos existe un gran número de métodos productivos, además de maquinaria cada vez más especialista, para poder brindar derivaciones de aprovechamiento óptimos y forjar productos estandarizados, de la condicionante tecnológica se han aprovechado países como Suiza, que han brindado a través de su tecnología un valor adherido superior en productos elaborados de cacao.

En el ámbito nacional, por la actualización y fortalecimiento del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, todos los procesos de creación de valor deben poseer procesos estándares, por tal razón el uso tecnológico en métricas y diseños se acentúa, el desarrollo tecnológico si bien

se discurre la preponderancia del uso en los países europeos y de norte América, se debe hacer énfasis que la mayor parte de máquinas tecnológicas

3.5.1.5. Ambiental

Los efectos en la naturaleza son palpables y visibles durante esta generación y la tendencia de producción en Ecuador no es una excepción e inclusive se norma en los objetivos del Plan Toda un Vida, particularmente en el objetivo 3. Por tal motivo los procesos de industrialización se deberán concebir desde el enfoque de mercado y normativo, para no generar contrastes sociales o de descuento de la imagen por el impacto ambiental forjado en los procesos productivos. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017)

3.5.2. Análisis del Microentorno

Las condiciones establecidas dentro del microentorno se considerarán a la competencia actual, los proveedores, los clientes, los productos sustitutos y los nuevos competidores, estos factores expuestos serán de gran uso para asemejar oportunidades y amenazas para las relaciones comerciales de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña

3.5.2.1. La competencia actual

A nivel nacional, a raíz de la concepción de la normativa y beneficios de la Economía Popular y Solidaria, se han creado emprendimientos en todo el territorio para tomar como su principal valor adherido el vínculo asociativo y la creación de comercialización con un enfoque de comercio justo.

Los principales competidores de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, son KALLARI Chocolates un grupo de productores y microprocesadores de la provincia de Napo, que su asociación la integra 850 miembros, la esencia de esta asociación es la producción de cacao orgánico y además le brinda el enfoque de agroturismo.

Además, dentro de las marcas que se hallan posicionadas en el mercado nacional, están las iniciativas o empresas de origen familiar como son los chocolates PACARI, que acumula a una serie de asociaciones productoras de cacao a nivel nacional, su principal valor adherido es la innovación, responsabilidad social, sostenibilidad y comercio directo con los agricultores.

3.5.2.2. Los Proveedores

La Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, tiene como sus principales proveedores a sus socios de la materia prima del cacao, con los cuales se tienen acuerdos para el pago bajo políticas internas de la asociación que este caso es un canal directo, íntegro a que la asociación no cobra por el proceso comercial.

No se tiene consolidado un proceso de agroindustria en la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, por tal razón la mayor parte de su comercialización se desarrolla en producto fresco y no se incurre en la negociación o servicio de ningún otro proveedor.

3.5.2.3. Los Clientes

Debido a la poca iniciativa de la agroindustrialización de los productos primarios producidos por la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, se tiene como principal destino de la producción en un 76% se lo comercializa con intermediarios locales como, apenas un 8% de los clientes son centro de acopio, y un 16% suman las empresas procesadoras con las empresas exportadoras.

3.5.2.4. Los productos sustitutos del cacao

En cuanto al cacao y sus derivados no existen productos sucesores, para brindar las mismas características, por tal razón la industria ecuatoriana se ha enfocado en la producción de manteca de cacao, crema de cacao, cacao en polvo y chocolates terminados como productos derivados del cacao mas no sustitutos.

3.5.2.5. Nuevos proveedores

En los rubros analizados y en función de las tendencias actuales de mercado existe la posibilidad del ingreso de empresas tanto individuales como asociativas, que están interesados en la producción de cacao, por tal razón el planteamiento adecuado de un proyecto será de gran utilidad para mejorar las condiciones productivas y comerciales de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña.

Los potenciales nuevos competidores, tratan de ingresar según lo visualizado en el medio con productos que integran dentro de su composiciones, elementos tradicionales de la cultura ecuatoriana, con un énfasis en el producción sostenible y amigable con el medio ambiente, con

un diseño tradicional en empaques y codician tener un vínculo directo con cadenas comerciales instituidas de manera tradicional en el Ecuador, además discurren alternativas en los ingresos para fomentar la participación de los socios con actividades agroturisticas.

3.5.3. *Análisis Interno de la Asociación de AGROCACAOTEROS Unión Milagreña*

Desde su formación la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, se ha consolidado por la formalización de la organización siendo reconocida por los actores políticos y sociales en los distintos niveles, es decir que se tiene un vínculo con los organismos del Ejecutivo (MAG, MIES) para afianzar y apoyarse de las pericias de desarrollo propuestas por estos Ministerios

Un aspecto que no se ha fortalecido es la imagen de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, por tal razón en la localidad se sabe de la organización, pero no tiene una imagen clara y solo conocen los productores socios, por tal motivo la inscripción de nuevos socios o de un perfeccionamiento en la oferta productiva se ha definido, debido a la poca gestión desarrollada en el ámbito social y de promoción de la organización social.

Como un aspecto de la mayor parte de productores del cantón Joya de los Sachas, la producción primaria es una de sus fortalezas por la vocación diferencial heredada, pero este ámbito se ha declinado por los procesos comerciales, mismos que no satisfacen las necesidades de los actores sociales y productores, debido a la alta dilución o pérdida del valor por los procesos de intermediación.

Como respuesta al preciso proceso de la comercialización han existido iniciativas en torno a la agroindustria de los productos locales, pero el rubro de cacao de forma tradicional se estriba de intermediarios, por tal razón es una debilidad que poseen los productores y la asociación, factor ligado directamente a la falta de conocimiento sobre los procesos de conservación de alimentos y la gestión de la agroindustria.

3.5.4. Matriz FODA

Tabla 15-3: Matriz FODA

MATRIZ FODA ASOCIACIÓN DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA	
Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • F1. En el cantón Joya de los Sachas se poseen condiciones agroclimáticas apropiadas para las actividades agropecuarias. • F2. La Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña está debidamente legalizada. • F3. Los socios poseen experiencia sobre la producción y manejo del rubro de cacao. • F4. Se tiene un buen vínculo local con las autoridades políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1. Débil posicionamiento en la localidad de la asociación, no existe una adecuada imagen de la Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña y la mayor parte de la población no la conoce. • D2. No se ha desarrollado la incorporación de nuevos socios a la asociación. • D3. No se dispone de un adecuado sistema de comercialización y se tiene una gran cadena de intermediación. • D4. No se tiene conocimiento sobre procesos de conservación de alimentos o de agroindustria en general. • D5. No existe iniciativas para la estandarización de los productos de la asociación. • D6. No se dispone del área adecuada por productor para generar una oferta productiva constante.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • O1. Se dispone de un Marco Legal que genera condiciones favorables para los emprendimientos de las PYMES y asociaciones como es la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. • O2. Existen Programas y Proyectos a nivel nacional para fomento de las actividades agroindustriales y de carácter asociativo, por entidades como el Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG. • O3. Debido al incremento población existe mayor demanda de alimentos. • O4. Debido a las tendencias de consumo de la población existe un segmento de mercado que busca productos certificados saludables y amigables con el medio ambiente. • O5. Existen empresas asociativas y privadas que están posicionadas en el mercado y que pueden ser clientes potenciales de los productos de la Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña. 	<ul style="list-style-type: none"> • A1. Existe una reducción considerable en el presupuesto estatal, causando impacto en los proyectos públicos. • A2. Existe una alta variabilidad en los precios locales de los productos agropecuarios. • A3. Existe una gran cantidad de mano de obra en el cantón Joya de los Sachas, pero se tiene un alto grado de analfabetismo. • A4. En la localidad existe una alta degradación de las condiciones de suelo e hídricas, que a mediano plazo afectarían las actividades agropecuarias. • A5. Existen competidores potenciales de carácter asociativo que pueden ingresar en el rubro de cacao.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.6. Estudio de mercado

3.6.1. Análisis de la Oferta

En el entorno nacional para el 2019 existió según la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) concurrió un total de 313284 ton considerado para el año base de producción de cacao en grano y con el análisis de periodos anteriores se fijó una tasa de 0,65% como el crecimiento anual de la actividad cacaotera en el país, tasa que será de utilidad para proyectar la oferta conforme la siguiente formula:

3.5.4.1. Oferta Actual y Proyectada

La Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña al establecer y mantener las potenciales 225 hectáreas de cacao, se tiene que en promedio durante los 13 años productivos que contempla el análisis, se dispondrá como máximo de 2,700 quintales de cacao anualmente por lo tanto se considera como año base para ejecutar la proyección considerando 0,65% de tasa de crecimiento para lo cual se aplica al siguiente formula.

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

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Tabla 16-3: Proyección de la oferta de cacao

AÑO	OFERTA
2020	2.718
2021	2.735
2022	2.753
2023	2.771
2024	2.789

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.6.2. *Análisis de la Demanda*

En cuanto al consumo de cacao y sus derivados en especial por los actores industriales de la Unión Europea se estimó que la demanda en toneladas métricas para el 2019, fue de 1'344,092 toneladas. (European Cocoa Association, 2020)

Según la estimaciones desarrolladas por la Organización Internacional del Cacao, para el 2019, a nivel mundial dentro de la Industria Confitera se posee un consumo de 4.2 millones de toneladas, de las cuales los principales países exportadores se halla Costa de Marfil en primer lugar con un promedio exportado durante este periodo de 1.73 millones toneladas, mientras que el segundo lugar está ocupado por Ghana, que aporta a la exportación mundial de cacao con 920 mil toneladas; Ecuador está situado en sexto lugar entre los principales exportadores de cacao. (International Cocoa Organization (ICCO), 2020)

En el entorno nacional la principal demandante de cacao en una forma inicial es la empresa transnacional Nestlé, seguida de pequeñas transformadoras de este rubro diligentes a la rama de confitería, elaborados de repostería y finalmente productos tradicionales como el chocolate amargo.

Con los datos tanto de la ECA e ICCO se puede aludir que el mercado internacional tiene un crecimiento en la demanda del 1,65% cifra automatizada entre los valores de compras perfeccionados por los principales importadores de cacao, por lo cual se desarrollará la proyección de la demanda con esta cifra.

3.6.2.1. *Demanda Actual y Proyectada*

Al investigar las fuentes secundarias como son las bases de datos de la ECA y el ICCO se tiene que para el 2019 existió una demanda de 4'200,000 toneladas a nivel de las empresas mayoristas de confitería transformando a quintales nos da un resultado de 420000 qq, la empresa Nestlé a nuestra asociación adquiere el 1,60% de esta cantidad dando como un resultado de 6720 quintales anuales los cuales e consideran como año base para la proyección con una tasa de crecimiento del 1,65%, por lo tanto se aplica al siguiente formula.

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

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

D_A = Demanda Actual

1=Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Tabla 17-3: Proyección de demanda

AÑO	DEMANDA
2020	6.831
2021	6.944
2022	7.058
2023	7.175
2024	7.293

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.6.3. *Demanda Insatisfecha*

Se dispone de las condiciones de la oferta nacional y su proyección, además se tiene el dato de la demanda actual y su proyección, con estos datos vamos a calcular la demanda insatisfecha que presenta el mercado, por tanto, la fórmula de la demanda insatisfecha es la siguiente.

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{demanda actual} - \text{oferta actual}$$

Por lo tanto, tenemos la siguiente tabla que expresa los valores de la demanda insatisfecha para los periodos 2019. Siendo un valor de 4020 quintales donde se puede verificar que si existe demanda insatisfecha.

Tabla 18-3: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha
2020	6.831	2.718	4.113
2021	6.944	2.735	4.208
2022	7.058	2.753	4.305
2023	7.175	2.771	4.404
2024	7.293	2.789	4.504

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.7. Plan de Marketing propuesto

Desarrollar una estrategia de marketing de éxito, buscar oportunidades para vender la caca y llegar de un modo más eficaz a los clientes actuales que permita identificar los factores críticos de éxito, puesto que la asociación se desarrolla en un entorno que presenta continuos cambios a los cuales debe enfrentarse para mantenerse.

Por tal motivo con el afán de facilitar el logro de los objetivos que persigue “Asociación de AGROCACAOTEROS unión Milagreña”, se pone a consideración del presidente y socios de la entidad el presente estudio, el cual contiene un análisis donde se determina los factores positivos y negativos que existen en su ambiente, entorno a los cuales se plantearon estrategias que permitirán focalizar sus esfuerzos y evaluar y supervisar los resultados, contribuyendo a incentivar cambio y la mejora continua como se muestra continuación.

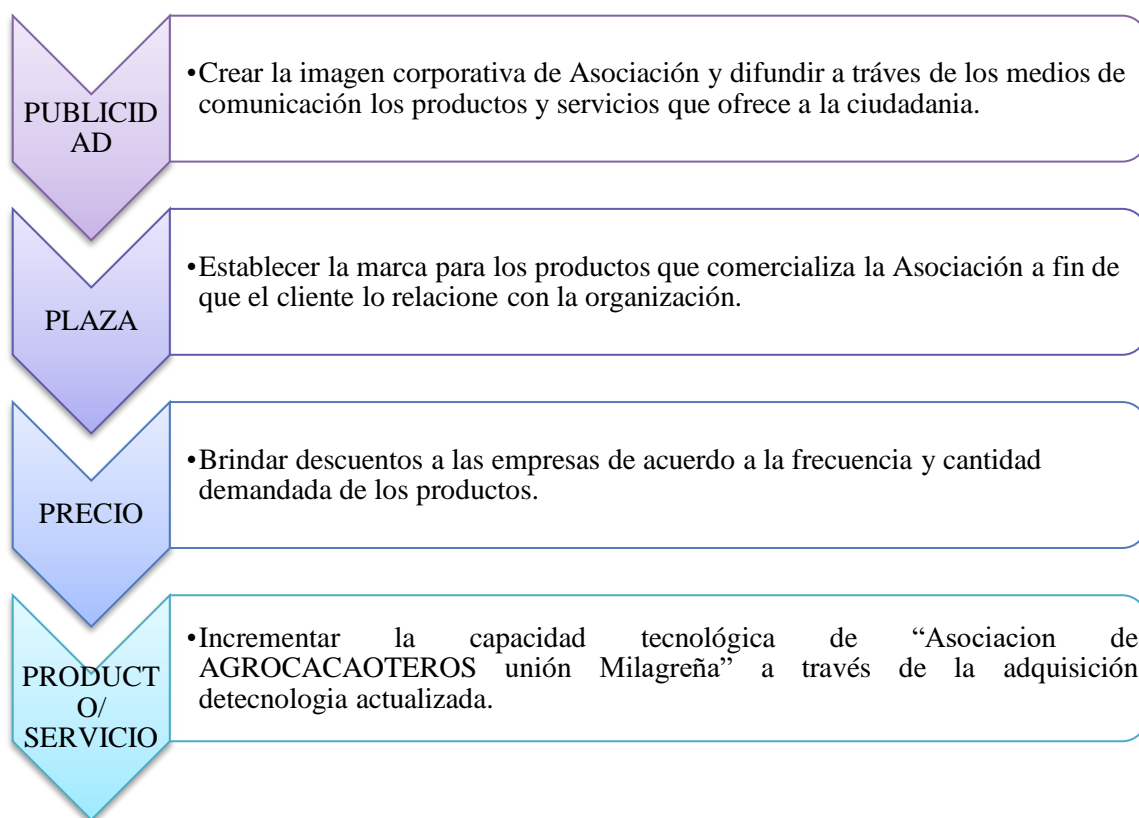


Figura 1-3: Estructura de publicidad

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.8. Creación de la filosofía corporativa administrativa

El éxito de un negocio se basa en satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes, trabajadores y accionistas, lo cual constituye el fundamento socioeconómico de la existencia de la empresa.

Dentro del funcionamiento administrativo de la empresa se ha fijado metas y objetivos para el futuro llegando así a disminuir las acciones imprevistas que se puedan presentar.

El objetivo es darle un enfoque estratégico de dirección cuyo propósito sea obtener la máxima creación de valor para el accionista, el trabajador, el cliente, el profesional y la sociedad. Por lo

tanto, se llevará a cabo a través de capacidades, compromisos y actuaciones en la obtención de los recursos necesarios para ser competitivo en el entorno actual y futuro.

3.8.1. Nombre

El nombre de la empresa es muy importante para lograr posicionar el producto en el mercado, por eso importante resaltar que el nombre que manejará la empresa es

“ASOCIACIÓN DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA”

Para generar reconocimiento entre las personas que se relacionen directa o indirectamente con la empresa se crea un logotipo teniendo en cuenta la filosofía principios y valores.

3.8.2. Logo y eslogan de la asociación

a) Logo de la asociación

El logotipo o logo de una asociación marca es un diseño gráfico conformado generalmente es la figura o la representación o la identificación de una asociación, lo cual nos permitirán tener una buena presentación ya que por medio de ello representamos la responsabilidad con nuestros clientes y la agilidad al momento de la prestación de los mismos.



Figura 2-3: Logo de la asociación

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

b) Eslogan

El eslogan es un lema o una frase utilizada por la asociación para que muestren interés en la promoción de los productos,

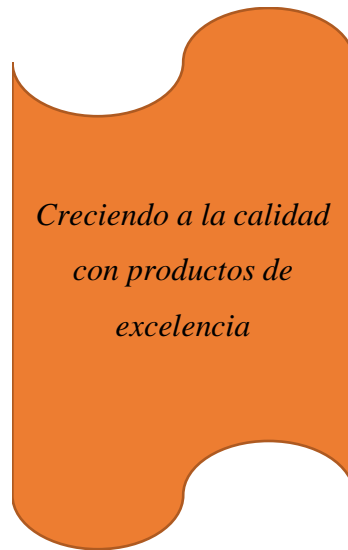


Figura 3-3: Eslogan de la Asociación

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.8.3. Misión

Cultivar, producir y comercializar cacao de excelente calidad, para contribuir con el medio ambiente y el desarrollo social, laboral e investigativo; con el fin de cubrir la demanda de aquellos consumidores que quieren obtener un producto libre de químicos.

3.8.4. Visión

Posicionarse para el año 2024 como una empresa asociativa que resalta las ventajas del cacao, ampliar su cobertura e incursionar en nuevos mercados; generando crecimiento futuro y mejoramiento tanto para los clientes, socios, proveedores y colaboradores.

3.8.5. Objetivos

a) Objetivo General

Proporcionar a cada uno de nuestros clientes una seguridad y confianza al momento de la compra de cacao y cacao, garantizando la calidad y la solvencia en la prestación de los productos con el personal idóneo y la tecnología más moderna del mercado para la satisfacción del consumidor.

b) Objetivos Específicos

- Garantizar la seguridad de nuestros clientes en todo momento.
- Tener un personal adecuado y capacitado para la prestación de nuestros productos.
- Garantizar la calidad en cada uno de los productos ofertados.

3.8.6. *Políticas Generales de la asociación*

Es la orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización.

Las políticas en una asociación hay que definir las para que podamos alcanzar los objetivos propuestos para la asociación de cacao tiene tres políticas esenciales:

- Calidad. Ofrecer un de excelente calidad, que beneficiará su salud y le generará una vida más sana.
- Ambiental. Demostrar la importancia que tienen los productos orgánicos para la conservación del medio ambiente.
- Trabajo. para la empresa sus empleados son clave en el desarrollo, crecimiento y éxito de la organización.

3.8.7. *Principios y Valores de la asociación*

Los principios y valores son el eje rectoren el momento de prestar servicios. Honestidad a la hora de ofrecer el producto, responsabilidad con todos los principios legales y ambientales, y confiabilidad para el cliente ofreciéndole alta tecnología y precios justos.

3.8.8. *Estructura Orgánica de la asociación*

Al ser una asociación contará con una estructura simple debido al tamaño y la actividad por lo que estará conformada por siete empleados los cuales estarán distribuidos en las diferentes áreas, área administrativa, área operación y área de Comercialización.

a) Organigrama Estructural de la asociación

En la asociación se hace necesario establecer los niveles de organización, de tal manera que mejore el trabajo en equipo, ya que cada miembro de esta conocerá su función y la desarrollará de la mejor manera y se presenta de la siguiente manera.

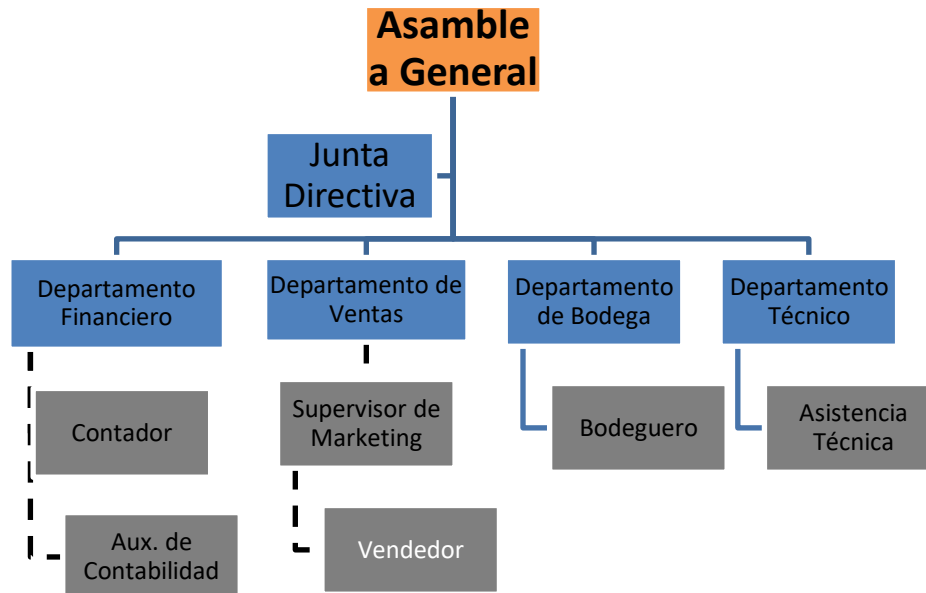


Gráfico 15-3: Organigrama estructural

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.8.9. Manual de funciones Gerente

Es una herramienta que se usa en las empresas para que todos los colaboradores sepan cuáles son las funciones que tienen dentro de ella, es muy importante que permite mejorar la fluidez de las relaciones interpersonales de la “ASOCIACION DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA” para buscar la calidad total en las funciones y procesos que se desarrollan.

Tabla 19-3: Funciones del Gerente

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Gerente General
	Nombre del área:	Gerencia
	Dependencia	De la Junta Directiva de Socios
	Supervisa:	Todo el personal de la Asociación.
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
<p>Debe planificar, coordinar, dirigir, analizar controlar y deducir el trabajo de la Asociación, contratar al personal idóneo para las diferentes actividades, efectuando esto dentro de la jornada laboral.</p>		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Representar legalmente a la Asociación. ✚ Convocar y presidir las reuniones de los diferentes departamentos. ✚ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ✚ Formular políticas en la Asociación. ✚ Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los colaboradores. ✚ Delegar las tareas y funciones. ✚ Revisar balances periódicamente. ✚ Selección y contratación del personal. ✚ Ejecutar otras funciones afines al puesto. ✚ Organizar y dirigir las actividades de la Asociación. 		
PERFIL REQUERIDO		
Educación:	Experiencia:	
Título de Ingeniero Administrador de Asociación.	4-6 años en cargos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Desarrollo y dirección del talento humano. ✚ Disponer de capacidad analítica ✚ Liderazgo. ✚ Comportamiento ante los fracasos. ✚ Capacidad Administrativa (planeación, organización, dirección y control) ✚ Capacidad de promover nuevos proyectos. ✚ Promueve la comercialización ✚ Habilidad de comunicación. 		

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 20-3: Funciones de la Secretaria

IDENTIFICACION DEL CARGO	
	Nombre del puesto: Secretaria
	Nombre del área: Secretaria
	Dependencia: Gerente
	Supervisa : No tiene personas a su cargo
	Número de cargos: 1
RESÚMEN DEL CARGO	
Elaboración de oficios, y archivo de facturas, contratos y demás trámites relacionados con la naturaleza de la Asociación.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Representar conjuntamente con el Gerente Comercial a la Asociación. ✚ Convocar a las reuniones de los diferentes departamentos. ✚ Redacta actas de las reuniones con los departamentos de la Asociación. ✚ Organizar archivos. ✚ Manejo de caja chica ✚ Realizar y recibir llamadas telefónicas ✚ Ejecutar otras funciones afines al puesto. 	
PERFIL REQUERIDO	
Nivel de instrucción: Bachiller secretariado, comercio y administración o a fines similares	Experiencia: Mínima 1 año en puestos
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Comunicación ✚ Buena presencia. ✚ Facilidad de expresión verbal y escrita. ✚ Excelente ortografía y redacción de textos. ✚ Desempeñarse eficientemente en cualquier área de trabajo. ✚ Conocimiento del cargo. 	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 21-3: Funciones del Contador

IDENTIFICACION DEL CARGO	
	Nombre del puesto: Contador
	Nombre del área: Financiero – Contabilidad
	Dependencia: Gerente
	Supervisa : Secretaria
	Número de cargos: 1
RESÚMEN DEL CARGO	
Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la Asociación.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Revisar todos los movimientos contables. ✚ Presentar los estados financieros mensualmente a la gerencia. ✚ Realizar la declaración de impuestos de manera oportuna. ✚ Registro pago empleados ✚ Realizar el rol de pagos ✚ Control de depósitos y conciliaciones bancarias. ✚ Revisión de cuentas, Cierre de mes. 	
PERFIL REQUERIDO	
Nivel de instrucción: Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría similares	Experiencia: Mínima 2 año en puestos similares
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Manejo de kárdex ✚ Honestidad y responsabilidad ✚ Conocimientos de informática ✚ Desarrollo y dirección del talento humano. ✚ Solidez en los conocimientos y habilidades contables y administrativas. ✚ Idoneidad en los conocimientos y habilidades legales, financieras y económicas. 	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 22-3: Funciones del Vendedores

IDENTIFICACION DEL CARGO	
	Nombre del puesto: Vendedores
	Nombre del área: Ventas
	Dependencia: Supervisor de marketing
	Supervisa :
	Número de cargos: 3
RESÚMEN DEL CARGO	
Se encarga de ofrecer la variedad de productos que posee la Asociación a los clientes, ya que de esto depende el desarrollo o quiebre de la Asociación.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer los precios de los productos. ➤ Controlar y prevenir posibles robos por parte de los clientes. ➤ Realizar los cobros a los clientes y depositar lo más pronto posible. ➤ Comunicar al cliente de nuevos productos que ofrece la Asociación ➤ Pedir la observación de los clientes constantemente. ➤ Explicar el manejo o aplicación de los productos a los clientes 	
PERFIL REQUERIDO	
Nivel de instrucción: Tercer nivel Ingeniero comercial, marketing similares	Experiencia: Mínima 1 años en cargos similares
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimiento en ventas y marketing ✚ Confianza en sí mismo ✚ Poder de negociación. ✚ Comportamiento ante los fracasos. ✚ Compromisos con la entidad. ✚ Poder de convencimiento. 	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 23-3: Funciones del Bodeguero

IDENTIFICACION DEL CARGO	
	Nombre del puesto: Bodeguero
	Nombre del área: Comercialización
	Dependencia: Gerente
	Supervisa: Vendedores
	Número de cargos: 1
RESÚMEN DEL CARGO	
Contribuir al desarrollo de la Asociación mediante el correcto almacenamiento de los diferentes insumos agrícolas y pecuarios que la Asociación comercializa.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Almacenar insumos agrícolas y pecuarios de acuerdo a la clasificación de cada uno. ✚ Despachar los insumos de acuerdo al requerimiento de cada vendedor. ✚ Llevar un control del stock que hay en bodega. ✚ Conservar ordenada su área de trabajo. ✚ Mantener actualizado el inventario general de bodegas 	
PERFIL REQUERIDO	
Nivel de instrucción: Bachiller técnicos o a fines	Experiencia: Mínima 1 años en cargos similares
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Buen trato a los clientes, responsabilidad por cada insumo a su cargo. ✚ Asistir a sus labores respetando los horarios establecidos. ✚ Conocimiento del manejo de inventarios. ✚ Trabajo en equipo. 	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 24-3: Funciones del Asistencia técnica

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Asistencia técnica
	Nombre del área:	Departamento técnico
	Dependencia	Gerente
	Supervisa :	Todo el personal de la Asociación
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
<p>Desarrollar actividades con los colaboradores y clientes de la asociación a guiar, apoyar y capacitar sobre el cultivo, producción de la agricultura.</p>		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Elabora cronograma de actividades de las reuniones y eventos ✚ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. ✚ Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. ✚ Planifica y coordina talleres de capacitación a los clientes y colaboradores ✚ Supervisa y controla el personal a su cargo. ✚ Cumple con las normas y procedimientos de seguridad integral., establecida por la organización ✚ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. 		
PERFIL REQUERIDO		
Nivel de instrucción: Ing. en agronomía o agropecuaria y ser bilingüe		Experiencia: Mínima 1 años en cargos similares
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimiento en el manejo de los cultivos de cacao y cacao ✚ Cultura y Cambio: respetar y valorar la cultura existente en la asociación, pero también saber cómo hacerla evolucionar. ✚ Socio del Negocio: entender el negocio y el contexto general de la Asociación. ✚ Amabilidad, confianza, buenas relaciones con los colaboradores y clientes de la Asociación. 		

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.9. Estudio técnico

3.9.1. *Componente Productivo*

3.9.1.1. *Zonas de Producción*

El proyecto desde su enfoque productivo está fundamentado en las condiciones agroclimáticas que posee el cantón La Joya de los Sachas, mismo que presente una altura promedio de 270 m.s.n.m y una temperatura promedio de 25° C, además la textura del suelo es una franca arcillosa, durante el año tiene una precipitación promedio entre 2500 a 3000 mm, siendo los meses de febrero a junio los que exhiben mayor presencia de lluvias en la localidad. Las condiciones aludidas cumplen los mínimos citados para el establecimiento del cultivo de cacao.

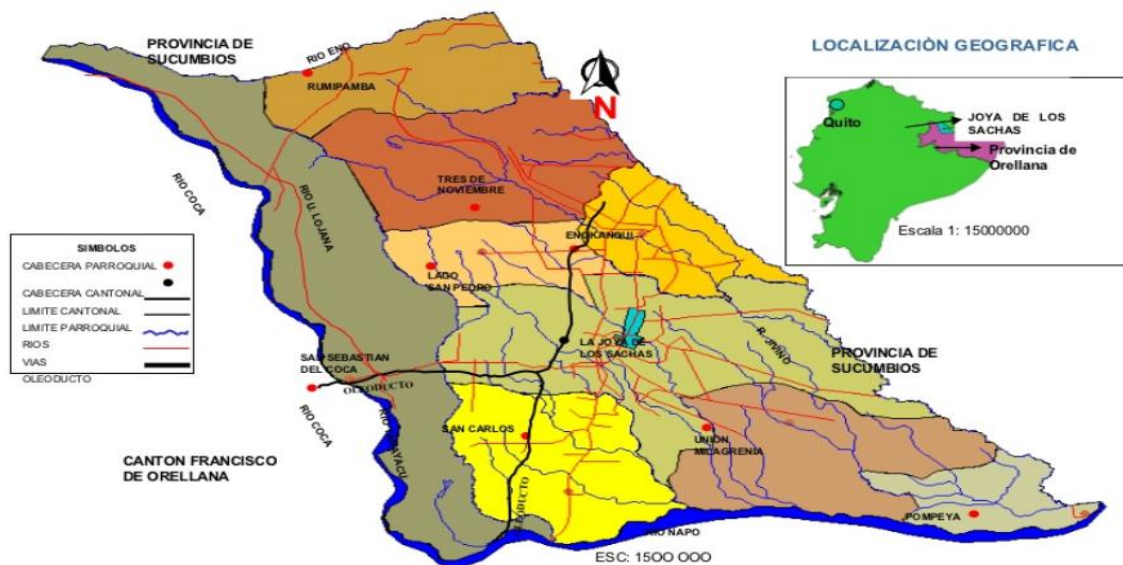


Figura 4-3: Mapa Cantón Joya de los Sachas

Fuente: Investigación de campo.

Al interior del cantón La Joya de los Sachas se encuentra la parroquia Unión Milagreña que está accedida por 18 comunidades y la cabecera parroquial, a estas localidades pertenecen todos los productores socios de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña que son 120 socios.



Figura 5-3: Mapa Parroquia Unión Milagreña

Fuente: Investigación de campo.

3.9.1.2. Actividades de la producción y costos

La Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña, cuenta en la actualidad con 120 socios, de los cuales 90 son activos, de forma individual los agricultores cuentan con un promedio en tenencia de tierra de menos de 5 hectáreas en un 40% y entre 5 a 10 hectáreas el 33% como los habían impugnado en la Tabla anterior de la sección de resultados, mediante la determinación de las unidades productivas los socios productores tienen distribuidas sus predios entre actividades agrícolas (cacao) y agroforestería, dentro de esta estadística se dispone de más de 225 hectáreas potenciales que se destinarían para cumplir con la propuesta productiva de la asociación con los socios que se hallan activos, es decir que en promedio y de manera rotativa deberán proponer cada socio 2,5 hectáreas para el cultivo de cacao.

Al analizar los costos de establecimiento de una hectárea de cacao, según las cifras del Ministerio de Agricultura y Ganadería para el 2018, bordean entre 1,072 y 2,132 dólares, dentro de los datos históricos de los productores de La Joya de los Sachas el establecimiento de este cultivo está alrededor de los 1,300 dólares, valor que lo consideramos para los cálculos continuos.

Al considerar el desarrollo del cultivo de cacao durante los 3 primeros años, se tiene en el primer año la siembra de cacao, misma que se la efectuará entre los meses de febrero y junio, debido a la presencia de precipitaciones formidables en la zona, en cuanto al valor de la semilla incluido el valor de la mano de obra tiene una representación del 55.4% del valor total del establecimiento del cultivo, al segundo año se considera el periodo de mantenimiento que representa el 39%

(507.00) del costo inicial del establecimiento de la hectárea, mientras que para el tercer año se tiene un costo del 61% (\$793.00), debido a las labores de cosecha que inician al término del tercer periodo productivo, valor que se reducirá para los demás años en un 3%, considerando que el cultivo es perenne.

En cuanto a la estructura de costos que se muestra en la Tabla N° 20, se tiene que las labores de fertilización, labores culturales y cosecha, son las principales actividades que consumen la gran parte de mano de obra que se necesita para el manejo del cultivo durante un año a partir del inicio de cosecha, es decir desde el tercer año. En promedio una hectárea de cacao después del tercer año desde su establecimiento, produce en promedio 12 quintales de cacao en almendra seca, datos establecidos según la media de producción para el cantón Joya de los Sachas por parte del MAG.

Tabla 25-3: Estructura de costos de producción, Cacao Tradicional

ACTIVIDADES/PRODUCTOS	UNIDAD	CANTIDAD POR ha.
1. Análisis del Suelo		
Toma de submuestra	Jornal	1
Análisis completo	Análisis	1
2. Fertilización		
Primera aplicación		
10-30-10	Saco 50kg.	3
Aplicación	Jornal	3
Segunda aplicación		
10-30-10	Saco 50kg.	3
Aplicación	Jornal	3
Tercera aplicación		
Abono (gallinaza)	Saco 50kg.	120
Aplicación	Jornal	3
3. Labores Culturales		
Rozas Manuales (2 veces al año)	Jornal	6
Podas de mantenimiento y fitosanitaria (2 veces al año)	Jornal	8
Fungicida para proteger heridas causadas por podas		
4. Control químico de malezas		
Insumos químicos		
Glifosato (2 veces al año)	Litro/ha	4
Aplicación de herbicida		
Bomba de fumigación	Jornal	4
5. Control Fitosanitario		
Insumos químicos		
Oxicloruro de cobre	Kg	2
Clorotalonil	Litro	2
Aplicación		
Mano de obra	Jornal	3
6. Cosecha		
Cosecha (cada semana en invierno y cada 2 semanas en verano)	Jornal	72

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Como se puede apreciar en la Tabla anterior, el cultivo de cacao para el establecimiento en las parcelas productivas de los socios genera un costo de 793 dólares considerando al final un estimado de utilidad neta por cada hectárea de 269.00 dólares, bajo los estándares de precios del

año 2019 que fue 88,5 dólares por el quintal de 100 libras, que según el análisis de los precios en los años previos es un precio bajo ya que normalmente el precio se posiciona entre 90 a 100 dólares por cada quintal.

3.9.1.3. *Estimación de la producción anual*

El rubro del cacao es la alternativa productiva para la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña que presenta la particularidad de ser un cultivo perenne, por tal razón se consideró cómo se comporta la producción de manera individual por cada hectárea, cuál sería la cantidad máxima estimada que la asociación producirá y cuál es la evolución de los costos. Con la información específica se puede visualizar el perfil productivo, considerando la gran aptitud agrícola que posee la parroquia Unión Milagreña.

Tabla 26-3: Estimación de la producción y costos para el rubro de cacao

Tipo Producción	Rubro	Hectáreas disponibles	Rendimiento promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13
Unitaria	Cacao (qq)	1	12	12	12	12	12	12	12	12	11	11	11	11	11	11
Socios	Cacao (qq)	225	12	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2619	2567	2515	2490	2465	2441	2416
Costos Unitaria	Cacao (qq)	1	\$ 793	\$ 793	\$ 769	\$ 746	\$ 724	\$ 717	\$ 709	\$ 702	\$ 695	\$ 688	\$ 681	\$ 675	\$ 668	\$ 661

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Al analizar la capacidad productiva de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña al establecer y mantener las potenciales 225 hectáreas de cacao, se tiene que en promedio durante los 13 años productivos que contempla el análisis, se dispondrá como máximo de 2,700 quintales de cacao en almendra seca y un mínimo de 2,416 quintales, considerando estas cantidades en toneladas se tiene una producción total entre 122.72 a 109.81 toneladas de cacao anualmente.

3.9.2. Centro de acopio

3.9.2.1. Localización Centro de Acopio

Para determinar el lugar adecuado donde se establecerá el centro de acopio de la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña, se tomó en consideración 3 localidades de la parroquia como son la comunidad 10 de Agosto, la cabecera parroquial Unión Milagreña y la Comunidad San Jacinto, localidades en las cuales los socios de la asociación deberán adquirir el terreno para el centro de acopio, a través del método Brown y Gibson se determinaron 5 factores que influirán en esta decisión, en primer lugar está la cercanía a las zonas de producción con un valor de ponderación del 30%, en segundo lugar infraestructura vial con un 20% de aporte, en tercer lugar se consideró la disponibilidad de servicios básicos con 20%, la condiciones del terreno 15% y transporte 15%. Todo el factor tendrá una calificación entre 1 a 10 siendo uno el menos adecuado y 10 el más adecuado.

Tabla 27-3: Factores de ubicación y valoración

Factor	Peso	Calificación			Calificación Ponderada		
		10 de Agosto	Unión Milagreña	San Jacinto	10 de Agosto	Unión Milagreña	San Jacinto
Zonas Producción	30%	7	5	5	2,1	1,5	1,5
Infraestructura Vial	20%	4	5	5	1,2	1,5	1,5
Servicios Básicos	20%	4	7	3	1,2	2,1	0,9
Condiciones Terreno	15%	7	6	7	2,1	1,8	2,1
Transporte	15%	5	6	4	1,5	1,8	1,2
TOTAL	100%				8,1	8,7	7,2

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

Al desarrollar la metodología propuesta, se tiene como resultado que la localidad de Unión Milagreña como cabecera parroquial dispone de las mejores condiciones para el establecimiento del centro de acopio y actividades de relacionadas a la post-cosecha con un puntaje sobre diez puntos de 8,7



Figura 6-3: Localización Centro de Acopio
Fuente: Investigación de campo.

3.9.2.2. Tamaño de la Infraestructura

Dentro de la localidad priorizada de la parroquia Unión Milagreña, la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña deberá adquirir un predio de una superficie mínima de 1500 m², considerando que en la localidad el precio de cada m² bordea los 30 dólares en la zona urbano marginal, la inversión será de 9000 dólares.

En la superficie propuesta se construirá un galpón de almacenamiento de características compuestas por cemento y hierro en los pisos y columnas y zinc en el techo, tendrá un área de construcción de 615.0 m², misma que tendrá un costo de \$53.188,17 dólares. Además, se establecerán 4 secadoras solares de madera de 60 m² cada una, a un valor estimado, estas infraestructuras serán de utilidad para la secada y fermentada del cacao que se lo obtiene en estado fresco al interior del centro de acopio se elaborará las labores de fermentación del cacao, secado, clasificación, empaçado y almacenamiento. Dentro del proceso se debe mencionar que la calidad del cacao al final del procesamiento depende del punto crítico en el manejo de la fermentación, actividad que le permite el desarrollo de las características organolépticas del producto como se puede apreciar a continuación.

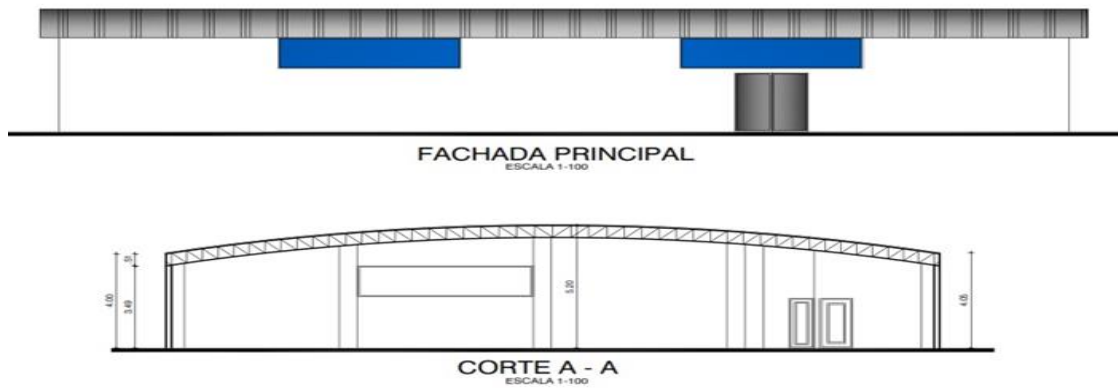


Figura 7-3: Fachada principal del galpón de almacenamiento del centro de acopio
Fuente: Investigación de campo.



Figura 8-3: Fachada frontal del secador solar del centro de acopio
Fuente: Investigación de campo.

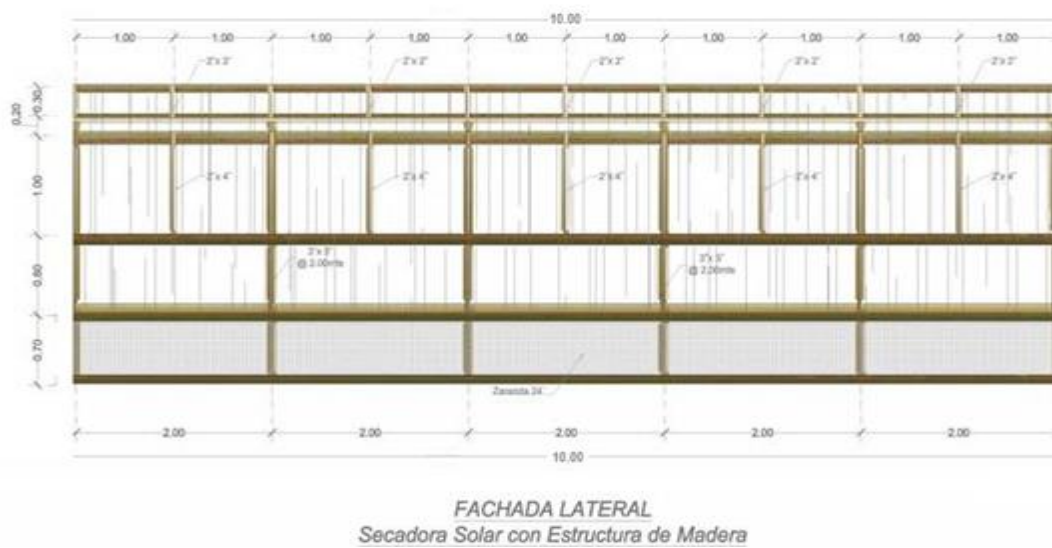


Figura 9-3: Fachada lateral del secador solar del centro de acopio
Fuente: Investigación de campo.

3.9.3. *Flujo de proceso de fermentado y secado en el centro de acopio*


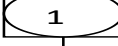
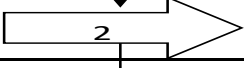

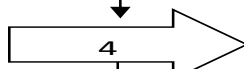


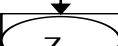

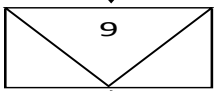
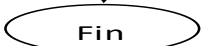
Flujo de proceso	Actividad	Tiempo
		
	Recibo y revisión	2 hrs
	Llevado a fermentación	
	Fermentación	168 hr
	Llevado a pre-secado	
	Pre-secado	48hrs
	Secado	96 hrs
	Clasificación del grano	8 hrs
	Empacado	4 hrs
	Almacenamiento	1 mes
		

Gráfico 16-3: Flujo de proceso de fermentado y secado

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

3.9.3.1. Maquinaria y Equipo centro de acopio

Para la operatividad del centro de acopio se requiere de las siguientes maquinarias y equipos a fin de generar las condiciones de pesaje justa y calidad, además de un equipo informativo (software y hardware) acorde lo detallado en la Tabla N° 24.

Tabla 28-3: Maquinaria y Equipos del centro de acopio

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Máquina cosedora de sacos	Unidad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Medidor de temperatura	Unidad	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Sensor de Humedad	Unidad	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Balanza digital	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL				\$ 1.450,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020.

En total lo requerido dentro del centro de acopio de la asociación en equipos y maquinaria está determinado en 1450 dólares, para la obtención de los valores referénciales de cada uno de los ítems, se obtuvieron los precios en tiendas de la localidad en la ciudad del Coca para estimar este apartado.

3.10. Estudio financiero

Plan Financiero le permite a la empresa conocer la rentabilidad que se obtiene en las ventas de los productos durante el periodo económico, lo cual se indica la gama de productos que ofrece.

Entre los principales beneficios de crear un plan financiero destacamos:

- Conocer si la idea de negocio o nuestro proyecto es rentable.
- Comprobar la salud financiera y ver cuáles son nuestras necesidades actuales y futuras.
- Identificar la inversión inicial necesaria hasta conseguir ingresos.
- Saber cuántos recursos necesitamos para ofrecer nuestros productos y servicios durante un tiempo estimado.
- Saber cuál es nuestra capacidad de venta para calcular los ingresos que podemos llegar a obtener.
- Identificar las fuentes de financiación a las que se deba y pueda recurrir
- Definir estrategias y escenarios (a corto, medio y largo plazo) para mejorar la situación financiera

- Dar a conocer toda la información financiera de la empresa al resto de actores: clientes, proveedores y colaboradores.

3.10.1. Inversiones

Todo proyecto de negocio requiere de la adquisición y/o aportación de una serie de recursos por parte de las empresas, para poder ponerlo en funcionamiento. Recursos que, dependiendo de las características y tamaño de la empresa, podrán estar materializados en más o menos elementos físicos (tangibles e intangibles), incluyendo un montante mínimo de dinero en efectivo. A continuación, describimos las inversiones fijas, inversiones diferidas y el capital de trabajo

Tabla 29-3: Inversiones

Descripción	Valor Total
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 107.803,00
EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL	\$ 98.803,00
TERRENO	\$ 9.000,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 1.450,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 1.450,00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 900,00
Muebles y enseres	\$ 900,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.100,00
Vehículo	\$ 22.000,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	\$ 135.253,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 30-3: Inversiones diferidas

Descripción	Valor Total
Estudios preliminares	\$ 1.200,00
Gasto de constitución	\$ 1.800,00
estudio de diseño	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 4.000,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 31-3: Capital de Trabajo

Descripción	Valor Total
MATERIALES	\$ 19.125,00
Costales de cacao	\$ 19.125,00
MANO DE OBRA	\$ 3.220,42
Mano de Obra Directo	\$ 3.220,42
COSTOS INDIRECTOS	\$ 122,94
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 122,94
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.057,73
Gerente	\$ 837,31
Secretaria- Contador	\$ 515,27
Director Recursos Humanos	\$ 708,49
Suministro de Oficina	\$ 708,49
jefe de ventas	\$ 708,49
Bodeguero	\$ 579,68
GASTOS DE VENTAS	\$ 66,67
Publicidad	\$ 66,67
GASTOS GENERALES DE DISTRIBUCIÓN	\$ 515,27
Chofer	\$ 515,27
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 27.108,02

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Tabla 32-3: Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 135.253,00
Inversión Diferida	\$ 4.000,00
Capital de Trabajo	\$ 27.623,29
INVERSIÓN TOTAL	\$ 166.876,29

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.2. *Compra de mercaderías proyectadas*

Tabla 33-3: Compra de mercaderías proyectadas

Descripción	Cantidad quintales	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costal de Cacao	2700	85	229.500,00	229.500,00	229.500,00	229.500,00	229.500,00
TOTAL			229.500,00	229.500,00	229.500,00	229.500,00	229.500,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de compra de mercaderías

El volumen de las compras de materia prima (cacao) durante los 12 meses, dicha cantidad suele ser expresada en términos monetarios contabilizados la compra que los socios entregaran al centro de acopio, por tal motivo la compra de mercadería es de 229.500,00 dólares, para el primer año y se mantiene por el motivo que no se sabe que pueda pasar con las políticas de estado para los próximos años considerando que el quintal de cacao equivale a \$85,00 dólares.

3.10.3. Costos Directos

Tabla 34-3: Rol de pagos

FONDOS DE RESERVA:		8,33%		luego de un año de servicio							
ROL DE PAGOS											
CARGO	SALARIO BASICO	TOTAL ANUAL BASICO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Gerente	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 947,70	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 10.047,70	\$ 907,06	10697,44	10697,44	10697,44	10697,44
Secretaria- Contador	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 6.183,20	\$ 558,19	6583,04	6583,04	6583,04	6583,04
Director Recursos Humanos	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 801,90	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 8.501,90	\$ 767,51	9051,68	9051,68	9051,68	9051,68
Jefe financiero	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 801,90	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 8.501,90	\$ 767,51	9051,68	9051,68	9051,68	9051,68
jefe de ventas	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 801,90	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 8.501,90	\$ 767,51	9051,68	9051,68	9051,68	9051,68
jefe de bodega	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 7.729,00	\$ 697,74	8228,80	8228,80	8228,80	8228,80
Obreros 5	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	\$ 2.916,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 30.916,00	\$ 2.790,94	32915,20	32915,20	32915,20	32915,20
Vendedor	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 656,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.956,10	\$ 627,96	7405,92	7405,92	7405,92	7405,92
Bodeguero	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 656,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.956,10	\$ 627,96	7405,92	7405,92	7405,92	7405,92
Chofer	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 6.183,20	\$ 558,19	6583,04	6583,04	6583,04	6583,04

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de Costos Directos

Los costos directos se considera a todo el personal que interviene con el proceso de acopio de cacao en la tabla anterior se demuestra el rol de pagos y los respectivos sueldos y beneficios de ley, los Fondos de Reserva es el equivalente a un mes de sueldo o salario, por cada año completo de trabajo que se acumula luego de cumplido el primer año de servicio en el Asociación DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA.

3.10.4. Costos Indirectos

Tabla 35-3: Costos Indirectos

Tasa de Inflación: Según datos del INEC en el año 2019 el promedio de la tasa de inflación es del 0,23%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 229.500,00	\$ 233.027,93	\$ 234.542,61	\$ 236.067,14	\$ 237.601,58
Costo Materia Prima Directa	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Costal de cacao	\$ 229.500,00	\$ 233.027,93	\$ 234.542,61	\$ 236.067,14	\$ 237.601,58
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 45.601,10	\$ 48.549,92	\$ 48.549,92	\$ 48.549,92	\$ 48.549,92
Mano de Obra Directa	\$ 45.601,10	\$ 48.549,92	\$ 48.549,92	\$ 48.549,92	\$ 48.549,92
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 1.432,25	\$ 1.435,54	\$ 1.435,54	\$ 1.435,54	\$ 1.435,54
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1.432,25	\$ 1.435,54	\$ 1.435,54	\$ 1.435,54	\$ 1.435,54
DEPRECIACIONES	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15
DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15	\$ 11.050,15
TOTAL	\$ 287.583,50	\$ 294.063,54	\$ 295.578,23	\$ 297.102,75	\$ 298.637,19

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de costos indirectos

Los costos indirectos son de \$ 287.583,50 anualmente para el primer año, esta cantidad es para dar el funcionamiento al centro de acopio, con el fin de dar un producto de calidad al proveedor de cacao.

3.10.5. Depreciación

Tabla 36-3: Depreciación

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Depreciación Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL	\$ 98.803,00	20	\$ 4.940,15	\$ 4.940,15	\$ 4.940,15	\$ 4.940,15	\$ 4.940,15	\$ 74.102,25
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 1.450,00	10	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 725,00
EQUIPO DE COMPUTO	3100	5	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 0,00
Vehículo	\$ 22.000,00	5	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	\$ 0,00
Subtotal			\$ 10.105,15	\$ 10.105,15	\$ 10.105,15	\$ 10.105,15	\$ 10.105,15	\$ 74.827,25
Muebles y enseres	\$ 1.450,00	10	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 725,00
Subtotal			\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 725,00
TOTAL			\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 75.552,25

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.6. Amortización

Tabla 37-3: Amortización

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Amortización Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 4.000,00	5	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 0,00
TOTAL			\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.7. Costos Administrativos

Tabla 38-3: Costos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	10047,7	10697,44	10697,44	10697,44	10697,44
Secretaria- Contador	6183,2	6583,04	6583,04	6583,04	6583,04
Director Recursos Humanos	8501,9	9051,68	9051,68	9051,68	9051,68
Jefe financiero	8501,9	9051,68	9051,68	9051,68	9051,68
jefe de ventas	8501,9	9051,68	9051,68	9051,68	9051,68
Bodeguero	7729	8228,80	8228,80	8228,80	8228,80
TOTAL	\$ 49.465,60	\$ 52.664,32	\$ 52.664,32	\$ 52.664,32	\$ 52.664,32

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de costos administrativo

En nuestro proyecto los gastos administrativos son directamente con la administración general del negocio para dar el funcionamiento del mismo en la tabla anterior contienen los salarios de cada uno de los departamentos, servicios básicos y gastos.

3.10.8. Costos de Publicidad proyectada

Tabla 39-3: Publicidad

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 800,00	\$ 801,84	\$ 803,68	\$ 805,53	\$ 807,39
TOTAL	\$ 800,00	\$ 801,84	\$ 803,68	\$ 805,53	\$ 807,39

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de la publicidad

Para nuestro centro de acopio la publicidad para dar a conocer la institución para ello se realizó un presupuesto de \$ 800,00, como se puede observar en la tabla anterior, con el fin de atraer más clientes para mejorar la rentabilidad y ser reconocidos como un centro de acopio responsable.

3.10.8.1. Gastos de distribución

El gasto de distribución se considera al chofer que conducirá el vehículo para la recolección o entajar los quintales de cacao al centro de acopio como se muestra a continuación.

Tabla 40-3: Gasto de distribución

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de distribución	\$ 6.956,10	\$ 7.405,92	\$ 7.405,92	\$ 7.405,92	\$ 7.405,92
TOTAL	\$ 6.956,10	\$ 7.405,92	\$ 7.405,92	\$ 7.405,92	\$ 7.405,92

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.8.2. Gastos financieros

Los gastos financieros es el pago de las cuotas del préstamo desarrollada por el préstamo adquirido al Ban Ecuador que se paga mensualmente de acorde a la tabla de amortizaciones que el banco nos emita.

Tabla 41-3: Gastos financieros

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	\$ 4.170,24	\$ 3.464,06	\$ 2.699,05	\$ 1.870,32	\$ 972,55
TOTAL		\$ 4.170,24	\$ 3.464,06	\$ 2.699,05	\$ 1.870,32	\$ 972,55

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.9. Costos Financieros

Tabla 42-3: Costos Financieros

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	\$ 116.813,40	70%
Capital de Terceros	\$ 50.062,89	30%
TOTAL	\$ 166.876,29	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Amortización del préstamo

La estructura del préstamo nos indica cuanto la institución tiene con dinero propio y el restante para completar el monto total del dinero. Para ilustrar la situación, considérese el siguiente:

Tabla 43-3: Tabla de amortización del préstamo

Préstamo:	\$ 50.062,89
Tasa Interés:	8,33%
Plazo:	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 50.062,89
1	\$ 8.477,58	\$ 4.170,24	\$ 12.647,82	\$ 41.585,31
2	\$ 9.183,76	\$ 3.464,06	\$ 12.647,82	\$ 32.401,54
3	\$ 9.948,77	\$ 2.699,05	\$ 12.647,82	\$ 22.452,77
4	\$ 10.777,50	\$ 1.870,32	\$ 12.647,82	\$ 11.675,27
5	\$ 11.675,27	\$ 972,55	\$ 12.647,82	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de gastos financieros

El capital propio de la empresa es de 70%, mientras que el capital con terceros son los préstamos de 30%, con un interés del 8, 20 a 5 años plazo y esto representa a los pasivos, es decir las deudas que tiene la empresa con la institución bancario que es el Ban Ecuador.

3.10.10. Ventas de mercaderías anuales

La asociación DE AGROCACAOTEROS UNIÓN MILAGREÑA ofrece sus productos con un precio establecido de acorde a las Leyes de Agrocalidad en diferente ámbito lo cual ayuda que este centro de acopio sea un acaparamiento de algunos clientes por su prestigio, por lo tanto, se obtiene \$ 452.466,30 de las ventas anuales en quintales de cacao del primer año.

Proyección de las ventas anuales

Tabla 44-3: Proyección de las ventas anuales

Productos/Servicios	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Quintal de Cacao	110,00	4.113	4.208	4.305	4.404	4.504
		\$452.466,30	\$462.921,30	\$473.568,24	\$484.410,40	\$495.451,15
TOTAL		\$ 452.466,30	\$ 462.921,30	\$ 473.568,24	\$ 484.410,40	\$ 495.451,15

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Interpretación de ventas de mercaderías

Las ventas de mercaderías que se puede observar por cada año son de acorde a la tasa de inflación que va proyectando para los cinco años de vida útil del proyecto, se puede notar claramente que cada año hay ventas más altas, lo cual se puede decir que nuestro centro de acopio sigue siendo rentable en el mercado los próximos años los cuales son beneficiosos para la institución.

3.10.11. Balance General Proyectado

Tabla 45-3: Balance General Proyectado

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 27.623,29	\$ 92.290,37	\$ 156.869,73	\$ 226.621,33	\$ 301.630,92	\$ 381.984,07
Caja	\$ 27.623,29	\$ 92.290,37	\$ 156.869,73	\$ 226.621,33	\$ 301.630,92	\$ 381.984,07
ACTIVO FIJO	\$ 135.253,00	\$ 125.002,85	\$ 114.752,70	\$ 104.502,55	\$ 94.252,40	\$ 84.002,25
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 107.803,00	\$ 107.803,00	\$ 107.803,00	\$ 107.803,00	\$ 107.803,00	\$ 107.803,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00
Vehículo	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 10.250,15	-\$ 20.500,30	-\$ 30.750,45	-\$ 41.000,60	-\$ 51.250,75
ACTIVO DIFERIDO	\$ 4.000,00	\$ 3.200,00	\$ 2.400,00	\$ 1.600,00	\$ 800,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 800,00	-\$ 1.600,00	-\$ 2.400,00	-\$ 3.200,00	-\$ 4.000,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 166.876,29	\$ 220.493,22	\$ 274.022,43	\$ 332.723,88	\$ 396.683,32	\$ 465.986,32
PASIVO	\$ 50.062,89	\$ 41.585,31	\$ 32.401,54	\$ 22.452,77	\$ 11.675,27	\$ 0,00
Corriente	\$ 8.477,58	\$ 9.183,76	\$ 9.948,77	\$ 10.777,50	\$ 11.675,27	\$ 0,00
No Corriente	\$ 41.585,31	\$ 32.401,54	\$ 22.452,77	\$ 11.675,27	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 116.813,40	\$ 178.907,92	\$ 241.620,89	\$ 310.271,11	\$ 385.008,05	\$ 465.986,32
Capital	\$ 116.813,40	\$ 116.813,40	\$ 116.813,40	\$ 116.813,40	\$ 116.813,40	\$ 116.813,40
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 62.094,52	\$ 62.712,97	\$ 68.650,22	\$ 74.736,94	\$ 80.978,27
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 62.094,52	\$ 124.807,49	\$ 193.457,71	\$ 268.194,65
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 166.876,29	\$ 220.493,22	\$ 274.022,43	\$ 332.723,88	\$ 396.683,32	\$ 465.986,32

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

El balance general demuestra los activos y pasivos que la empresa contrae cada año y se puede ver cómo va incrementando para cada año.

3.10.12. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 46-3: Estado de Resultados Proyectado

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 452.466,30	\$ 462.921,30	\$ 473.568,24	\$ 484.410,40	\$ 495.451,15
- Costo de Producción	-\$ 287.583,50	-\$ 294.063,54	-\$ 295.578,23	-\$ 297.102,75	-\$ 298.637,19
= Utilidad Bruta	\$ 164.882,80	\$ 168.857,75	\$ 177.990,01	\$ 187.307,65	\$ 196.813,96
- Gastos de Administración	-\$ 49.465,60	-\$ 52.664,32	-\$ 52.664,32	-\$ 52.664,32	-\$ 52.664,32
- Gastos de Ventas	-\$ 800,00	-\$ 801,84	-\$ 803,68	-\$ 805,53	-\$ 807,39
- Gastos de distribución	-\$ 6.956,10	-\$ 7.405,92	-\$ 7.405,92	-\$ 7.405,92	-\$ 7.405,92
- Gastos Financieros	-\$ 4.170,24	-\$ 3.464,06	-\$ 2.699,05	-\$ 1.870,32	-\$ 972,55
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 103.490,86	\$ 104.521,62	\$ 114.417,04	\$ 124.561,56	\$ 134.963,79
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 15.523,63	-\$ 15.678,24	-\$ 17.162,56	-\$ 18.684,23	-\$ 20.244,57
- Impuesto a la Renta	-\$ 25.872,72	-\$ 26.130,40	-\$ 28.604,26	-\$ 31.140,39	-\$ 33.740,95
= Utilidad Neta	\$ 62.094,52	\$ 62.712,97	\$ 68.650,22	\$ 74.736,94	\$ 80.978,27

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

Los estados de resultados muestran a la utilidad neta que el centro de acopio mantiene para cada año se puede apreciar que esta utilidad supera el préstamo adquirido y se puede dar un visto bueno para la creación de la misma.

3.10.13. Flujo neto de efectivo

Tabla 47-3: Flujo neto de efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 452.466,30	\$ 462.921,30	\$ 473.568,24	\$ 484.410,40	\$ 495.451,15
- Costo de Producción		-\$ 287.583,50	-\$ 294.063,54	-\$ 295.578,23	-\$ 297.102,75	-\$ 298.637,19
= Utilidad Bruta		\$ 164.882,80	\$ 168.857,75	\$ 177.990,01	\$ 187.307,65	\$ 196.813,96
- Gastos de Administración		-\$ 49.465,60	-\$ 52.664,32	-\$ 52.664,32	-\$ 52.664,32	-\$ 52.664,32
- Gastos de Ventas		-\$ 800,00	-\$ 801,84	-\$ 803,68	-\$ 805,53	-\$ 807,39
- Gastos de distribución		-\$ 6.956,10	-\$ 7.405,92	-\$ 7.405,92	-\$ 7.405,92	-\$ 7.405,92
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 4.170,24	-\$ 3.464,06	-\$ 2.699,05	-\$ 1.870,32	-\$ 972,55
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 103.490,86	\$ 104.521,62	\$ 114.417,04	\$ 124.561,56	\$ 134.963,79
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 15.523,63	-\$ 15.678,24	-\$ 17.162,56	-\$ 18.684,23	-\$ 20.244,57
- Impuesto a la Renta		-\$ 25.872,72	-\$ 26.130,40	-\$ 28.604,26	-\$ 31.140,39	-\$ 33.740,95
= Utilidad Neta		\$ 62.094,52	\$ 62.712,97	\$ 68.650,22	\$ 74.736,94	\$ 80.978,27
+ Depreciaciones		\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 10.250,15	\$ 10.250,15
+ Amortizaciones		\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 8.477,58	-\$ 9.183,76	-\$ 9.948,77	-\$ 10.777,50	-\$ 11.675,27
+ Valor de Salvamento						\$ 75.552,25
- Inversiones						
Fija	-\$ 135.253,00					
Diferida	-\$ 4.000,00					
Capital de Trabajo	-\$ 27.623,29					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 166.876,29	\$ 64.667,09	\$ 64.579,36	\$ 69.751,60	\$ 75.009,58	\$ 155.905,40

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.14. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es donde los ingresos totales se igualan a los costos asociados con la venta de un producto.

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

PVU = Precio de Venta Unitario

CVU = Costo Variable Unitario

$$\mathbf{PE} = \frac{\mathbf{CF}}{\mathbf{PVU} - \mathbf{CVU}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{61.391,94}{110 - 85}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{61.391,94}{25}$$

PE = 2.456 qq anuales

3.10.15. Evaluación económica

3.10.15.1. Cálculo de la tasa de descuento

Tabla 48-3: Cálculo de la tasa de descuento

	Estructura de financiamiento	% Ban Central	Ponderación
Capital propio de la empresa	70%	7,05%	4,94%
Crédito	30%	8,33%	2,50%
Riesgo de Inversión			15,0%
Total			21,43%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

3.10.15.2. Cálculo del Valor Actual Neto – VAN

Para el cálculo del valor actual neto utilizamos los datos obtenidos del flujo neto de efectivo con la siguiente formula:

$$\text{VAN} = -P + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^1} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^2} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^3} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^4} + \frac{FNC}{(1 + TMAR)^5}$$

Tasa de descuento 21,43%

Tabla 49-3: Cálculo del VAN

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 166.876,29	1,000000	-\$ 166.876,29	-\$ 166.876,29
1	\$ 64.667,09	0,823493	\$ 53.252,87	-\$ 113.623,42
2	\$ 64.579,36	0,678140	\$ 43.793,85	-\$ 69.829,57
3	\$ 69.751,60	0,558443	\$ 38.952,32	-\$ 30.877,25
4	\$ 75.009,58	0,459874	\$ 34.494,95	\$ 3.617,70
5	\$ 155.905,40	0,378703	\$ 59.041,81	\$ 62.659,51

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020*

Interpretación del VAN

El Valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de \$ 62.659,51 De acuerdo con el cuadro anterior podemos deducir que se cumple una de las características para aceptar un proyecto ya que el valor actual neto (VAN) debe ser mayor a uno y cumple con esta condición lo cual este plan de negocios es viable.

3.10.15.3. Tasa Interna de Retorno – TIR

TIR = 35,63%

Interpretación del TIR

Para determinar el valor de la Tasa Interna de Retorno se toma los valores del flujo neto del Efectivo de los 5 años que se realizó la proyección y se procede aplicar la formula en Excel para obtener el valor dando como resultado un TIR de 35,63% Al obtener una TIR mayor que la tasa de descuento se concluye que el proyecto ES RENTABLE.

3.10.15.4. *Periodo de Recuperación de Inversión – PRI*

Tabla 50-3: Periodo de Recuperación de Inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 166.876,29	1,000000	-\$ 166.876,29	-\$ 166.876,29
1	\$ 64.667,09	0,823493	\$ 53.252,87	-\$ 113.623,42
2	\$ 64.579,36	0,678140	\$ 43.793,85	-\$ 69.829,57
3	\$ 69.751,60	0,558443	\$ 38.952,32	-\$ 30.877,25
4	\$ 75.009,58	0,459874	\$ 34.494,95	\$ 3.617,70
5	\$ 155.905,40	0,378703	\$ 59.041,81	\$ 62.659,51

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} * 12 \right\}$$

PRI =	3Λ{ -30.877,25/34.494,95 *12}
PRI =	3Λ0,90
PRI =	3 años, 11 mes(es)

Interpretación del PRI

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) del proyecto es de 3 años y 11 meses siendo inferior a la vida útil del proyecto.

3.10.15.5. *Relación Beneficio Costo*

Tabla 51-3: Relación Beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 166.876,29	\$ 0,00	-\$ 166.876,29
1	0,823493	\$ 64.667,09		\$ 53.252,87	\$ 0,00
2	0,678140	\$ 64.579,36		\$ 43.793,85	\$ 0,00
3	0,558443	\$ 69.751,60		\$ 38.952,32	\$ 0,00
4	0,459874	\$ 75.009,58		\$ 34.494,95	\$ 0,00
5	0,378703	\$ 155.905,40		\$ 59.041,81	\$ 0,00
				\$ 229.535,79	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rivadeneira, L. 2020

$$R B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS + INVERSION}}$$

	\$ 229.535,79
=	0,00+166.876,29
=	1,38

Interpretación de beneficio costo

Por esta razón se determina que el proyecto es aceptado ya que tenemos una Relación Beneficio Costo de 1,38 es decir mayor a 1, por lo que significa que está esperando que por cada \$ 1 invertido se gana 0,38 centavos los cuales es de beneficio para el centro de acopio.

CONCLUSIONES

- Al desarrollar el diagnóstico situacional de la Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña se puede apreciar que la principal ventaja es la experiencia productiva en cacao y la asociatividad que se ha generado, sin embargo, en la parroquia Unión Milagreña la comercialización del rubro cacao está en manos de una gran cadena de intermediación, que de manera referencial se postuló que los productores venden su producto actualmente el quintal de 100 libras en 85 dólares.
- El estudio realizado en Asociación de Agrocaacoteros Unión Milagreña permitió determinar que es un lugar adecuado y estratégico para la creación e instalación del centro de acopio debido al diagnóstico situacional que se realizó, ya que este sector tiene como principal fuente de ingresos la agricultura en especial la producción de cacao.
- La inversión que se necesita para poner en marcha el proyecto es de \$ 166.876,29 dólares, de los cuales se contará con un capital propio de aportación del GAD del gobierno provincial de Orellana es de \$ 116.813,40 dicho valor representa el 70% y con crédito financiero en el BanEcuador de \$ 50.062,89 los cuales ayudaran a poner en marcha el proyecto siendo de beneficio para los socios cacaoteros.
- A través de la evaluación económica y financiera se determinó que el proyecto es viable, debido a que las proyecciones de los estados financieros dan como resultado un VAN positivo de \$ 62.659,51, TIR de 35,63%, beneficio costo de \$ 1,38 y un PRI de 3 años 11 meses considerando una tasa de descuento de 21,43%, de esta manera se demuestra que el proyecto es viable para ponerlo en marcha de forma adecuada.

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el proyecto el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Unión Milagreña que a su vez sería el vínculo con el Gobierno Autónomo Provincial de Orellana que es el nivel que tiene la competencia exclusiva de Fomento Productivo para un mejor los niveles económicos de la población.
- Se recomienda que la ejecución del proyecto para la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña tiene que ser realizado en el sitio estratégico para de esta manera brindar un servicio de calidad a los agricultores del sector, lo cual les permita ahorrar tiempo y dinero en la entrega de su mercancía a la asociación.
- A los socios que deseen invertir para que el proyecto se ejecute, los estudios financieros y económicos realizados dieron resultados positivos de esta manera se generará rentabilidad y se podrá contribuir al desarrollo socio-económico de la parroquia considerando que el proyecto esta aplicado con los parámetros adecuados
- A los socios cacaoteros e instituciones gubernamentales la ejecución de la formación organizacional y demás procesos del presente estudio de mercado en la Asociación de Agrocacaoteros Unión Milagreña para la comercialización del cacao, propiciaría tomar mejores decisiones para ser reconocidas en el mercado local y nacional

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, C. (2014). *La contribución de la evaluación financiera de proyectos en las organizaciones*. Colombia. Conexión ESAN.
- Alcócer, I., & Ramirez, D. (2014). *Modelo de administración del capital de trabajo, para maximizar los resultados financieros y mejorar la liquidez de las PYMES*. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- Anzil, F. (2012). *Estudio financiero*. Obtenido de: <Http://Www.Zonaeconomica.Com/Estudio-Financiero>.
- Aponte, R., Muñoz, F., & Álzate, L. (2017). *La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo*. Peru. Ciencia y Poder Aéreo
- Arango, A. (2014). *Importancia de un Estudio Técnico de un Proyecto*. Obtenido de: http://www.academia.edu/8770204/IMPORTANCIA_ESTUDIO_T%C3%89CNICO.
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de inversión*. México, DF: Trillas.
- Arias, N. (2015). *El proyecto de investigación (guía para su elaboración)*. Caracas-Venezuela, Editorial Episteme.
- Atagua, M., Donatti, D., & Ferrer, J. (2015). *Conceptos Básicas de Metodología de la Investigación*. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/80532214.pdf>.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México. McGraw-Hill.
- Blanco, A. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México. Ediciones Torán.
- Briceño, P. (2015). *Administración y dirección de proyectos*. Santiago de Chile. McGraw-Hill.
- Canter, L. (2013). *Manual de evaluación de impacto ambiental: técnicas para la elaboración de estudios de impacto*. México. McGraw-Hill.
- Carrasquero, D. (2004). *Estudio de mercado y de factibilidad de producto*. Obtenido de: <Http://Www.Gestiopolis.Com/Estudio-de-Mercado-y-de-Factibilidadde-Producto>.
- Córdoba, M. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México. McGraw-Hill.
- Coss Bu, R. (2014). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México. Ediciones Torán.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación: fundamentos y metodología*. México. Person Educación
- European Cocoa Association. (2020). ECA | *European Cocoa Association*. Obtenido de: <https://www.eurococoa.com/en/>
- Fernández, G., Barragán, V., & Quintero, A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México. Ediciones Torán.
- Gómez, T. (2005). *Estudio Económico-Financiero*. Obtenido de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>.
- Gomez, R., Lopera, J., Velasquez, W., Rodriguez, F, Martinez, A., Roldan, P., & Vargas, G.

- (2009). *Manual de gestión de proyectos*. México. Ediciones Torán..
- Hernández, A.. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Thomson.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* . México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Población y Demografía* Obtenido de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- International Cocoa Organization (ICCO). (2020). *The International Cocoa Organization (ICCO) / Cocoa Producing and Cocoa Consuming Countries*. Retrieved October 27, 2020, Obtenido de: <https://www.icco.org/>
- Lock, D. (2013). *Fundamentos de la gestión de proyectos*. México. Ediciones Torán.
- Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados*. México: Thomson.
- Meza, J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia. Ecoe Ediciones.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Bienvenidos al Sistema de Información Pública Agropecuaria del Ecuador - SIPA*. Retrieved October 25, 2020. Obtenido de:<http://sipa.agricultura.gob.ec/>
- Muñoz, E. (2018). *Plan de negocios para mejorar la gestión productiva y comercial de la Asociación de Productores Agrícola Santa Elvira, provincia de Esmeraldas, cantón Quininde, parroquia Rosa Zarate, periodo 2017*. (Tesis de posgrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8724>
- Oberti, A., & Bacci, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: Thomson.
- Pilataxi, J. (2019). *Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro de acopio de cacao en la parroquia Puerto Limón en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*. (Tesis de posgrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11288/1/22T0499.pdf>
- Prieto, J. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial*. México: Ecoe Ediciones.
- Ramírez, E. (2004). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Colombia. Universidad Nacional de Colombia.
- Randall, G., & Peris, S. M. (2003). *Principios de marketing*. International Thomson.
- Robles, F. (2015). *Método Inductivo y Deductivo: Características y Diferencias (Ejemplos)*. Obtenido Sevilla: Lifeder. Com. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/metodo-inductivo-deductivo>.
- Rodríguez, N. (2002). *Manual de proyectos*. Venezuela. Gobernación.
- Rojas, M. D. (2016). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. México: Ecoe Ediciones.
- Ross, S. Westerfield, R., & Jordan, B. (2014). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México: McGraw-Hill Education.

- Ruiz, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa* Argentina. Universidad de Deusto.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mac Graw Hill.
- Sarmiento, R. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida – Secretaría Técnica Planifica Ecuador*. Retrieved October 27, 2020, Obtendo de: <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>
- Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social - SICES. (2020). *Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social - SICES*. Retrieved October 27, 2020. Obtenido de: <http://www.conocimientosocial.gob.ec/pages/ProgramasSociales/herramientasProgramas.jsf>
- Trespalacios, J., Bello, L., & Vázquez, R. (2005). *Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Lima: Editorial Paraninfo.



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**

ANEXOS

ANEXO A: FOTO DE LA PRODUCCIÓN DE CACAO







