



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

INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE CACAO DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA PROVINCIA DE ORELLANA PARA EL AÑO 2016.

**AUTORA:**

ESTHER SOFIA VÁSQUEZ RODAS

ORELLANA - ECUADOR

2016

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente Trabajo de Titulación ha sido desarrollado por la Sra. Esther Sofía Vásquez Rodas, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autorizada su presentación.

---

Ing. Gerardo Luis Lara Noriega  
DIRECTOR

---

Ing. María Elena Espín Oleas  
MIEMBRO

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

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

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

Riobamba, 05 de mayo del 2016

---

Esther Sofía Vásquez Rodas  
C.C.150064010-5

## **DEDICATORIA**

Con todo el amor del mundo, dedico este trabajo de titulación a mis padres Simón Vásquez y Cirila Rodas, quienes son el pilar fundamental en mi vida; a mis hermanos quienes han sido cómplices de cada momento y me han brindado su amor y apoyo incondicional.

También a mi hijo David Andrhé quien es la razón por la que decidí entrar a estudiar y superarme para que todo mi esfuerzo sea ejemplo de superación para él.

*Esther Sofía Vásquez Rodas*

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida.

A mi familia; especialmente a mis padres, por estar siempre pendientes de mí y por brindarme su apoyo total para llegar a ser una profesional, a mis hermanos que siempre han estado conmigo brindándome sus consejos y por alentarme siempre a seguir adelante, a mi hijo que me ha llenado de amor y de alegrías y me ha brindado su amor sincero.

Agradezco a mis maestros politécnicos quienes a lo largo de la carrera se han convertido en grandes amigos, especialmente al Ing. Gerardo Luis Lara Noriega y también a la Ing. María Elena Espín Oleas por la ayuda prestada para la realización del presente trabajo.

A mis amigos con quienes he compartido mi carrera universitaria y con quienes he vivido momentos buenos y malos y aún siguen formando parte de mi vida.

*Esther Sofía Vásquez Rodas*

# ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del Tribunal .....	ii
Declaración de Autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice General.....	vi
Índice de Tablas .....	x
Índice de Gráficos .....	xi
Índice de Anexos .....	xii
Resumen Ejecutivo .....	xiii
Summary.....	xiv
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3 OBJETIVOS .....	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivo específicos.....	5
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
2.2.1 Proyecto .....	6
2.2.1.1 Concepción Generalizada del Proyecto .....	7
2.2.1.2 Diversas son las definiciones formuladas respecto al proyecto, destacándose entre otras las siguientes .....	7
2.2.1.3 Tipos de proyectos .....	9
2.2.1.4 Características del proyecto .....	10
2.2.1.5 Propósitos de un proyecto.....	11

2.2.1.6	Etapas del proyecto .....	11
2.2.2	Centro de Acopio .....	13
2.2.3	Empresa .....	14
2.2.4	Mercado .....	14
2.3	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	14
2.4	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	16
2.5	CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA .....	17
2.6	CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN.....	17
2.7	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS .....	19
2.8	ORGANISMOS REGULADORES.....	20
2.8.1	Superintendencia de compañías, valores y seguros .....	20
2.8.2	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) .....	20
2.8.4	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.....	21
2.8.5	Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad .....	21
2.8.6	Servicio de Rentas Internas (SRI).....	21
2.9	IDEA A DEFENDER .....	21
2.9.1	Variable Independiente .....	22
2.9.2	Variable Dependiente .....	22
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	23
3.1	MODALIDAD.....	23
3.2	TIPOS .....	23
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	25
3.4.1	Métodos .....	25
3.4.2	Técnicas .....	26
3.4.3.	Instrumentos.....	27
3.5	RESULTADOS .....	27
3.6	VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER.....	43
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	44
4.1	TÍTULO .....	44
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	44
4.2.1	Estudio Mercado .....	44
4.2.1.1	Descripción del Producto.....	44

4.2.1.2	Área del mercado .....	45
4.2.1.3	Comportamiento de la demanda .....	46
4.2.1.4	Evolución de la demanda del producto que comercializará el centro de acopio .....	46
4.2.1.5	Consumidores y sus características.....	48
4.2.1.6	Estimación de la Demanda Actual.....	49
4.2.1.7	Proyección de la demanda .....	51
4.2.1.8	Comportamiento de la oferta .....	52
4.2.1.9	Demanda insatisfecha .....	53
4.2.2	Estudio Técnico .....	54
4.2.2.1	Tamaño .....	54
4.2.2.2	Localización del centro de acopio .....	54
4.2.2.3	El proceso .....	56
4.2.2.4	Diagrama del proceso de secado del cacao.....	68
4.2.2.5	Distribución de la planta .....	70
4.2.3	Estudio Administrativo .....	71
4.2.3.1	Planeación Estratégica .....	71
4.2.4	Estudio Legal .....	76
4.2.5	Estudio Ambiental .....	77
4.2.6	Estudio Financiero .....	83
4.2.6.1	Inversiones requeridas .....	83
4.2.6.2	Inversiones fijas .....	83
4.2.6.3	Inversiones intangibles .....	84
4.2.6.4	Costo de ventas .....	85
4.2.6.5	Gasto de administración.....	86
4.2.6.6	Gastos de venta .....	87
4.2.6.7	Salario del distribuidor y ayudante .....	87
4.2.6.8	Total de inversión .....	88
4.2.6.9	Costos y gastos anuales.....	88
4.2.6.10	Precio unitario de venta .....	88
4.2.6.11	Cálculo de los ingresos .....	89
4.2.6.12	Cálculo del costo de venta proyectado .....	90
4.2.6.13	Cálculo de los Gastos de administración proyectado .....	91
4.2.6.14	Cálculo de los Gastos de ventas proyectado.....	92

4.2.6.15 Estados Financieros .....	93
4.2.6.16 Evaluación del Estudio Financiero .....	95
4.2.6.17 Valor actual neto .....	95
4.2.6.18 Tasa interna de retorno .....	96
4.2.6.19 Relación beneficio-costos.....	97
4.2.6.20 Punto de equilibrio.....	98
4.2.6.21 Periodo de recuperación de la inversión .....	100
4.2.6.22 Resumen de indicadores .....	101
CONCLUSIONES .....	102
RECOMENDACIONES.....	103
BIBLIOGRAFIA .....	104
ANEXOS .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Proyectos Productivos .....	9
Tabla 2: Comercialización de su producción.....	28
Tabla 3: Frecuencia de venta .....	29
Tabla 4: Precio de Venta de su Producto justo .....	30
Tabla 5: Porcentaje que se vende al precio justo .....	31
Tabla 6: Factores problemas para la comercialización.....	32
Tabla 7: Los mismos clientes (consumidor final).....	33
Tabla 8: Los mismos intermediarios que le compran su producción .....	34
Tabla 9: Lugar en dónde almacenar su producto .....	35
Tabla 10: Centro de acopio.....	36
Tabla 11: Creación de Centro de Apoyo .....	37
Tabla 12: Formar parte de un centro de acopio .....	38
Tabla 13: Los beneficios del centro de acopio .....	39
Tabla 14: Ubicación centro de acopio de Cacao.....	40
Tabla 15: Capacitación de la Producción .....	41
Tabla 16: Venta de Producción.....	42
Tabla 17: Verificación de la Idea a defender .....	43
Tabla 18: Demanda de cacao .....	52
Tabla 19: Oferta del Cacao Seco .....	53
Tabla 20: Demanda Insatisfecha de Caco Seco .....	54
Tabla 21: Análisis FODA .....	74
Tabla 22: Inversiones fijas .....	84
Tabla 23: Inversiones intangibles .....	84
Tabla 24: Total de inversión .....	85
Tabla 25: Costo de ventas.....	86
Tabla 26: Gastos administrativos.....	86
Tabla 27: Gastos de venta.....	87
Tabla 28: Sueldos Distribuidor y ayudante.....	87
Tabla 29: Matriz de costos y gastos (anual) .....	88
Tabla 30: Precio unitario de venta .....	89
Tabla 31: Ingresos proyectados .....	90

Tabla 32: Costo de ventas proyectado .....	91
Tabla 33: Gastos de Administración Proyectado.....	91
Tabla 34: Gastos de Ventas Proyectadas .....	92
Tabla 35: Estado de resultados .....	93
Tabla 36: Flujo de caja.....	94
Tabla 37: Valor actual neto 1 Tasa Pasiva de las Cooperativas del 10% .....	95
Tabla 38: Valor actual neto 2 Tasa Pasiva de los Bancos del 8% .....	96
Tabla 39: Tasa interna de retorno .....	96
Tabla 40: Inversión, Ingresos actualizados y egresos actualizados, con la tasa de descuento del 10% .....	97
Tabla 41: Relación Beneficio/ Costo, con la tasa de descuento del 10% .....	97
Tabla 42: Inversión, Ingresos actualizados y egresos actualizados, con la tasa de descuento del 8% .....	98
Tabla 43: Relación Beneficio/ Costo, con la tasa de descuento del 8% .....	98
Tabla 44: Datos para el gráfico del punto de equilibrio .....	99
Tabla 45: Flujo de fondos actualizados .....	100
Tabla 46: Resumen de indicadores .....	101

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Comercialización de su producción.....	28
Gráfico 2: Frecuencia de venta .....	29
Gráfico 3: Precio de Venta de su Producto justo .....	30
Gráfico 4: Porcentaje que se vende al precio justo .....	31
Gráfico 5 Factores problemas para la comercialización.....	32
Gráfico 6: Los mismos clientes (consumidor final).....	33
Gráfico 7: Los mismos intermediarios que le compran su producción .....	34
Gráfico 8: Lugar en dónde almacenar su producto.....	35
Gráfico 9: Centro de acopio.....	36
Gráfico 10: Creación de Centro de Apoyo .....	37
Gráfico 11: Formar parte de un centro de acopio .....	38
Gráfico 12: Los beneficios del centro de acopio .....	39
Gráfico 13: Ubicación centro de acopio de Cacao .....	40

Gráfico 14: Capacitación de la Producción .....	41
Gráfico 15: Venta de Producción.....	42
Gráfico 16: Macro localización .....	55
Gráfico 17: Micro localización .....	55
Gráfico 18: Materia prima en baba .....	56
Gráfico 19: Pesaje y recepción de la Materia prima en baba en sacos .....	56
Gráfico 20: Escurrir la materia prima .....	57
Gráfico 21: Apertura del saco en la marquesina.....	58
Gráfico 22: Extendido del caco en la marquesina o tendal.....	58
Gráfico 23: Grano listo para iniciar el proceso de fermentado.....	59
Gráfico 24: Grano que aún no está listo (pegajoso) para iniciar el proceso de fermentado .....	59
Gráfico 25: Método de fermentación lagarto.....	60
Gráfico 26: Método de fermentación Piñas .....	60
Gráfico 27: Método de fermentación Sacos .....	60
Gráfico 28: Oreado en el método rollos o lagarto .....	62
Gráfico 29: Oreado en el método piña.....	63
Gráfico 30: Oreado en el método sacos .....	64
Gráfico 31: Secado.....	64
Gráfico 32: Descascarilladora de cacao.....	66
Gráfico 33: Encostalado.....	66
Gráfico 34: Almacenado .....	67
Gráfico 35: Distribución de la planta.....	70
Gráfico 36: Punto de Equilibrio.....	100

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta .....	106
-------------------------	-----

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente de Trabajo de Investigación es un Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016, con la finalidad de permitir que los pequeños productores de cacao de la provincia de Orellana puedan vender toda su producción a un precio justo lo que permitirá mejorar su calidad y estilo de vida. Con un trabajo de campo, información primaria y secundaria, se establece el diagnóstico situacional, el estudio de mercado el cual consiste en la determinación del mercado, la comercialización, el consumidor y sus características y la demanda misma, con lo cual se espera con la producción de 3600 quintales de cacao seco, el centro de acopio cubrir el 16,36% de la demanda insatisfecha correspondiente a 20.000 quintales de cacao seco, entre otros tipos; el estudio técnico permitirá determinar, el tamaño, la planta, procesos, ingeniería de ser indispensables y localización del lugar en donde se realizará el centro de acopio; el estudio ambiental que indica que el centro de acopio cumplirá estrictamente con toda la normativa legal vigente para la no contaminación ambiental; el estudio administrativo que proporciona las herramientas que sirven de guía para administrar el proyecto; el estudio legal que detalla todos los procesos que se deben realizar para la conformación del centro de acopio, y; el estudio financiero que muestra las inversiones y gastos requeridos para poner en marcha el centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana. La factibilidad financiera del proyecto con respecto a la inversión inicial está determinada en la TIR que es del 28,0396%; en el VAN 1 que es con la tasa pasiva del 10% de las cooperativas que es de \$ 65.282,96 al ser mayor que cero o el VAN 2 con la tasa pasiva del 8% de los bancos que es de \$103.501,07 al ser mayor que cero, por lo que se concluye que el estudio o proyecto es factible para su ejecución.

**Palabras Claves:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN, CENTRO DE ACOPIO, CACAO.

---

Ing. Gerardo Luis Lara Noriega

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACION**

## SUMMARY

This research is a feasibility study for building a collection center cocoa from small farmers in the province of Orellana, in order to sell their produce at a fair price, which will improve quality and lifestyle. With fieldwork situational diagnosis is established, the market study determined a corresponding unmet demand 20,000 quintals of dry cocoa, among other types; the technical study to determine the size, processes, engineering and location of the place where the gathering took place, the environmental study indicated that the gathering will strictly comply with all current legislation for non-environmental pollution; the study provided administrative tools that guide to manage the project; the legal study detail all the processes to be performed for forming the collection center, and; financial study shows the investments and expenses required to implement the gathering of cocoa smallholders in the province of Orellana. The financial feasibility of the project with respect to the initial investment is determined in the IRR is of 28.0396%; VAN 1 in the deposit rate is 10% of the cooperatives is \$65.282,96 to be greater than zero NPV 2 with the deposit rate of 8% of banks is \$103.501,07 to be greater than zero, so it is concluded that the study or project is feasible for implementation.

Keywords: FEASIBILITY STUDY. CREATION. COLLECTION CENTER. COCOA

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación se lo realizó para determinar la viabilidad de un centro de acopio de cacao en la provincia de Orellana, el mismo que estará conformado por los pequeños agricultores de cacao, con el centro de acopio de cacao se pretende resolver los problemas de los pequeños agricultores al momento de comercializar sus productos, siendo los principales problemas la comercialización de la totalidad de la producción así como también la venta de sus productos a un precio justo, al tener la seguridad de que se comercializará toda su producción y a un precio justo y razonable se puede determinar que se mejorará la calidad y estilo de vida de la población agrícola de la provincia de Orellana.

En este trabajo de titulación se ha enfocado en aspectos generales del cacao y en la elaboración de centros de acopio para los pequeños agricultores de cacao, para que el estudio este bien detallado y completo sea realizado estudio como son el estudio legal, administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y un estudio de impacto ambiental con el cual se concertará mejor el estado del proyecto para determinar de esta manera su viabilidad.

Con un estudio de mercado se ha determinado que el Cantón Francisco de Orellana es un lugar estratégico que favorezca el desarrollo del proyecto, también con el estudio de mercado se logró revelar estrategias de comercialización que puedan generar gran rentabilidad y utilidad para los pequeños agricultores de cacao.

En el desarrollo del presente trabajo de titulación se necesitó consulta, investigar lo referente a estudios legales, administrativos, de mercado, técnicos, financieros, y ambientales para la formulación y evaluación de proyectos.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La falta de iniciativas y apoyo a los pequeños productores para fortalecer la producción de los agricultores y fundamentalmente el proceso de producción llegue sin intermediarios al consumidor final, ha creado que exista especulación en el precio y además la compleja dificultad de los pequeños productores para que saquen el producto al mercado para su venta, ya que si no lo venden tendrían que regresar con el producto a sus fincas; esto les ocasiona pérdidas económicas, demora en la comercialización e inclusive la desfase del producto en su maduración lo que generaría desconfianza en la producción. El Ecuador a pesar de ser un gran productor de cacao en grano, ha dejado en la producción de chocolate un gran vacío a nivel nacional y mundial, ya que la materia prima como es: el licor, la manteca y el polvo de cacao es exportada en grandes cantidades sin ser aprovechadas en su máximo, dándole un valor agregado al cacao y convertirlo en un Chocolate Fino el cual podría ser solicitado por los países que son catalogados como los más grandes consumidores de chocolate.

De acuerdo a información presentada por la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao), la producción de la semilla de cacao creció un 13% el año pasado, el equivalente a 220.000 toneladas. De esta manera el Ecuador está en camino a ser el cuarto productor mundial de cacao.

La producción de cacao seguirá creciendo en vista de que los árboles plantados entre 2009 y 2010 comenzarán a rendir frutos y los agricultores, ayudados por los programas de gobierno están mejorando la cosecha. Para fin de año se espera cosechar alrededor de 250.000 toneladas, con lo que definitivamente Ecuador pasará a ser el cuarto productor mundial de cacao.

La idea de crear centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana que cumpla con estándares de calidad para que de esta forma pueda competir en el mercado nacional e internacional y de esta manera se pueda aprovechar el cacao ecuatoriano, pues los más sofisticados consumidores Francia, Europa y de

Estados Unidos demandan más barras de chocolates hechas con nuestro cacao nacional, que se cultiva en plantaciones de la Costa y Oriente ecuatoriano.

El Banco Central del Ecuador (BCE), a través de su Programa de Encuestas de Coyuntura, difundió los resultados de la Investigación del Sector Agropecuario realizada en febrero del 2015. Este estudio se realizó con base en encuestas efectuadas a oficiales de crédito del Banco Nacional de Fomento (BNF), agricultores particulares, representantes de empresas y gremios vinculados con el sector agropecuario.

El informe señala que la producción de cacao en el año 2014, “sigue su tendencia de crecimiento”, debido a que las plantaciones recibieron atención dentro del Proyecto de Rehabilitación de Cacao, que emprendió tanto el BNF (créditos) como el MAGAP (asesoramiento técnico) hace dos años.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿El estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao, incidirá en la economía de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

La elaboración del presente estudio se lo realizará a los pequeños agricultores de la provincia de Orellana, detallando a continuación ciertos aspectos que se han considerado para la delimitación del estudio como son el campo, aspecto, delimitación espacial y temporal del mismo:

Campo:	Formulación de Proyectos
Aspecto:	Estudio de Factibilidad
Espacial:	Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana
Temporal:	2016

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

La creación de nuevas empresas ha sido reconocida como un motor que dinamiza la economía y estimula su desarrollo y crecimiento. La actividad agrícola dedicada al cultivo de cacao tiene una historia relevante en la economía nacional; este producto conocido además como la pepa de oro, es desde siempre la base de la economía familiar campesina de la costa y oriente de nuestro país.

Es el producto que genera el mayor ingreso, pues un 60% del ingreso de las familias campesinas proviene de la comercialización de este producto; además es un rubro importante dentro de la balanza comercial del Ecuador. Sin embargo, lo más importante del sector cacaotero es sin duda el “capital social”, el cual representa la mayoría de las huertas, fincas y parcelas campesinas en el país.

El cacao ecuatoriano es mundialmente apreciado por su sabor y aroma, ya que son claves para la producción de los más finos chocolates. Existen grandes marcas de chocolates reconocidas como las mejores del mundo; las cuales llevan un 2% de cacao ecuatoriano y, aunque el aporte es mínimo, este (2%) es determinante e indispensable. Actualmente, la cadena agroalimentaria del cacao es la tercera más relevante después del banano y las flores.

A pesar de que Ecuador se encuentra en la séptima posición como productor mundial de cacao fino de aroma (63%), y es el sexto país mayor exportador; este ha puesto sus esfuerzos para mejorar su posición a nivel mundial como productor de cacao fino de aroma.

La creación de un centro de acopio es una necesidad fundamental para generar confianza y seguridad en los productores para que puedan mejorar sus procesos productivos con la certeza de que su producción va a ser vendida en su totalidad y pueda mejorar el nivel de vida de los productores.

En la provincia de Orellana existe grandes fincas que se dedican a la producción del cacao pero todas se encuentran trabajadas aisladamente, lo que ha permitido que este sector no tenga un desarrollo en su economía, pues aquí es donde intervienen los

intermediarios jugando y especulando con los precios perjudicando el trabajo de los agricultores, es imprescindible la creación de un centro de acopio de cacao para los pequeños productores, en donde se maneje un precio justo para que exista un desarrollo sostenible en el tiempo y sustentable económicamente para los mismos.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Diseñar un Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016.

#### **1.3.2 Objetivo específicos**

- Desarrollar un diagnóstico sobre la situación actual en la que se encuentra los pequeños agricultores de cacao de la provincia de Orellana
- Determinar el grado de aceptación que tiene la creación de un centro de acopio de cacao, mediante la elaboración de un estudio de mercado
- Desarrollar un estudio técnico y financiero para la creación de un centro de acopio de cacao

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

“Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.”  
Según Fideas Arias (2004).

Se refieren a todos los trabajos de investigación que anteceden al tema a investigar, es decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o se hallan propuestos objetivos similares.

Al realizar el estudio sobre temas similares al de mi trabajo de titulación me encontré que existen algunos trabajos hechos sobre estudios de exportación de cacao, pero hasta el día del estudio no encontré investigaciones para crear un centro de acopio de cacao para los pequeños agricultores de la provincia de Orellana, claro que hay que tener en cuenta que hay temas similares pero que el campo de estudio es diferente sea este el lugar hacia donde está dirigido o el producto, por estas razones es un trabajo completamente nuevo y todos los estudios que el presente enfoca serán completamente diferentes.

### **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Para realizar adecuadamente un estudio de factibilidad de un centro de acopio es necesario definir su conceptualización bajo el punto de vista de varios autores conocedores del tema, con la finalidad de diseñar de manera eficaz el presente estudio.

#### **2.2.1 Proyecto**

El término proyecto se deriva del latín “proyectus” que se refiere al propósito o pensamiento de ejecutar algo, abarcando la idea de cómo ha de ser y lo de ha de costar.

Se designa con el término de proyecto al plan y disposición detallados que se dispone para la ejecución de una determinada cosa o cuestión. El mismo consiste en un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas que se enfocarán en el logro de aquellos objetivos específicos propuestos al comienzo y que estarán sujetos a un presupuesto y a un período de tiempo determinado.

### **2.2.1.1 Concepción Generalizada del Proyecto**

Los proyectos son planeados, ejecutados y controlados. Limitados por la existencia de recursos escasos.

Los proyectos pueden:

- Administrar una campaña política o electoral.
- Ejecutar un cambio de estructura , estilo o personal de organización
- Adquirir nuevos sistemas de información gerencial.
- Construir una vivienda
- Implementar nuevas estrategias de ventas para un negocio determinado.
- Acondiciona hosterías, hoteles, etc.

### **2.2.1.2 Diversas son las definiciones formuladas respecto al proyecto, destacándose entre otras las siguientes**

William Kilpatrick, define el proyecto como una actividad intencional, en la que, el diseño dominante fija el fin de la acción, guía su proceso proporciona su motivación.

Imideo Nérici, afirma que el proyecto es una actividad que se desarrolla ante una situación problemática concreta, real y que requiere de una solución práctica.

Alfonso Cortazar, define al proyecto como el conjunto de antecedentes que permiten juzgar las ventajas y desventajas que presenta la organización de recursos a un centro o unidad productora, donde serán transformados en bienes o servicios.

Es un proceso único, consistente en un conjunto de actividades controladas, con fecha de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo con requisitos específicos, incluidas las limitaciones de tiempo, costo y recursos. (Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y vocabulario. ISO.9000. Ginebra: Secretaria Central ISO, Suiza).

Una definición reciente, precisa que un proyecto es la preparación anticipada con visión de futuro de una unidad de actividad económica o social, que va desde la intención o pensamiento, hasta el término de su ejecución y puesta en funcionamiento, capaz de materializar un bien o servicio, movilizand o recursos y procesos.

En tanto, la concreción de un proyecto consta y supone varias etapas, la primera con la que nos encontramos es la que refiere a la idea del proyecto, que responderá a una necesidad u oportunidad. Por ejemplo, necesidades insatisfechas, reforzar actividades o bien optimizar recursos desaprovechados a los que se les puede dar una vuelta de tuerca y usarlos. Seguida a la idea, aparece la segunda etapa que es el diseño del mismo, en esta entrarán en juego la valoración de las opciones, tácticas y estrategias que se perfilen como las mejores para lograr alcanzar el objetivo del proyecto. Será durante esta fase que se producirá la aceptación o rechazo del proyecto. Si el mismo es aceptado se pasará a la tercera etapa, que es la ejecución del mismo y por último, la de evaluación, que en realidad tendrá lugar una vez concretado el mismo y a través de la cual se analizará con las valoraciones planeadas y los resultados si se llegó al objetivo propuesto.

Cuando hablamos de proyectos nos podemos encontrar con una multiplicidad de tipos, siendo una de las más generales la que los clasifica en públicos o sociales y productivos. Los proyectos productivos son aquellos cuya finalidad primera es la de obtener rentabilidad económica, es decir, ganancias en dinero contante y sonante, en tanto, quienes los promueven suelen ser individuos o empresas interesados en obtener un rédito económico importante.

Y en la vereda de enfrente a los anteriores nos encontramos a los públicos o sociales, cuya finalidad es lograr un impacto en la calidad de vida de la población objetivo y que claro, pueden no estar expresados en dinero. Casi siempre, los responsables de este tipo

de proyectos suelen ser las ONGs, los estados, los organismos multilaterales y las empresas a través de sus políticas de responsabilidad social, entre otras.

Pero también, los proyectos, pueden ser clasificados por otras cuestiones como ser el contenido (proyectos de construcción, de informática, de desarrollo de productos, logísticos, comunitarios, de marketing, etc.), la organización participante (internos, de departamentos, externos, de unidades cruzadas) y de acuerdo a la complejidad que presenten (simples, complejos, programas o mega proyectos).

Consultando otros autores y otras instituciones sobre este tema se ha podido analizar también lo siguiente:

### 2.2.1.3 Tipos de proyectos

- **Proyectos Productivos:** los proyectos productivos impulsan el desarrollo de actividades que generan bienes y servicios de gran utilidad para la comunidad, son de vital importancia para el desarrollo de la economía solidaria. Tiene un fin socialista puesto que su finalidad es garantizar la producción de bienes y servicios sin que exista explotación a sus actores directos.

Campos en los cuales se pueden realizar los proyectos productivos:

**Tabla 1: Proyectos Productivos**

Agroindustriales	Medioambiente
Servicios	Industria y tecnología

**Fuente:** SEMPLADES

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

- **Proyectos de Infraestructura:** Se emplean fondos del gobierno, auspicios y donaciones de la empresa privada. Sirven de apoyo al desarrollar actividades productivas que generan efectos sociales y económicos en diferentes grupos poblacionales.

✓ Electrificación

- ✓ Puente
  - ✓ Cárcel
  - ✓ Desarrollo viales
  - ✓ Agua potable
  - ✓ Sistema de riego
  - ✓ Mercado de Mayoristas
- **Proyectos Sociales:** Su objetivo principal es mejorar otros aspectos que no sean los económicos. Pretenden llegar al cambio positivo de la calidad de vida de los integrantes de una comunidad.

Mejoran de manera directa la forma de vida de las personas:

- ✓ Educación
  - ✓ Salud
  - ✓ Recreación
  - ✓ Saneamiento
- **Proyecto De Estudios Básicos:** Permiten identificar futuros proyectos más no generan beneficios directos.
  - **Proyectos De Carácter Integral:** estos trabajos reúnen a varios o a todos los tipos de proyectos con el único fin, producir ciertos elementos en un área determinada. Buscan la participación de todos los agentes de la comunidad y esta actividad se convierte en una de las herramientas fundamentales para la recuperación de los escenarios y contextos envueltos en la vulnerabilidad socioeconómica y en la exclusión social.

#### **2.2.1.4 Características del proyecto**

- Es un conjunto de antecedentes que presenta la organización de recursos que serán transformados en bienes y servicios.
- Es un plan prospectivo de una unidad de acción que se propone producir algún bien o prestar un servicio.

- Es un conjunto de antecedentes que permiten juzgar las ventajas y desventajas de la organización de recursos.
- Es una actividad o conjunto de tareas previstas desde la ideación o concepción con visión de futuro; es decir su ejecución y puesta en marcha o funcionamiento.
- Es una unidad de actividad que requiere de recursos limitados para obtener beneficios.
- Es la organización de actividades concretas con un propósito definido y un tiempo delimitado.
- Es la suma de esfuerzos racionalizados y la utilización o consumo de recursos escasos y disponibles.

#### **2.2.1.5 Propósitos de un proyecto**

Todos los proyectos tratan de satisfacer demandas sociales y económicas.

La demanda es una necesidad no satisfecha o lo que la sociedad pide con vehemencia, pero solamente se pide cuanto se tiene cierta información y conciencia de lo que hace falta.

#### **2.2.1.6 Etapas del proyecto**

- **Idea:** consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. La idea de proyecto puede iniciarse debido a alguna de las siguientes razones.
  - ✓ Porque existen necesidades insatisfechas actuales o se prevé que existirán en el futuro si no se toma medidas al respecto.
  - ✓ Porque existen potencialidades o recursos subaprovechados que pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales.
  - ✓ porque es necesario complementar o reforzar otras actividades o proyectos que se producen en el mismo lugar y con los mismos involucrados.

- **Diseño:** etapa de un proyecto en la que se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la aprobación del proyecto, que se suele hacer luego de la revisión del perfil de proyecto y/o de los estudios de pre-factibilidad, o incluso de factibilidad. Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, un proceso relevante que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo establece la asignación o requerimiento de personal respectivo.
- **Ejecución:** etapa de acción, en la que ocurre propiamente el proyecto.
- **Evaluación:** etapa final de un proyecto en la que éste es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados.

Otros autores determinan que un proyecto se debe indicar claramente los siguientes aspectos:

- Nombre o título de un proyecto.
- Descripción: Explicación breve del proyecto.
- Fundamentación: Razones por las que se necesita realizar el proyecto.
- Finalidad: Que problema social se contribuye a resolver con el logro de los objetivos del proyecto.
- Objetivos: Que se espera conseguir del proyecto en caso de que tenga éxito.
- Resultados: Que logros relacionados con los objetivos pueden garantizarse a corto, medio y largo plazo.
- Destinatarios directos e indirectos: A quien va dirigido el proyecto.
- Productos: Que instrumentos y materiales deben adquirirse o producirse para conseguir los objetivos del proyecto.
- Localización: Lugar en donde se va a realizar el proyecto, regiones a las que a afectar, etc.

Actividades, tareas y metodología: Que tipo de acciones formaran parte del proyecto y como se realizarán.

- Calendario: En cuanto tiempo se realizaran las actividades y se lograran los resultados previstos.
- Recursos: Que recursos humanos y financieros se necesitan para realizar las actividades y lograr el objetivo propuesto y cómo van a conseguirse.
- Presupuesto: Que gastos van a realizarse y, si acaso, que ingresos pueden obtenerse con la realización del proyecto.
- Responsables y estructura administrativa: Quien ejecutara el proyecto. (No necesario depende el proyecto a realizar)
- Evaluación: Que métodos e indicadores se van a utilizar para garantizar en el futuro la correcta realización de las actividades previstas. (Susana Aguirre, 2015). Pasos para desarrollar un proyecto.

### **2.2.2 Centro de Acopio**

Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos.

En regiones de pequeños productores y no muy cercanos a los grandes centros urbanos, el Centro de acopio se ubica sobre el camino principal de la región. Su función es concentrar la producción, eventualmente seleccionarla y empacarla para enviarla al mercado del centro urbano o a supermercados.

En muchos casos tiene funciones adicionales: información de precios del mercado, suministro de material de empaque, mesa de preselección y empaque. Las instalaciones incluyen: galpón con facilidad de carga y descarga de camiones, balanza, mesa de selección, depósito de empaques.

### 2.2.3 Empresa

En un sentido general, la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado.

El hecho de estar dotada de personería jurídica, implicará que la misma es una persona distinta a la de sus socios y que entonces su patrimonio es propio y deberá ser empleado siempre en orden a conseguir los fines propuestos y no para uso personal de alguno de sus asociados. (Definición ABC, 2010).

### 2.2.4 Mercado

Se enfoca a este último como "todo lugar, físico o virtual (como el caso del internet), donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio. Por tanto, el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad". (Ivan Thompson, 2005)

## 2.3 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

- **Asociación.** Al conjunto de los asociados para un mismo fin y por tanto a la persona jurídica que de ellos resulta, se la conoce con el nombre de asociación. Generalmente, se trata de una asociación sin fines de lucro, estable en el tiempo y gestionada de manera democrática, es decir, todas las decisiones que se toman dentro de la misma son previamente consensuadas entre los integrantes.

El hecho de estar dotada de personería jurídica, implicará que la misma es una persona distinta a la de sus socios y que entonces su patrimonio es propio y deberá ser empleado siempre en orden a conseguir los fines propuestos y no para uso personal de alguno de sus asociados. (Definición abc, 2010)

- **Calidad.** Es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con algún producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. (RAE, 2011)
- **Canal de distribución.** El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final. (SEMPLADES, 2015)
- **Capacidad de Producción.** El potencial cuantitativo anual de fabricación de una sustancia química concreta sobre la base del proceso tecnológico efectivamente utilizado o, en el caso de procesos que no sean todavía operacionales, que se tenga el propósito de utilizar en la instalación pertinente. Se considerará que equivale a la capacidad nominal o, si no se dispone de ésta, a la capacidad según diseño. (Machado, 2011)
- **Demanda.** Refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiestan una Necesidad capaz de ser satisfecha por el Consumo del referido Bien. (Ministerio de la Producción, 2015)
- **Estudio de Mercado.-** Se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va a ser demandado. (Kotler & Armstrong, 2008)
- **Financiamiento:** Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico. (Yanosky García, 2014).
- **Globalización.** Se la puede definir como la expansión, multiplicación y profundización de las relaciones sociales y de las instituciones a través del espacio y tiempo, de modo que las actividades cotidianas resultan cada vez más influidas por los hechos y acontecimientos que ocurren en otras partes del globo, así como las decisiones y acciones de grupos y comunidades locales pueden alcanzar importantes repercusiones globales. (Machado, 2011)

- **Investigación:** acción humana orientada como actividad para obtener todo tipo de información, que al sistematizarla se obtiene nuevos conocimientos que se pueden aplicar a la solución de problemas. (Ron, 2012)
- **Mercancía.** La palabra mercancía proviene del vocablo “mercante” (comerciante) que viene del latín “mercans, mercantis”, cuando se habla de mercancía nos estamos refiriendo a todo lo que se puede “vender o comprar” que se aplica más que todo en los bienes económicos o bienes escasos, por la rivalidad a los bienes libres, que son los que compran en el mercado pero que pagan por ellos un determinado precio.(Yanosky García, 2014).
- **MYPIMES.** La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural y jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios y que cumpla con el número de trabajadores y el valor bruto de las ventas anuales. (Ministerio de la Producción, 2015)
- **Oferta:** Cantidad máxima de Bienes o servicios que un productor está dispuesto a vender en el Mercado a un Precio dado, por unidad de Tiempo. (Ministerio de la Producción, 2015)
- **Productividad.** Relación existente entre el producto obtenido y los factores de producción empleados, es decir, entre las cantidades de riquezas y las cantidades de recursos absorbidos en su proceso de producción. (finanzas, 2012)

## 2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En la parte correspondiente a la fundamentación legal analizaré lo referente a los artículos de la Constitución y códigos orgánicos que se enfocan directamente a incrementar la el desarrollo de empresarial y proteger la producción nacional para mejorar el desarrollo de empresarial y mejorar la calidad de vida para mejorar el ingreso de divisas a nuestro país.

## **2.5 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA**

La presente investigación se fundamentará en los artículos contemplados en la Constitución de la República del Ecuador 2008 aprobada por referéndum.

En el “Titulo I. De los Principios Fundamentales.

Artículo 3. Son deberes primordiales del Estado. Numeral 4. Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el derecho equilibrado y equitativo en beneficio colectivo” así como también indica claramente en el Numeral 5 que es un deber primordial “Erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes.”

El Artículo 23, de la Constitución de la República del Ecuador en el “Capítulo 2. De los derechos Civiles, manifiesta: La libertad de empresa con sujeción a la ley”. es decir las personas tenemos derecho a formar empresas siempre y cuando se sujeten a los reglamentos establecidos por ley.

También en el Artículo 320, de La Constitución de la República del Ecuador en el “TÍTULO VI. Régimen de Desarrollo, Capítulo Sexto. Trabajo y Producción, Sección Primera. Formas de Organización de la producción y su gestión, manifiesta En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”.

## **2.6 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN**

Libro I Del Desarrollo Productivo, Mecanismos Y Órganos de Competencia.

### **TITULO I Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad**

**“Capítulo I Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo Art. 5.- Rol del Estado.-** El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia;

c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;

d. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel;

e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo;

f. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;

g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;” (PROECUADOR, 2010)

## **2.7 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

### **Artículo 1°.- CONCEPTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA**

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.

### **Artículo 2°.- NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA**

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

### **Artículo 8°.- CONTRIBUYENTE**

Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria.

### **Artículo 9°.- RESPONSABLE**

Responsable es aquél que, sin tener la condición de contribuyente, debe cumplir la obligación atribuida a éste.

## **Artículo 10°.- AGENTES DE RETENCIÓN O PERCEPCIÓN**

En defecto de la ley, mediante Decreto Supremo, pueden ser designados agentes de retención o percepción los sujetos que, por razón de su actividad, función o posición contractual estén en posibilidad de retener o percibir tributos y entregarlos al acreedor tributario. Adicionalmente la Administración Tributaria podrá designar como agente de retención o percepción a los sujetos que considere que se encuentran en disposición para efectuar la retención o percepción de tributos.

## **2.8 ORGANISMOS REGULADORES**

### **2.8.1 Superintendencia de compañías, valores y seguros**

La Ley de Compañías es el marco jurídico bajo el cual funcionan las empresas legalmente constituidas en el Ecuador. Se expidió el 5 de Noviembre de 1999 por el Congreso Nacional y consta de 457 artículos donde se norma y regula la actividad empresarial dentro del país. A lo largo de los años sólo unos pocos artículos han sido reformados o mejorados, pero básicamente continúa siendo la misma ley.

Es importante mencionar que el ente que vigila que se cumplan con todas las disposiciones exigidas en la ley es la Superintendencia de Compañías. Además, es en la misma Superintendencia de Compañías donde están registradas todas las empresas que funcionan legalmente en el Ecuador. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2015)

### **2.8.2 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)**

Este ministerio tiene como finalidad el impulsar la generación de productos, bienes y servicios de calidad a través de políticas públicas, planes y proyectos especializados que promuevan la generación de empleo y a su vez permita el ingreso de nuevas empresas y/o productos al mercado interno y externo. (Ministerio de Industria y Productividad, 2011)

#### **2.8.4 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)**

“Es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional. La cual es respaldada por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria.” (AGROCALIDAD, 2015)

#### **2.8.5 Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (COMEXI)**

“COMEXI es un ministerio que genera, coordina, articula, impulsa y evalúa las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador”. (COMEXI, 2014)

#### **2.8.6 Servicio de Rentas Internas (SRI)**

Tiene el compromiso de contribuir a la construcción de ciudadanía fiscal, mediante la concientización, la promoción y la exigencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios y valores, así como de la Constitución y la ley; de manera que se asegure una efectiva recaudación destinada al fomento de la cohesión social. (Servicio de Renta Internas, 2014)

### **2.9 IDEA A DEFENDER**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao para los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016, con el que se podrá mejorar la economía de los mismos.

### **2.9.1 Variable Independiente**

Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana.

### **2.9.2 Variable Dependiente**

Mejorar la economía de los mismos (pequeños agricultores de la provincia de Orellana)

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD**

En la presente investigación se utilizará las siguientes modalidades de investigación:

#### **Investigación bibliográfica**

La investigación Bibliográfica es una indagación documental que permite, entre otras cosas, apoyar la investigación que se desea realizar, evitar emprender investigaciones ya realizadas, tomar conocimiento de experimentos ya hechos para repetirlos cuando sea necesario, continuar investigaciones interrumpidas o incompletas, buscar información sugerente, seleccionar un marco teórico, etc. (Adriana Guerrero, 21-02-2010)

#### **Investigación de Campo**

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. (Arias, F.G. 1999)

### **3.2 TIPOS**

#### **Investigación Exploratoria**

Cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o cuando nuestro conocimiento del tema es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisionales conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, para lo que se utiliza la investigación exploratoria.

Para explorar un tema relativamente desconocido se dispone de un amplio espectro de medios y técnicas para recolectar datos en diferentes ciencias como son la revisión

bibliográfica especializada, entrevistas y cuestionarios, observación participante y no participante y seguimiento de casos.

La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, haya sido posible crear un marco teórico y epistemológico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema y por lo tanto deben ser investigados. (Dr. J.E La Calle, Estudios correlacionales. Módulo de Introducción a la Psicología)

### **Investigación Descriptiva**

En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas.

Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. (Dr. J.E La Calle, Estudios correlacionales. Módulo de Introducción a la Psicología)

## **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **Unidad de estudio**

Nuestra unidad de estudio va a ser realizado a los productores de cacao de la provincia de Orellana y la ayuda de ministerios o empresas privadas que cuenten con la información necesaria para la realización del proyecto.

## Universo

El universo en esta investigación fueron todos los productores de cacao de la provincia de Orellana. De acuerdo al INEN son

## Determinación de la muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

En donde:

N = tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad (95%)

P = Probabilidad de ocurrencia 0.90

Q = Probabilidad de no ocurrencia  $1 - 0.90 = 0.10$

N = Población 1240

E = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.9)(0.1) * 1240}{(1.96)^2 (0.9)(0.1) + 1240(0.05)^2}$$

$$n = 124 \text{ Encuestas}$$

## 3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 3.4.1 Métodos

#### Método Inductivo

Con el método inductivo se obtendrá conclusiones generales a partir de premisas particulares que genere el proyecto. Ya que se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales que voy a utilizar en la investigación: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos

hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y que permite llegar a una generalización.

### **Método Deductivo**

Con la aplicación de este método, se va a poder conocer muchos aspectos de los cuales en este momento son una interrogante y se podrá conocer o determinar si el estudio es factible de realizar con sus generalidades.

### **Método Analítico**

El análisis es la observación y examen de un hecho en particular del cual se partirá para desarrollar el proyecto. Es necesario conocer la naturaleza de nuestro fenómeno que vamos a estudiar para comprender su esencia. Este método nos permitirá conocer más del objeto, con lo cual se va a poder: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

### **3.4.2 Técnicas**

En la presente investigación se aplicarán las siguientes técnicas:

#### **Encuestas**

Nos permite saber con datos reales como se dará la aceptación de los productores de cacao para creación de un centro de acopio.

#### **Entrevistas**

La técnica de realizar entrevistas es muy necesaria e indispensable ya que se las aplicarán o estarán dirigidas hacia los organismos legales pertinentes y necesarios para la creación de un centro de acopio.

### **3.4.3 Instrumentos**

En las encuestas se realizará un banco de preguntas, mínimo ocho. Las preguntas serán: abiertas, cerradas, selección múltiple y opinión personal.

En la entrevista se realizarán preguntas directas y concisas dirigidas a los directores de ministerios y organismos involucrados en la creación de centros de acopio.

### **3.5 RESULTADOS**

Los resultados que se analizarán son los emitidos por los productores de cacao en las encuestas, para lo que se deberá realizar un proceso de tabulación y análisis de resultados, los mismos que nos permitirán determinar la factibilidad o no de la creación de un centro de acopio de cacao en la provincia de Orellana.

Es importante mencionar que el proceso de la realización de las encuestas a los productores de cacao ha sido un trabajo muy arduo y que ha merecido la utilización de una gran cantidad de recursos entre los principales tiempo y dinero debido a que los productores por sus actividades laborales no disponen de mucho tiempo en sus apretadas agendas planificadas, por lo que tomo un gran esfuerzo para que se otorgue un tiempo para realizarles una explicación de lo que se trata la presente investigación y que será de gran beneficio económicos para ellos.

Otro factor predominante para la demora en los aspectos del estudio de mercado es la gran distancia que existe entre cada una de las fincas de los productores, y para trasladarse de una a otra ha tomado tiempo, lo que hizo necesario de una aplicación de una planificada distribución de tiempo.

Cabe indicar que el formato de la encuesta se encuentra formando parte de los anexos de la presente investigación. (Ver Anexo N° 1)

## 1 ¿Ud. tiene dificultades para comercializar su producción?

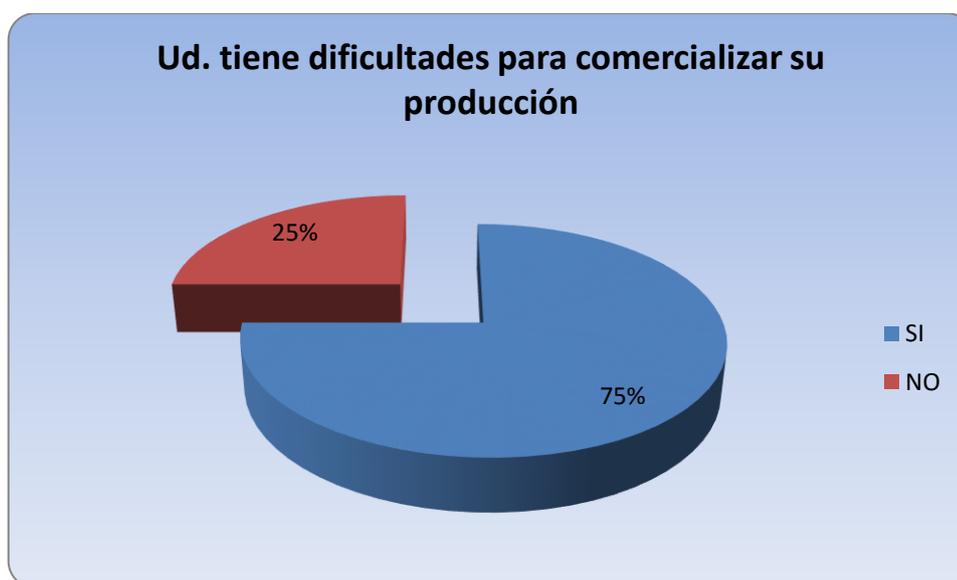
Tabla 2: Comercialización de su producción

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	93	75%
NO	31	25%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 1: Comercialización de su producción



**Fuente:** Tabla 2

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Luego de haber realizado las encuestas he llegado a determinar que el 75% de los encuestados correspondiente a 93 productores han respondido que tienen dificultades para comercializar su producción, el 25% restante corresponde a 31 productores los mismos han mencionado que no tiene dificultades para comercializar su producción.

## 2 ¿Cuál es la frecuencia con la que Ud. vende su producto?

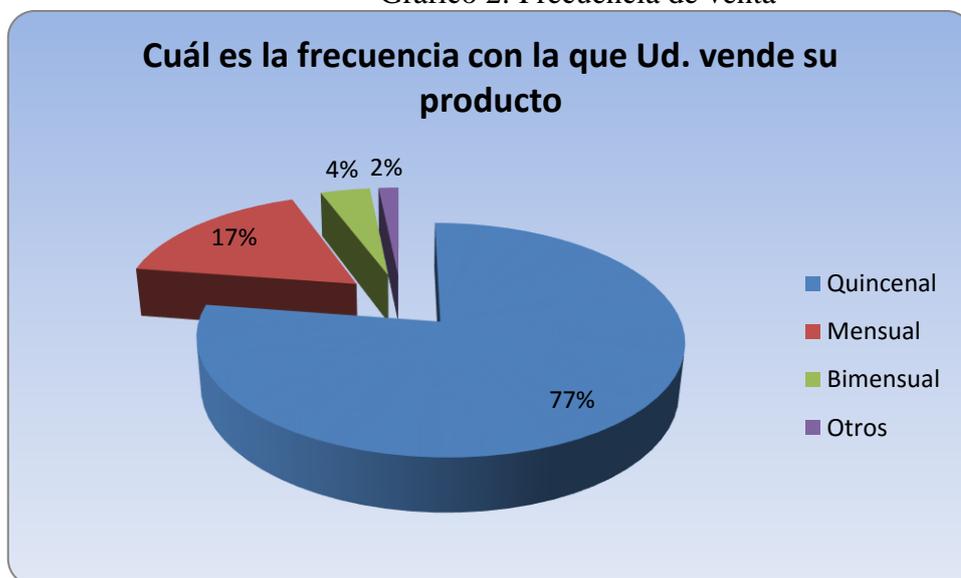
Tabla 3: Frecuencia de venta

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Quincenal	96	77%
Mensual	21	17%
Bimensual	5	4%
Otros	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 2: Frecuencia de venta



**Fuente:** Tabla 3

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Luego de haber realizado las encuestas he llegado a determinar que el cacao tiene diferentes frecuencias para su comercialización, existe un 77% de productores que comercializan quincenalmente su producción, un 17 % lo realizan mensualmente, un 4% lo hacen de forma bimensualmente y un 2% tienen otra frecuencia de comercialización.

### 3 ¿Considera Ud. qué el precio al que vende su producto es el justo?

Tabla 4: Precio de Venta de su Producto justo

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	7%
NO	115	93%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 3: Precio de Venta de su Producto justo



**Fuente:** Tabla 4

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### Análisis

Luego de haber realizado las encuestas he llegado a determinar que el 93% de los encuestados correspondiente a 115 productores han respondido que no venden su producción a un precio justo, el 7% restante corresponde a 9 productores han mencionado que si comercializan su producción a un precio justo.

#### 4 ¿De su producción total cuál sería el porcentaje que se vende al precio justo?

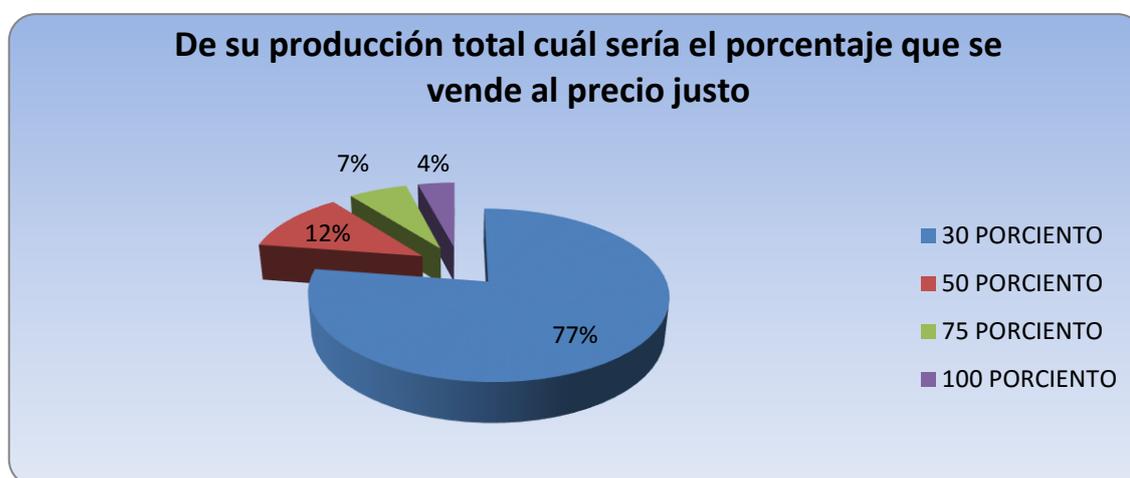
Tabla 5: Porcentaje que se vende al precio justo

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 PORCIENTO	96	77%
50 PORCIENTO	15	12%
75 PORCIENTO	8	6%
100 PORCIENTO	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 4: Porcentaje que se vende al precio justo



**Fuente:** Tabla 5

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### Análisis

Al tabular las encuestas he podido constatar que el 77% de los productores correspondiente a 96 productores ha respondido que el 30% de su producción se comercializa a un precio justo, el 12% correspondiente a 15 productores ha respondido que el 50% de su producción se comercializa a un precio justo, el 7% de encuestados correspondiente a 8 productores ha respondido que un 75% de su producción la comercializa a un precio justo, y apenas un 4% correspondiente a 5 productores ha manifestado que su producción la comercializa en un precio justo.

**5 ¿Cuál de los siguientes aspectos Ud. considera que son factores problemas para la comercialización?**

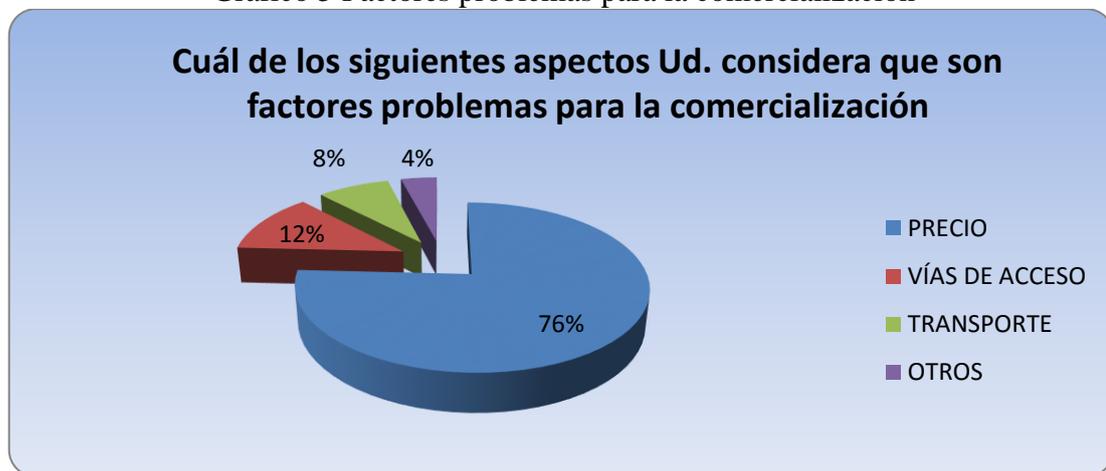
Tabla 6: Factores problemas para la comercialización

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PRECIO	94	76%
VÍAS DE ACCESO	15	12%
TRANSPORTE	10	8%
OTROS	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 5 Factores problemas para la comercialización



**Fuente:** Tabla 6

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

**Análisis**

Al analizar los resultados de las encuestas he podido observar que el 76% de encuestados considera que el precio es el factor problema para la comercialización, el 12% considera que las vías de acceso son un problema para la comercialización, el 8% manifiesta que el transporte es el problema para la comercialización, y un 4% indica que son otros factores los problemas para la comercialización.

## 6 ¿Ud. vende su producto siempre a los mismos clientes (consumidor final)?

Tabla 7: Los mismos clientes (consumidor final)

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	14	11%
NO	110	89%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 6: Los mismos clientes (consumidor final)



**Fuente:** Tabla 7

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 89% correspondiente a 110 productores no venden su producción a los mismos clientes y el 11% correspondiente a 14 productores ha manifestado que si comercializan su producción con los mismos clientes.

## 7 ¿Ud. tiene siempre los mismos intermediarios que le compran su producción?

Tabla 8: Los mismos intermediarios que le compran su producción

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	28	23%
NO	96	77%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 7: Los mismos intermediarios que le compran su producción



**Fuente:** Tabla 8

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 77% correspondiente a 96 productores no tienen siempre los mismos intermediarios que adquieren su producción y el 23% correspondiente a 28 productores ha manifestado que si comercializan su producción con los mismos intermediarios.

## 8 ¿Ud. tiene un lugar en dónde almacenar su producto previo a la comercialización?

Tabla 9: Lugar en dónde almacenar su producto

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	15%
NO	105	85%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 8: Lugar en dónde almacenar su producto



**Fuente:** Tabla 9

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 85% correspondiente a 105 productores no tienen un lugar en dónde almacenar su producto previo a la comercialización y el 15% correspondiente a 19 productores ha manifestado que si tienen un lugar en dónde almacenar su producto previo a la comercialización.

## 9 ¿Ud. forma parte de un centro de acopio?

Tabla 10: Centro de acopio

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	0	0%
NO	124	100%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 9: Centro de acopio



**Fuente:** Tabla 10

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 100% de los productores encuestados no forman parte de un centro de acopio.

## 10 ¿Cree Ud. qué es necesario crear un centro de acopio?

Tabla 11: Creación de Centro de Apoyo

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	110	89%
NO	14	11%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 10: Creación de Centro de Apoyo



**Fuente:** Tabla 11

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 89% correspondiente a 110 productores manifiestan que si es necesario la creación de un centro de acopio y el 11% correspondiente a 14 productores ha manifestado que no es necesario la creación de un centro de acopio.

## 11 ¿Le interesaría ser parte de un centro de acopio?

**Tabla 12: Formar parte de un centro de acopio**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	110	89%
NO	14	11%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 11: Formar parte de un centro de acopio



**Fuente:** Tabla 12

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 89% correspondiente a 110 productores manifiestan que si les interesaría ser parte de un centro de acopio y el 11% correspondiente a 14 productores ha manifestado que no les interesaría ser parte de un centro de acopio.

## 12 ¿Conoce los beneficios de formar parte de un centro de acopio?

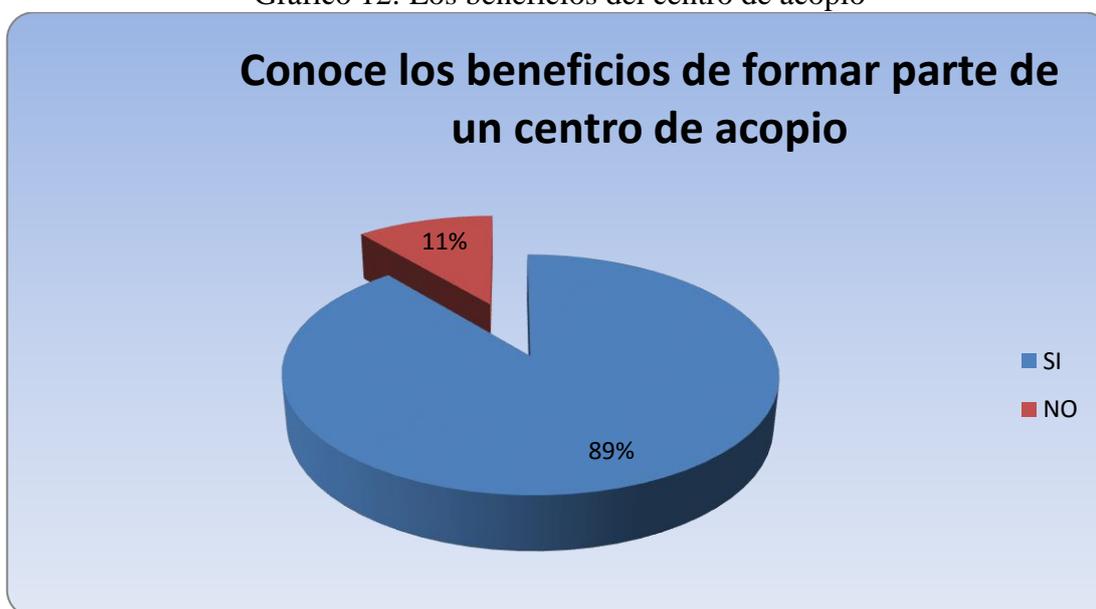
Tabla 13: Los beneficios del centro de acopio

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	110	89%
NO	14	11%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 12: Los beneficios del centro de acopio



**Fuente:** Tabla 13

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 89% correspondiente a 110 productores manifiestan que si conocen los beneficios de formar parte de un centro de acopio y el 11% correspondiente a 14 productores ha manifestado que no conocen los beneficios de formar parte de un centro de acopio.

### 13 ¿Dónde considera Ud. que debería de estar ubicado un centro de acopio de Cacao?

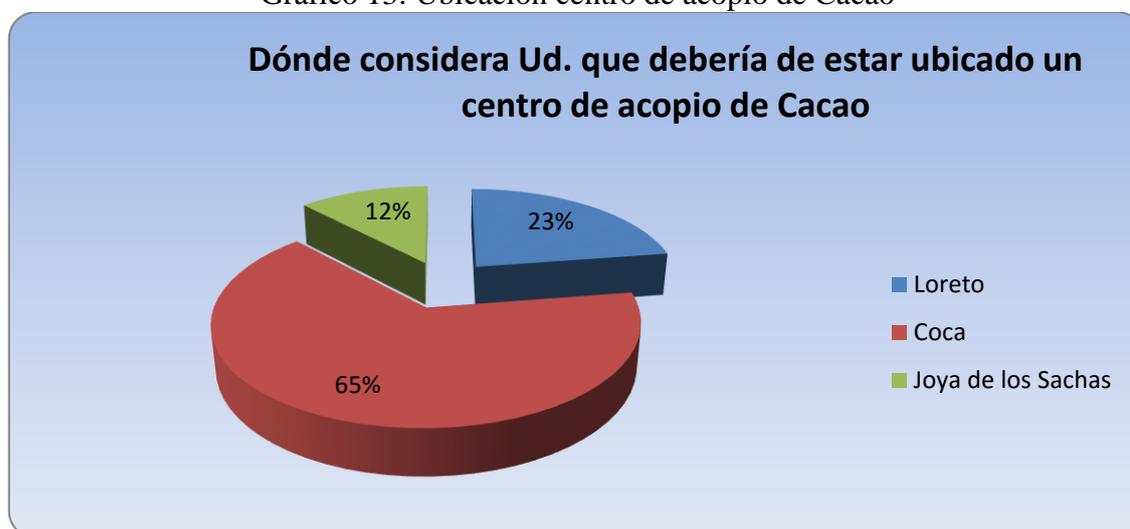
Tabla 14: Ubicación centro de acopio de Cacao

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Loreto	28	23%
Coca	81	65%
Joya de los Sachas	15	12%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 13: Ubicación centro de acopio de Cacao



**Fuente:** Tabla 14

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### Análisis

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 65% correspondiente a 81 productores manifiestan que el centro de acopio debería ubicarse en el Coca, el 23% de los encuestados correspondiente a 28 productores manifiesta que el centro de acopio debería ubicarse en Loreto y el 12% correspondiente a 15 productores ha manifestado que debería estar ubicado en La Joya de los Sachas.

**14 ¿Si el centro de acopio le brindará capacitaciones en la producción de cacao estaría dispuesto a formar parte del mismo?**

Tabla 15: Capacitación de la Producción

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	116	94%
NO	8	6%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 14: Capacitación de la Producción



**Fuente:** Tabla 15

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### **Análisis**

Al analizar los resultados de las encuestas se ha podido detectar que el 94% correspondiente a 116 productores manifiestan que si el centro de acopio les brindaría capacitaciones en la producción de cacao si estarían dispuestos a formar parte del mismo y el 6% correspondiente a 8 productores ha manifestado que si el centro de acopio les brindara capacitaciones en la producción de cacao no estaría dispuesto a formar parte del mismo.

**15 ¿Estaría Ud. dispuesto a vender toda su producción a este nuevo centro de acopio?**

Tabla 16: Venta de Producción

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	120	97%
NO	4	3%
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 15: Venta de Producción



**Fuente:** Tabla 16

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### **Análisis**

Al analizar las encuestas he podido observar que un 97% correspondiente a 120 productores ha manifestado que si estarían dispuestos a vender toda su producción a un centro de acopio y apenas un 3% correspondiente a 4 productores no está dispuesto vender toda su producción a un centro de acopio.

### 3.6 VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER

La idea a defender es realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao para los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016, con el que se podrá mejorar la economía de los mismos.

Luego de haber realizado las encuestas a los pequeños productores de cacao de la provincia de Orellana como parte del estudio de mercado se ha podido verificar la idea a defender, puesto que existe una gran apertura por parte de los mismos para la creación de un centro de acopio de cacao, el mismo que adquirirá el total de la producción de todos y cada uno de los pequeños productores a un precio justo, evitando así la comercialización fraccionaria de su producción realizada por intermediarios que lo que fomentan es la carencia o disminución de los precios para los pequeños productores de cacao, desestabilizando la economía de los mismos que basan sus ingresos en la venta de su producción.

La idea a defender se ha demostrado en base a la elaboración del estudio financiero el mismo que ha arrojado indicadores financieros positivos que demuestran la factibilidad del Proyecto, el mismo indica que tiene Valores Actuales Netos positivos que es un factor que demuestra que el proyecto será rentable, la Tasa Interna de Retorno al ser mayor que la tasa pasiva de los bancos demuestra que es mejor invertir en el presente proyecto que ir a realizar inversiones en pólizas a plazo fijo tanto en bancos como en cooperativas, la relación Beneficio Costo al ser mayor que 1 indica que el proyecto va a tener una ganancia por cada dólar que se invierta, y el periodo de recuperación de la inversión al ser un tiempo menor a 3 años se puede decir que la inversión se recuperará en un periodo de tiempo corto.

Tabla 17: Verificación de la Idea a defender

INDICADOR	VALOR	INDICADOR	VALOR
VAN 1	65.282,96	R. B/C 1	1,15
VAN 2	75.759,39	R. B/C 2	1,16
TIR	28,0396%	PRI	2 años y 8 meses

**Fuente:** Estudio financiero.

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TÍTULO**

Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016.

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

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo y Legal
- Estudio Ambiental
- Estudio Financiero

#### **4.2.1 Estudio Mercado**

##### **4.2.1.1 Descripción del Producto**

El Centro de Acopio “PEPA DE ORO DE ORELLANA CAPOO” ofrecerá los siguientes productos y servicios a la distinguida clientela productora de chocolates:

- a. Cacao seco procesado en el centro de acopio

Corresponde a la oferta de cacao seco que cumple con los requerimientos orgánicos desde que se realiza la cosecha y pos cosecha del cacao, el mismo que al final de su procesamiento tendrá un 7,5% de humedad y además deberá poseer características físicas, químicas y organolépticas requeridas por el mercado.

- b. Cacao seco adquirido para comercializar

El cacao es adquirido a los agricultores que forman parte del centro de acopio así como también de agricultores externos que decidan ofertarnos su producción.

c. Servicio de Alquiler de equipo para el procesamiento de secado del cacao

El centro de acopio también ofertará el servicio de procesamiento y secado de cacao, pero cada actividad será realizada por los dueños del producto, se pondrá a disposición los siguientes equipos:

- Baterías de fermentación
- Tendales
- Secadora
- Marquesinas
- Supervisión técnica de los equipos y controles técnicos de calidad de cacao.

#### **4.2.1.2 Área del mercado**

El área de mercado corresponde a los productos y a los servicios que se mencionaron en el punto anterior, en base a esto se tendrá un área para el mercado Cacao seco procesado en el centro de acopio que será la misma área de mercado para el Cacao seco adquirido para comercializar y una segunda área de mercado que será la referente a los agricultores que requieran el servicio de alquiler de equipo para el procesamiento de cacao. Las mismas que a continuación se detallan:

a) Área de mercado para la comercialización de cacao seco.

Esta área está comprendida por las principales provincias del Ecuador en donde se encuentran ubicadas las principales empresas que se dedican al procesamiento y a la industrialización del cacao, entre las principales provincias se encuentran Guayas, Los Ríos, y Pichincha.

Hay que mencionar que estas provincias son la puerta de nuestro país para cubrir en parte la demanda mundial de cacao y manteca de cacao, impulsadas por el mercado mundial de productos de confitería de chocolate.

- b) Área de mercado para el servicio de alquiler de equipo para el procesamiento de cacao.

Esta área de mercado la conformaran los agricultores que pertenezcan o no al centro de acopio y que tengan negocios extras, que generen ingresos económicos adicionales para mejorar así su calidad de vida.

Cabe indicar que este servicio estará dirigido para los agricultores de cacao que pertenezcan a la zona oriental y que se encuentren en el área circundante al centro de acopio.

#### **4.2.1.3 Comportamiento de la demanda**

Para realizar el análisis del comportamiento de la demanda que tiene el centro de acopio se ha necesitado realizar un estudio de campo en el que se ha podido detectar que en la provincia de Orellana existe un gran requerimiento de un centro de acopio para asegurar y acrecentar los niveles de venta del producto de cada agricultor.

Cabe indicar que la demanda que se estudia es la demanda de centros de acopio de cacao y no se debe confundir con la demanda del producto a comercializar ya que son don tópicos de diferente análisis y de diferentes estudios, el presente estudio corresponde al análisis de la demanda de centros de acopio de cacao pero que de igual manera se mencionara la evolución de la demanda del producto.

Al realizar el estudio de campo se pudo detectar que la demanda de centros de acopio de cacao en la provincia de Orellana es total ya que no existe una empresa que se dedique a realizar actividades de acopio de cacao seco.

#### **4.2.1.4 Evolución de la demanda del producto que comercializará el centro de acopio**

Al hacer referencia a la evolución de la demanda de cacao en seco se puede determinar que la misma estará dada por la demanda insatisfecha tanto de los mercados nacionales e internacionales que adquieran el producto para transformarlo de manera artesanal o

industrial, también se deberá tener en cuenta factores como son consumo por cultura, precios, etc.

Hay que indicar que se tiene también ciertos antecedentes de como la demanda ha ido evolucionando en nuestro país como son:

Del total de la producción nacional, aproximadamente el 70% se exporta en grano, el 25% en producto semi-elaborado de cacao (manteca, pasta licor, polvo y chocolate) y un 5% es consumido por la industria artesanal chocolatera en el país.

En el período 2013, 2014 las exportaciones de cacao en grano se incrementaron en un 17.5%, pasando de 89,202 TM a 92,339 TM, por estos conceptos ingresaron al país 101.6 y \$130.0 millones de dólares FOB, en estos años, respectivamente.

Los precios internacionales del cacao en grano en estos dos últimos años han sido muy significativos, contando con premios sobre el precio de Bolsa, especialmente para ciertas empresas que debido a estos factores han despuntado en sus ingresos.

En el 2013, las exportaciones de cacao en grano y elaborados contribuyeron con el 3% al valor de las exportaciones no petroleras del país.

El volumen de exportación de grano seco de cacao reportado por 27 empresas exportadoras se estima en 95,827 TM. De las cuales la mayor proporción del 75% corresponde al tipo Nacional y un 21% al tipo CCN-51, donde el grueso del origen del mismo, proviene directamente desde el acopiador (62,005 TM de 95,827 TM), es decir el 65%.

El producto clave del Centro de Acopio es el cacao nacional fino de aroma. Es apetecido por los mercados nacionales (exportadores) porque encuentran a su vez gran cantidad de demandantes en el mercado extranjero.

El Proyecto de Centro de Acopio tiene una estimación de tres años nada más para realizar una comercialización eminentemente nacional para posterior a estas fechas abrir nuevas brechas de mercado buscando estratégicas de alianza adecuadas con empresas

exportadoras y/o industriales que aprecien el producto beneficiado por el centro de acopio.

Las tendencias son positivas y evolucionan favorablemente a medida que se adentra más en el estudio permitiendo tener horizontes alentadores para el centro de acopio observando que hay una gran oportunidad de incursionar en el mercado.

#### **4.2.1.5 Consumidores y sus características**

Se puede determinar claramente la existencia de dos alternativas de consumidores: las empresas exportadoras y/o industriales que compran cacao fino de aroma y los agricultores asociados al centro de acopio que requieren del servicio de procesamiento y beneficio de cacao.

##### **a) Empresas exportadoras y/o industriales**

Las empresas exportadoras de cacao tienen años trabajando en el sector, se tiene referencias de su solvencia económica y buena voluntad de pago, dispuestos a un trato justo con respecto a precios.

También existen como mercado para el cacao las industrias artesanales chocolateras e industrias grandes de chocolate:

- Industrias artesanales chocolateras dedicadas a: la elaboración de bombonería fina, figuras y tabletas de chocolate en forma artesanal a partir de productos intermedios, pero no como empresas procesadoras a nivel industrial.
- Industrias del chocolate dedicadas a la producción o industrialización del cacao cuentan con las siguientes características y se determinan como:
  - ✓ Como empresas que producen productos intermedios de cacao para otras procesadoras.
  - ✓ Empresas que elaboran productos intermedios como productos de consumo masivo: chocolates, bombones, productos achocolatados listos para ser consumidos.

- ✓ Empresas que elaboran productos finales de chocolate, que no procesan el cacao, sino que adquieren los productos intermedios a otras empresas.

b) Agricultores que utilizarán el servicio de procesamiento de cacao

Claramente se puede determinar y reconocer que la industrialización e innovación de la tecnología son de gran ayuda para las actividades que hace algunos años atrás requerían indispensablemente de la utilización de la fuerza humana para llevar a cabo los procesos de producción, que hoy en día han sido desplazados gracias a la tecnificación de la maquinaria que ha sido de gran ayuda para los productores que manifiestan que es indispensable recurrir a la misma para mejorar la efectividad y la eficiencia de las empresas

#### **4.2.1.6 Estimación de la Demanda Actual**

Se debe tener en cuenta que la demanda que se está analizando 242.000 quintales de cacao seco, que es la cantidad que requiere el país del producto ya sea para transformarlo en otro producto como es el chocolate u otros productos finales, o para la exportación del mismo.

Es decir también se mencionará la demanda de lo que produce el centro de acopio se lo debe identificar en dos ítems: la demanda de cacao fino de aroma seco y, la demanda del servicio a prestarse a los agricultores de la zona.

#### **Demanda de cacao fino de aroma seco en el ecuador**

Todo el cacao fino de aroma que se procesa se vende y en los mejores precios. La demanda insatisfecha es un altísimo porcentaje es decir que se exige por parte de los mercados del sector industrial y exportador cacaotero cantidades que sobrepasan el 8 a 1 de la actual capacidad de producción de cacao fino de aroma en el país.

Considerado esto se estima que todo lo que pueda ofertar el centro de acopio va a ser vendido en el mercado nacional a los precios que se negocien con un trato justo.

Se estima satisfacer una demanda para el primer año de 3600 quintales de cacao fino de aroma; que equivale al 16.04 % del total de la demanda insatisfecha que es 22.400 quintales de cacao seco.

### **Demanda de cacao seco comercializado**

La oferta mundial de cacao orgánico no satisface la demanda mundial. La información dada a conocer por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei) destaca que, según un estudio de la consultora peruana Maximixe, la producción en los países africanos tiende a la baja, por lo que lo que otros exportadores podrían tener una oportunidad de mercado.

Asimismo, el estudio recogido por la agencia peruana de noticias, Andina, destaca la ventaja del cacao orgánico en cuanto a precio. Esto, porque el producto sin fertilizantes ni químicos tiene un costo mayor en el mercado, lo que significa que los consumidores con un mayor poder adquisitivo son un nicho interesante para el producto.

Según la Corpei, las exportaciones ecuatorianas de cacao -en enero de 2008- fueron de 7 610 toneladas, lo que representó \$18,8 millones. Un año más tarde, durante el primer mes de 2009, las ventas externas de la fruta fueron de 3 855 toneladas o \$9,9 millones. Si se compara entre ambos periodos, la caída es del 47,36%.

Se ha realizado una distinción de este ítem con respecto al cacao fino de aroma, porque comprende a los cacaos que no han sido procesados en el Centro de Acopio, y también que nos sean de la variedad fino de aroma, sino los clónales, trinitarios, etc., por lo cual no se garantiza una calidad total en su procesamiento y conforme a los programas de trazabilidad próximamente dictadas como norma por parte de las autoridades gubernamentales, se debe hacer una diferenciación.

El precio a comercializarse no necesariamente debe ser menor, sólo que los lotes se venden así.

La demanda de cacao en general está insatisfecha, se estima satisfacer una demanda de alrededor de 3600 quintales de cacao seco comercializado para el primer año.

## **Demanda del servicio alquiler de equipo para el procesamiento de cacao**

Se estima que los agricultores asociados puedan beneficiarse del servicio de secado luego de los tres años cuando el centro de acopio haya logrado recuperar la inversión y de cierta manera se encuentren en libertad de negociar sus productos con el Centro de Acopio.

El centro de acopio realizara las compras de cada quintal de cacao en baba a \$ 60 y venderemos a \$ 90, es decir que tenemos un costo adicional de \$ 30, a los agricultores que deseen utilizar nuestras maquinas se les cobrara únicamente \$ 10 por quintal de cacao seco que produzcan en la planta.

### **4.2.1.7 Proyección de la demanda**

Se debe tener en cuenta que la demanda que se está analizando es la demanda de centros de acopio de cacao más no del producto que comercializara el centro de acopio que viene a ser el cacao seco.

La demanda de centros de acopio de cacao se puede determinar con la información del estudio de mercado en la que se muestra claramente que existe una gran determinación por parte de los agricultores por pertenecer a un centro de acopio de cacao.

Pese a que la demanda de cacao seco se estima entonces con la producción del Centro de Acopio, para el primer año solamente se estima en 3600 quintales de cacao, restringido por el tiempo de ejecución del proyecto, terminación de obras complementarias entre otros factores.

Para el segundo año se calcula satisfacer una demanda de 3960 quintales y los próximos años se estima tener un crecimiento del 10%.

Este crecimiento será producto de la futura mejora del rendimiento por hectárea que tiene la zona, que alcanza el 0,8 quintales por hectárea en el año.

Tabla 18: Demanda de cacao

AÑO	1	2	3	4	5
DEMANDA DE QUINTALES DE CACAO EN BABA EN EL COCA	484,000.00	585,640.00	644,204.00	708,624.40	779,486.84
DEMANDA DE QUINTALES DE CACAO SECO EN EL COCA	242,000.00	292,820.00	322,102.00	354,312.20	389,743.42

Fuente: PROECUADOR.

Elaborado por: Esther Sofía Vásquez Rodas

Para el cálculo de la proyección de la demanda se utilizó la fórmula del monto:

$$P_n = P_0(1 + K)^n$$

#### 4.2.1.8 Comportamiento de la oferta

No existe oferta de centros de acopio de cacao en la provincia de Orellana ya que no existen empresas que se dedique a acopiar cacao seco.

Pese a que la oferta de cacao en nuestro medio se torna compartida y todavía existe mucho mercado por cubrir lo cual nos garantiza que el proyecto como tal es viable y sostenible al menos dentro de su horizonte temporal.

Existe también información importante que se debe considerar para nuestro centro de acopio de cacao, como es la noticia de que Costa de Marfil es el líder de las exportaciones de grano de cacao seguido de lejos por Indonesia y Ghana, los cuales concentraron en conjunto el 73,5% del total mundial. Ecuador y República Dominicana resaltan por ser los principales exportadores latinoamericanos, el primero lidera la producción de cacao fino y de aroma a nivel mundial y el segundo la producción de cacao orgánico.

Tabla 19: Oferta del Cacao Seco

AÑO	1	2	3	4	5
OFERTA DE QUINTALES EN BABA EN EL COCA	440,000.00	532,400.00	585,640.00	644,204.00	708,624.40
OFERTA DE QUINTALES DE CACAO SECO EN EL COCA	220,000.00	266,200.00	292,820.00	322,102.00	354,312.20

**Fuente:** PROECUADOR.

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Para el cálculo de la proyección de la oferta se utilizó la fórmula del monto:

$$P_n = P_0(1 + K)^n$$

#### 4.2.1.9 Demanda insatisfecha

Como es de conocimiento general la demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado, en el caso del presente proyecto de la creación de un centro de acopio de cacao, la demanda insatisfecha será calculada por la demanda de centros de acopio de cacao menos la oferta de centros de acopio de cacao.

La demanda insatisfecha de centros de acopio de cacao se puede analizar con la información obtenida en el estudio de mercado, ya que luego de haber realizado el mismo estudio se ha podido detectar que no existe empresas dedicadas a realizar actividades de acopio de cacao, pese a que existe una gran aceptación de los agricultores para pertenecer o ser parte de un centro de acopio de cacao, dicho de otro modo, existe una demanda insatisfecha total, ya que la demanda de los agricultores de cacao por pertenecer a un centro de acopio es total y no existe en la provincia de Orellana ofertas de centros de acopio de cacao.

Tabla 20: Demanda Insatisfecha de Caco Seco

Año	DEMANDA CACAO EN BABA EN EL COCA	OFERTA DE CACAO EN BABA EN EL COCA	DEMANDA INSATISFECHA DE CACAO EN BABA EN EL COCA	DEMANDA CACAO SECO EN EL COCA	OFERTA DE CACAO SECO EN EL COCA	DEMANDA INSATISFECHA DE CACAO SECO RENDIMIENTO DEL CACAO EN BABA 50%
1	484,000.00	440,000.00	44,000.00	242,000.00	220,000.00	22,000.00
2	585640	532,400.00	53,240.00	292,820.00	266,200.00	26,620.00
3	644204	585,640.00	58,564.00	322,102.00	292,820.00	29,282.00
4	708624.4	644,204.00	64,420.40	354,312.20	322,102.00	32,210.20
5	779486.84	708,624.40	70,862.44	389,743.42	354,312.20	35,431.22

**Fuente:** PROECUADOR.

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Con la producción de 3600 quintales de cacao seco, el centro de acopio cubrirá el 16,36% de la demanda insatisfecha correspondiente a 20.000 quintales de cacao seco.

#### 4.2.2 Estudio Técnico

Elaborar un estudio técnico del proyecto de acuerdo con los resultados del estudio de mercado, tomar decisiones sobre el tamaño del proyecto, localización, proceso, capacidad del proyecto, distribución de la planta donde operará el proyecto, obras físicas,.

##### 4.2.2.1 Tamaño

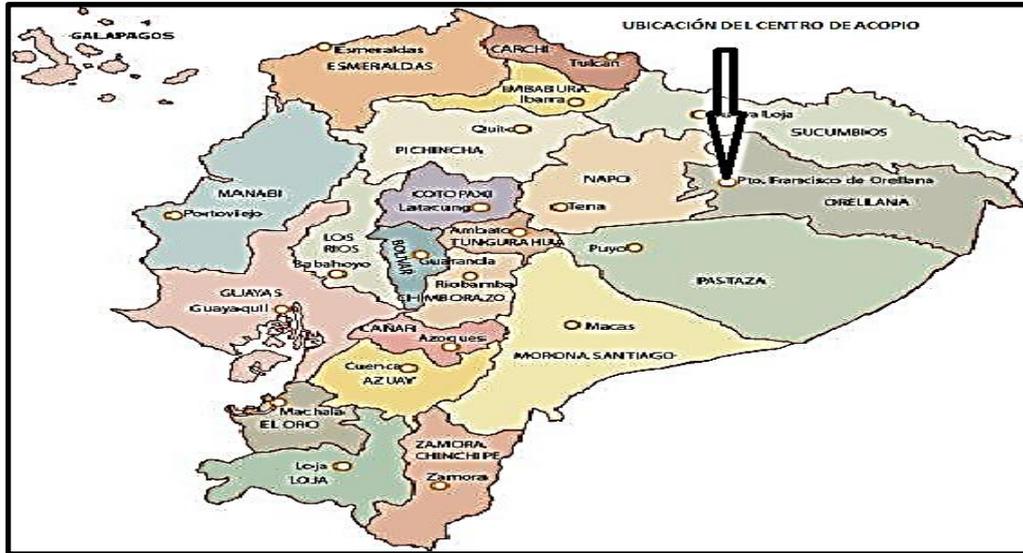
Con la producción de 3600 quintales de cacao seco, el centro de acopio cubrirá el 16,36% de la demanda insatisfecha correspondiente a 20.000 quintales de cacao seco.

##### 4.2.2.2 Localización del centro de acopio

La localización del centro de acopio se da luego de haber realizado el correspondiente estudio de mercado, en el mismo se llegó a concluir que la ubicación ideal será en la ciudad del Coca, de la provincia de Orellana debido a varios factores entre los principales se encuentra la calidad de vías de acceso y que la misma es un lugar de afluencia de comerciantes de cacao al por mayor.

Esta ubicación es ideal para el propósito del Centro de acopio que estará dedicado al proceso de secado de cacao, adquisición de cacao seco para su comercialización, y brindar el servicio de alquiler de equipos para el procesamiento de secado del caco.

Gráfico 16: Macro localización



**Fuente:** Google maps

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Micro localización.

El centro de acopio estará ubicado en las calles José Feliciano y Maderal, como se puede observar en el gráfico la superficie del centro de acopio será la necesaria para su normal desempeño.

Gráfico 17: Micro localización



**Fuente:** Google maps

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

### 4.2.2.3 El proceso

Los granos frescos de cacao se convierten en un producto comercial por medio de cuatro operaciones principales:

#### a) Pesaje y Recepción de la materia prima

El cacao que se receptorá en el centro de acopio será el cacao en baba porque de esta manera será más eficiente para llegar a conseguir el propósito del centro de acopio.

Gráfico 18: Materia prima en baba



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

La materia prima deberá ser pesada antes del ingreso al centro de acopio

Gráfico 19: Pesaje y recepción de la Materia prima en baba en sacos



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

**b) Escurrir la materia prima**

Después de recibir el cacao del campo es recomendable dejarlo escurrir una noche para que pierda el exceso de agua, un lote recién cosechado puede perder hasta un 15% de su peso en agua.

Gráfico 20: Escurrir la materia prima



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

**c) Apertura y Extendido del cacao en la marquesina**

A la mañana siguiente se abre el cacao en la marquesina, tendal o en un plástico para que el mucilago se seque, este es el cambio más importante del proceso pues nos permite deshacernos del exceso de mucilago que torna ácido y daña el sabor de nuestro lote, hay que esperar el tiempo necesario para que la cascara del cacao se seque en todo el lote.

Gráfico 21: Apertura del saco en la marquesina



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 22: Extendido del caco en la marquesina o tendal



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

A veces gran parte del lote está listo pero hay partes que aún se pegan la diferencia pueden ser un par de horas más de secado, en el momento en que podamos recoger el grano y no se pegue entre si es cuando ya está listo para ser fermentado, una vez que el grano está listo para ser fermentado puede verse el cambio de color y la mejoría en la presentación, la cascara tiene un excelente color naranja.

Gráfico 23: Grano listo para iniciar el proceso de fermentado



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 24: Grano que aún no está listo (pegajoso) para iniciar el proceso de fermentado



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### d) Fermentación

El método de fermentación a elegirse puede ser lagarto o rollo, piñas o sacos en todos los cacao el cacao debe cubrirse con una lona, la fermentación debe hacerse por 3 días completos de ser posible si comienza un lunes en la mañana se termina el jueves en la mañana si no hay aparición de moho.

Gráfico 25: Método de fermentación lagarto



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 26: Método de fermentación Piñas



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Gráfico 27: Método de fermentación Sacos



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Es el proceso por medio del cual se da la calidad propia del cacao para hacer chocolate; se limpian las semillas, se mata el embrión y se da buena presentación a las almendras. Para ello se precisa de lugares acondicionados y bien ventilados. Cuando las almendras no fermentan este proceso se realiza mal o en forma deficiente, se produce el llamado cacao corriente.

Durante el proceso, la acción combinada y balanceada de temperatura, alcoholes, ácidos, pH y humedad matan el embrión, disminuye el sabor amargo por la pérdida de theobromina y se producen las reacciones bioquímicas que forman el chocolate.

La duración del sistema de fermentación no debe ser mayor de tres días para los cacaos criollos o de cotiledón blanco y de ocho para los cacaos forasteros o de cotiledón morado o púrpura. Existen varios métodos para realizar la fermentación, siendo los más empleados la fermentación en montones, en sacos, en cajas, el método Rohan y el empleo de tendales.

En el cacao fermentado y otro que no lo esté pueden establecerse las siguientes características:

#### **Características del cacao bien fermentado**

- Granos de cacao hinchados o más gruesos
- La cáscara se separa fácilmente
- Color marrón o chocolate
- Naturaleza quebradiza
- Sabor medianamente amargo
- Aroma agradable

#### **Características del cacao con deficiencias en el fermentado**

- Granos de cacao más bien aplanada
- Por lo general es difícil separar la cáscara

- Color violáceo en su interior o blanquecino
- Naturaleza compacta
- Sabor astringente
- Aroma desagradable

e) Oreado

Sea cualquiera el método elegido para fermentar es necesario destapar el cacao destapar el cacao una vez al día para que respire y la fermentación aeróbica continúe.

Los rollos o lagartos no necesitan removerse solo destaparse una vez al día por un corto tiempo.

Gráfico 28: Oreado en el método rollos o lagarto



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

El oreado en el método piña debe hacerse paleando la piña de un lado al otro en el mismo sitio.

Gráfico 29: Oreado en el método piña



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

El oreado de sacos debe hacerse moviendo los sacos de la ruma y apilándolos a lado , removiéndolos y pisándolos asegurando así que el grano se suelte dentro del saco y respire mejor de no hacerse podríamos terminar con un 15% menos de fermento o con aparición temprana de moho.

Al comienzo del tercer día es bueno abrir un par de sacos y revisar de haber moho es preferible detener el fermentado y continuar con el secado para no perder calidad esto no sucede a menudo pero no hay que descuidarse el cacao luego de fermentarse tiene un 25 a 30 % de humedad pues ha perdido mucha agua en el proceso esto ayuda que el secado sea más rápido.

Gráfico 30: Oreado en el método sacos



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

f) Secado

El secado en patio al sol es el mejor método pues permite que el agua remanente mejore la calidad del producto final y la salida de ciertos elementos amargos aunque en beneficios grandes puede usarse con seguridad secado mecánico, se obtiene un cacao de gran calidad.

Gráfico 31: Secado



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

El secado del cacao es el proceso durante el cual las almendras terminan de perder el exceso de humedad que contienen y están listas para ser vendidas y en el caso del cacao fermentado completan este proceso. Se consigue pasar de almendras con un 55 % de humedad hasta almendras con un 6 - 8 %. Durante este tiempo las almendras de cacao terminan los cambios para obtener el sabor y aroma a chocolate.

También se producen cambios en el color, apareciendo el color típico marrón del cacao fermentado y secado correctamente.

Existen distintos métodos de secado pudiendo ser natural, aprovechando la temperatura de los rayos solares y obteniéndose almendras con mayor aroma, o un secado artificial mediante el empleo de estufas o secadoras mecánicas haciendo pasar una corriente de aire seco y caliente por la masa del cacao.

#### **g) Descascarilladora y Selección**

Los granos secos se deben seleccionar para eliminar la tierra, las partículas sueltas de la cáscara de la semilla y los granos quebrados, para ello se emplean una máquina los granos pasan a través de ellas, unas corrientes de aire caliente eliminan las impurezas.

Gráfico 32: Descascarilladora de cacao



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### h) Encostalado

Una vez que los granos se encuentran sin cascara y sin impurezas se procede a realizar el encostalado del cacao en sacos y se procede a coserlos con una máquina.

Gráfico 33: Encostalado



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

**i) Almacenado**

Una vez ensacado se procede a almacenar los costales de cacao en un lugar seco y ventilado donde se conserve las características del cacao.

Gráfico 34: Almacenado



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.2.4 Diagrama del proceso de secado del cacao

Pesaje del cacao en baba

Recepción de la materia prima

Escurrir la materia prima

Transporte a la marquesina

Apertura del cacao en la marquesina

Extendido del cacao en la marquesina

Fermentación

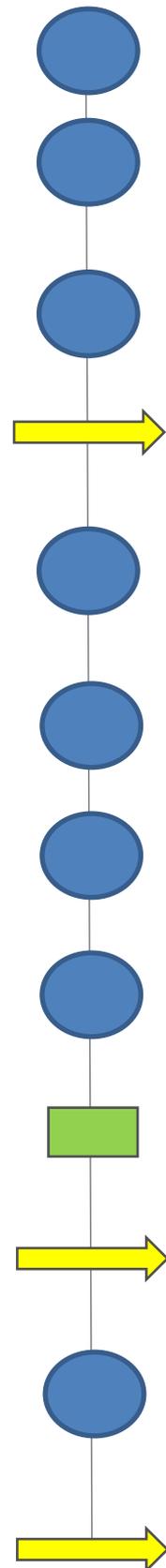
Oreado

Inspección del cacao

Transporte al secado

Secado

Transporte a la descascarilladora



Descascarilladora

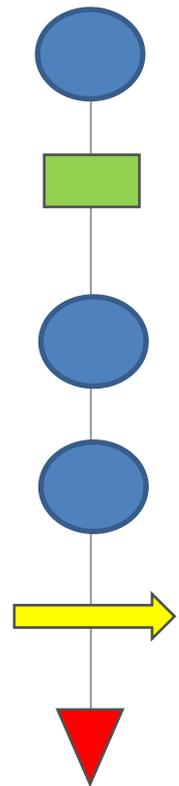
Inspección del cacao sin casacara e impurezas

Selección

Encostalado

Transporte a la maquina cosedora de sacos

Almacenado

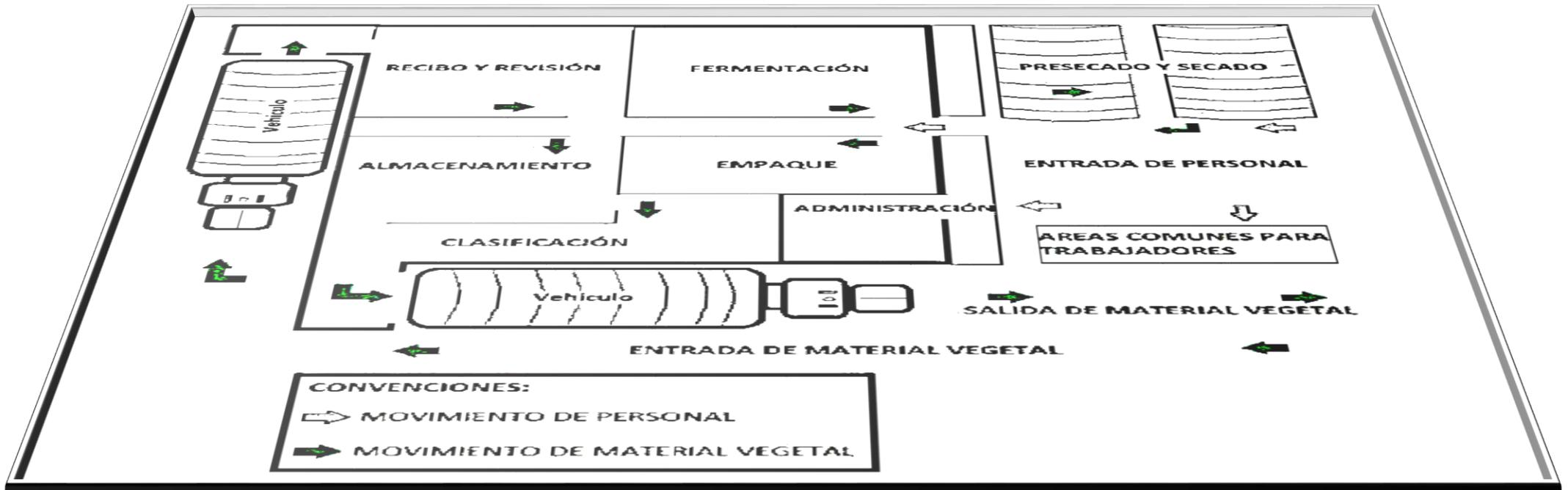


### Resumen del proceso del centro de acopio de cacao

Actividad	Símbolos	Cantidad
Operación		1
Transporte		
Inspección		
Almacenaje		1
Total		18

#### 4.2.2.5 Distribución de la planta

Gráfico 35: Distribución de la planta



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Esther Sofía Vásquez Rodas

### 4.2.3 Estudio Administrativo

Es necesario exponer los tópicos o herramientas que forman parte de un estudio administrativo antes de realizarlo, para que conocer claramente que es lo que el mismo contendrá y que es lo que se deberá tratar en el mismo.

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto.

Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Con lo antes mencionado se realizará en primera instancia lo referente a la planeación estratégica.

#### 4.2.3.1 Planeación Estratégica

La planeación estratégica debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales.

Los componentes de la planeación son:

- a. **Misión:** La misión permitirá identificar el propósito de del centro de acopio. Cabe indicar que una clara Misión sirve de fundamento para una toma de decisiones adecuada y oportuna.

Satisfacer las necesidades de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana a través de una estrategia de organización, logística y operación comercial y así en conjunto con los socios del centro de acopio ampliar su conocimiento e ingresos a través de ofertar productos con calidad a un buen margen de precio.

**b. Visión:** La empresa debe identificar hacia dónde va y con ello le da certidumbre al negocio y sus líderes para establecer los nuevos retos.

Ser una institución líder, posicionada sirviendo como elemento para el mejoramiento a largo plazo de los sistemas de almacenamiento, distribución y transporte buscando beneficiar a todos los pequeños agricultores de la provincia de Orellana.

**c. Objetivos:** Una vez identificada la visión y misión, el empresario debe establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados.

- Socializar la misión y visión del centro de acopio con todos los pequeños agricultores para que conozcan los beneficios que tendrán al formar parte del mismo.
  - Promover la idea de que la creación de un centro de acopio de cacao mejorará el nivel y la calidad de vida de todos los pequeños agricultores de cacao de la provincia.
  - Participar a los pequeños agricultores que se darán capacitaciones para que permitan mejorar la cantidad y los niveles de calidad de su producción.
  - Captar socios para incrementar el capital social de la empresa así como también el patrimonio.
  - Ubicar y construir estratégicamente el centro de acopio en base a los resultados de las encuestas.
  - Utilizar la información del análisis de las encuestas para tomar las mejores decisiones en base a los que solicitan los pequeños agricultores encuestados.
- d. Valores:** Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito. (Rodríguez, 2012).

- **Honestidad:** Es esa cualidad humana del servidor, actuar siempre en apego a la verdad y con justicia, con las personas que demandan nuestros servicios.
  - **Transparencia:** Que consiste en involucrar a la sociedad en el control social colectivo de la administración de los fondos y de manejarlos en apego a la ley y las normas vigentes.
  - **Solidaridad:** Con los más necesitados, los grupos sociales altamente vulnerables y con todas las personas en general, sabiendo que su tiempo es tan valioso como el nuestro.
  - **Respeto:** Hacia todos los ciudadanos que demandan nuestros servicios, sin importar su condición social, sus creencias religiosas o políticas, o su pertenencia étnica y cultural
  - **Eficiencia:** Garantizando la mayor celeridad en los trámites y gestiones; pero ante todo, brindando servicios de calidad.
  - **Convivencia:** Mantenemos la disposición al dialogo en la interacción cotidiana como punto de partida para la solución de conflictos.
- e. **Análisis FODA:** Es una herramienta útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa. Esta se logra, mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial, marca posibles evoluciones exitosas de la organización y permite que el nivel gerencia de la empresa reflexione sobre ella y conozca mejor la organización a la que pertenece.

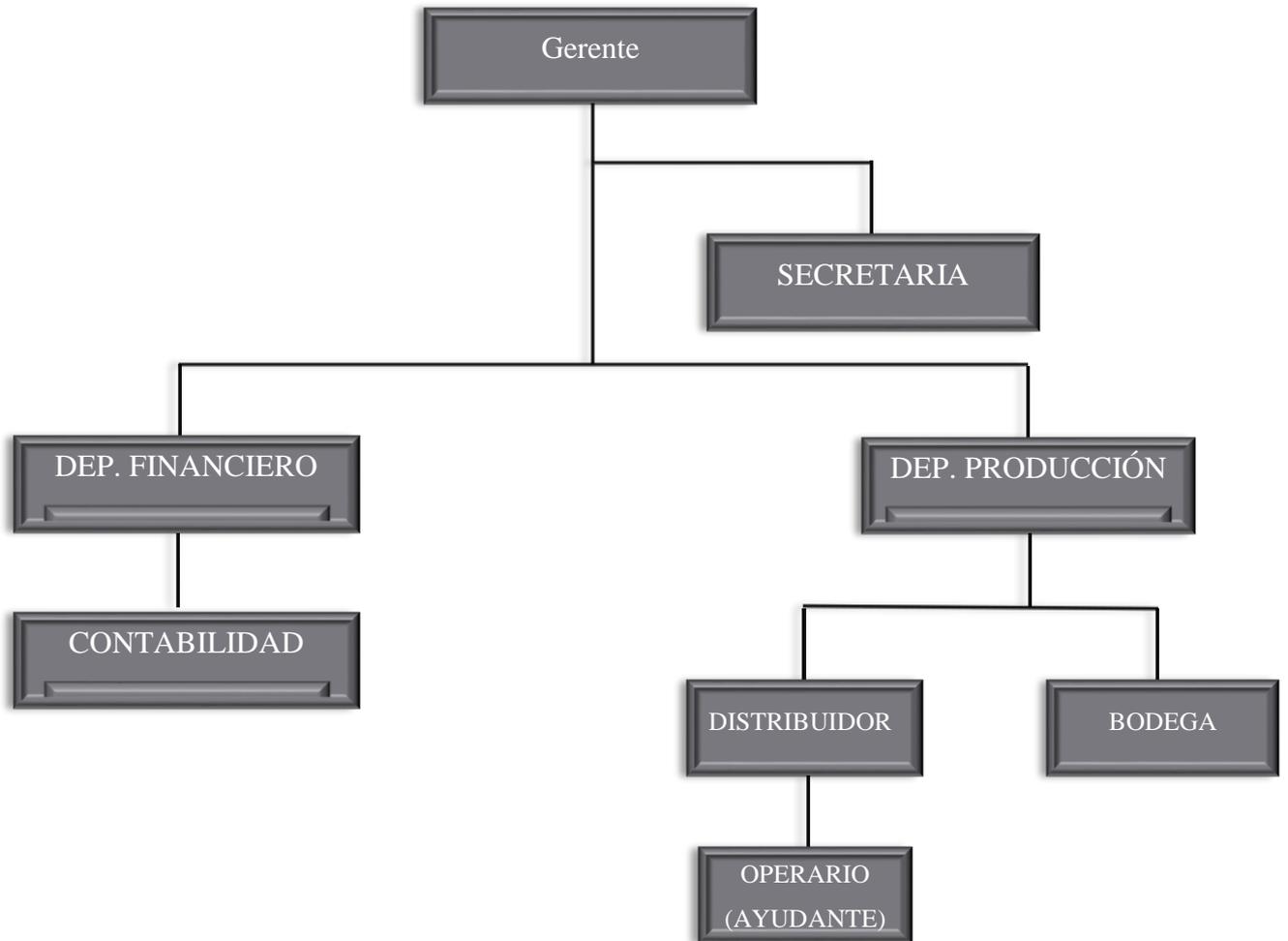
Tabla 21: Análisis FODA

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima de origen orgánico.</li> <li>• Amplia experiencia del personal administrativo</li> <li>• El producto presenta muchos beneficios alimenticios.</li> <li>• El producto tiene gran aceptación por empresas productoras de chocolate.</li> <li>• Capacitaciones continuas a los Productores asociados</li> </ul>	<p>No se utiliza el suelo al 100%.</p> <p>Carencias de manuales de buenas prácticas agrícolas y de manufactura.</p> <p>Falta de estrategia de promoción del cacao del oriente</p> <p>Falta de capacitación y cultura empresarial.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Precios competitivos</p> <p>Mercados no explotados</p> <p>Leyes ecuatorianas en relación a las exportaciones</p> <p>Ubicación geográfica adecuada del centro de acopio.</p> <p>Comercialización directa con el mercado local.</p> <p>No existen productos sustitutos.</p> <p>El costo de las plantas no es muy elevado</p>	<p>Los competidores en el mercado nacional.</p> <p>Restricción de importación de maquinarias.</p> <p>Resistencia al cambio por parte de los pequeños agricultores.</p>

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

f. Organigrama del centro de acopio



#### **4.2.4 Estudio Legal**

En lo referente a la parte legal se detalla todos los procesos que se deben realizar para la conformación del centro de acopio, los mismos que deben de realizarse con la mayor diligencia posible ya que por lo general estos trámites toman cierto tiempo, u se los debe de realizar en algunas instituciones.

Los requisitos legales para formar una empresa en este caso el Centro de Acopio para los pequeños agricultores de cacao de la provincia de Orellana son los que se detallan a continuación:

- 1.- Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- 2.- Escoger el nombre de su empresa.
- 3.- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares)
- 5.- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría)
- 6.- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- 7.- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
- 8.- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- 9.- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.

10.- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.

11.- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.

12.- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

13.- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.

14.- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliar a sus trabajadores.

#### **4.2.5 Estudio Ambiental**

Cabe indicar que el centro de acopio cumplirá estrictamente con toda la normativa legal vigente para la no contaminación ambiental la misma que se muestra a continuación.

El estudio ambiental para la creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana para el año 2016, **NO INTERSECTA** con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques y Vegetación Protectora (BVP), y Patrimonio Forestal del Estado (PFE).

El análisis legal a efectuarse en el estudio describirá los principales contenidos relacionados con el cumplimiento de los parámetros ambientales exigibles en la Legislación Ecuatoriana y aplicables a la construcción, operación y cierre de operaciones del proyecto.

Para el efecto, se identificará el Marco Legal vigente aplicable, teniendo como base fundamental las disposiciones contenidas en el Texto Unificado de Legislación Ambiental TULAS, que correspondan al Libro VI sobre la Calidad Ambiental, en su Título IV, el cual se refiere al Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental; así también la normativa aplicable.

### **Normativa Aplicable**

A continuación se enuncia el Marco Legal del estudio aplicable a la naturaleza del proyecto:

### **Normas Jerárquicas Superiores**

#### **Constitución de la República del Ecuador, aprobada mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008**

Constitución de la República del Ecuador, aprobada mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008, en su Título II, de los Derechos, Capítulo II, Derechos del Buen Vivir, Sección Segunda, Ambiente Sano en sus artículos 14 y 15.

Constitución de la República del Ecuador, aprobada mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008, en su Título II, de los Derechos, Capítulo VII, Derechos de la Naturaleza, en sus artículos 71, 72, 73, y 74.

Constitución de la República del Ecuador, aprobada mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008, en su Título VII, del Régimen del Buen Vivir, Capítulo II, Biodiversidad y Recursos Naturales, Sección Primera, Naturaleza y Ambiente, en sus artículos 396 y 397.

Constitución de la República del Ecuador, aprobada mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008, en su Título VII, del Régimen del Buen Vivir, Capítulo II, Biodiversidad y Recursos Naturales, Sección Sexta, Agua, en su artículo 411.

## **Normativa General Vigente**

### **Ley de Aguas**

Art. 12.- El Estado garantiza a los particulares el uso de las aguas, con la limitación necesaria para su eficiente aprovechamiento en favor de la producción.

Art. 22.- Prohíbese toda contaminación de las aguas que afecte a la salud humana o al desarrollo de la flora o de la fauna. El Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos, en colaboración con el Ministerio de Salud Pública y las demás Entidades Estatales, aplicará la política que permita el cumplimiento de esta disposición.

### **Ley de Gestión Ambiental**

Art. 19.- Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Art. 21.- Los Sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos.

Art. 23.- La evaluación del impacto ambiental comprenderá:

a) La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada

b) Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,

c) La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

Art. 33.- Establécense como instrumentos de aplicación de las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros que serán regulados en el respectivo reglamento.

Art. 35.- El Estado establecerá incentivos económicos para las actividades productivas que se enmarquen en la protección del medio ambiente y el manejo sustentable de los recursos naturales. Las respectivas leyes determinarán las modalidades de cada incentivo.

### **Ley para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental**

Art. 11.- Prohíbese expeler o descargar hacia la atmósfera contaminantes sin sujetarse a las normas técnicas y regulaciones que perjudiquen la salud y la vida humana, la flora, la fauna y recursos o bienes del Estado a la atmósfera.

Art. 16.- Queda prohibido descargar, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, a las redes de alcantarillado, o en las quebradas, acequias, ríos, lagos naturales o artificiales, o en las aguas marítimas, así como infiltrar en terrenos, las aguas residuales que contengan contaminantes que sean nocivos a la salud humana, a la fauna y a las propiedades

Art. 20.- Queda prohibido descargar, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y relaciones, cualquier tipo de contaminantes que puedan alterar la calidad del suelo y afectar a la salud humana, la flora, la fauna, los recursos naturales y otros

bienes.

Art. 21.- Para los efectos de esta Ley, serán considerados como fuentes potenciales de contaminación, las sustancias radioactivas y los derechos sólidos, líquidos, o gaseosos de procedencia industrial, agropecuaria, municipal o doméstica.

### **Ley Forestal y Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre**

Arts. 7.- Prohíbese podar, talar, descortezar, destruir, alterar, transformar, adquirir, transportar, comercializar o utilizar bosques de mangle, productos forestales o de vida silvestre o productos forestales sin autorización.

Art. 78, 2do Inciso.- Prohíbese contaminar el medio ambiente, terrestre, acuático o aéreo o atentar contra la vida silvestre, terrestre, acuática o aérea existentes en las Unidades de Manejo.

Art. 81.- Prohíbese además el incendio de bosques o vegetación protectores, causar daños en ellos, destruir la vida silvestre o instigar a la comisión de tales actos.

Art. 82.- Los bosques y vegetación protectores serán manejados a efectos de su conservación en los términos y con las limitaciones que establezcan los reglamentos.

### **Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente TULAS**

Expedido mediante Decreto Ejecutivo 3516, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 2 del 31 de marzo del 2003. Libro VI “De la mención Calidad y Control de la Contaminación y sus Normas Técnicas.

Art. 43.- Regulados Ambientales: Son personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, u organizaciones que a cuenta propia o a través de terceros, realizan en el territorio nacional y de forma regular o accidental, cualquier actividad que tenga el potencial de afectar la calidad de los recursos agua, aire o suelo como resultado de sus acciones u omisiones.

Art. 57.- Documentos Técnicos: Los estudios ambientales se realizarán en la etapa previa a la ejecución, temporal o definitiva de un proyecto o actividad. Los documentos técnicos o estudios ambientales que serán exigidos por la autoridad son entre otros:

a) Estudios de Impacto Ambiental (EIA), que se realizan previo al inicio de un proyecto o actividad, de acuerdo a lo establecido en el SUMA;

b) Auditoria Ambiental (AA), que se realizan durante el ejercicio de la actividad, lo cual incluye la construcción;

c) Plan de Manejo Ambiental (PMA), que se realiza en cualquier etapa del proyecto o actividad.

Art.58.- Estudio de Impacto Ambiental: Toda obra, actividad o proyecto nuevo o ampliaciones o modificaciones de los existentes, emprendidos por cualquier persona natural o jurídica, públicas o privadas, y que pueden potencialmente causar contaminación, deberá presentar un Estudio de Impacto Ambiental, que incluirá un plan de manejo ambiental, de acuerdo a lo establecido en el Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA). El EIA deberá demostrar que la actividad estará en cumplimiento con el presente Libro VI De la Calidad Ambiental y sus normas técnicas, previa a la construcción y a la puesta en funcionamiento del proyecto o inicio de la actividad.

Art. 59.- Plan de Manejo Ambiental: El plan de manejo ambiental incluirá entre otros un programa de monitoreo y seguimiento que ejecutará el regulado, el programa establecerá los aspectos ambientales, impactos y parámetros de la organización, a ser monitoreados, la periodicidad de estos monitoreos, la frecuencia con que debe reportarse los resultados a la entidad ambiental de control. El plan de manejo ambiental y sus actualizaciones aprobadas tendrán el mismo efecto legal para la actividad que las normas técnicas dictadas bajo el amparo del presente Libro VI De la Calidad Ambiental.

Art. 60.- Auditoria Ambiental de Cumplimiento: Un año después de entrar en operación la actividad a favor de la cual se aprobó el EIA, el regulado deberá realizar una Auditoría Ambiental de Cumplimiento con su plan de manejo ambiental y con las normativas ambientales vigentes, particularmente del presente reglamento y sus normas

técnicas. La Auditoría Ambiental de Cumplimiento con el plan de manejo ambiental y con las normativas ambientales vigentes incluirá la descripción de nuevas actividades de la organización cuando las hubiese y la actualización del plan de manejo ambiental de ser el caso.

#### **4.2.6 Estudio Financiero**

El estudio financiero muestra las inversiones y gastos requeridos para poner en marcha el centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana, así como también proyecta un análisis de los estados financieros que tendrá que incurrir la empresa con el fin de evaluarlos y determinar si el proyecto es viable y cumple con las expectativas visionarias de los inversores.

##### **4.2.6.1 Inversiones requeridas**

En relación a las inversiones para poner en marcha el proyecto de creación de centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana, se las categoriza en inversiones fijas, intangibles y capital de trabajo, en el cual se desglosa el costo de ventas, los gastos administrativos, gastos de venta y demás factores económicos que se deben tomar en cuenta para este análisis.

##### **4.2.6.2 Inversiones fijas**

Las inversiones fijas son los activos va a poseer la empresa, se la clasifica en edificios (planta industrial), maquinarias, muebles de oficina, equipo de oficina y equipo de cómputo, es decir todas las inversiones que son palpables.

Tabla 22: Inversiones fijas

Cuenta	Subtotal	Total
<b>Inversión Fija</b>		\$107,100.00
<b>Edificios Industrial) (planta</b>	\$100,000.00	
<b>Maquinaria</b>	\$4,460.00	
<b>Muebles de Oficina</b>	\$1.000.00	
<b>Equipo de Oficina</b>	\$240.00	
<b>Equipo de cómputo</b>	\$1,400.00	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.3 Inversiones intangibles

Las inversiones intangibles son los desembolsos por la adquisición de activos que no son palpables, para el presente proyecto son los correspondientes a los gastos de organización y los estudios.

Tabla 23: Inversiones intangibles

Cuenta	Parcial	Subtotal	Total
<b>Inversión Intangible</b>		\$1,530.00	\$1,530.00
Gastos de Organización	\$800.00		
Estudios	\$730.00		

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Tabla 24: Total de inversión

Cuenta	Cantidad	Precio unitario	Parcial	Subtotal	Total
<b>Inversión Fija</b>					<b>\$107,100.00</b>
Edificios (planta Industrial)				\$100,000.00	
Maquinaria				\$4,460.00	
Muebles de Oficina				\$1,000.00	
Equipo de Oficina				\$240.00	
Equipo de cómputo				\$1,400.00	
<b>Inversión Intangible</b>					<b>\$1,530.00</b>
Gastos de Organización			\$800.00		
Estudios			\$730.00		
<b>Costo de ventas</b>				\$18,000.00	<b>\$20,679.17</b>
<b>Gatos Administrativos</b>				\$1,450.00	
<b>Gastos de Venta</b>				\$1,229.17	
Transporte			200		
Distribuidor			595.59		
Ayudante	1	433.59	433.59		
<b>Capital de Trabajo</b>				<b>\$20,679.17</b>	
<b>Total Inversión</b>					<b>\$129,309.17</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

El total de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto es de \$ **\$129,309.17**

#### 4.2.6.4 Costo de ventas

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. En el caso del proyecto será el valor en que se ha incurrido para procesar el cacao.

Tabla 25: Costo de ventas

Unidades mensuales (Quintales)	Producidas	Costo unitario (Por quintal)	Costo de ventas Mensual	Costo de ventas Anual
300		60	\$18,000.00	\$216,000.00

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.5 Gasto de administración

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios del personal ejecutivo y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en estos rubros.

Los gastos de administración se deben considerar los sueldos de los empleados y los trabajadores de la empresa y los servicios básicos.

Tabla 26: Gastos administrativos

Gastos de Administración	Detalle	Valor total Mensual	Valor total anual
Sueldos		\$1.400,00	\$16.800,00
Gerente	\$800,00		
Secretaria	\$400,00		
Contador )Cobra por declaraciones y balances al final del año)	\$200,00		
Mantenimiento de la planta			\$500,00
Servicios básicos		\$50,00	\$600,00
<b>Total</b>		<b>\$1.450,00</b>	<b>\$17.900,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.6 Gastos de venta

Los gastos de venta son todos los rubros necesarios para poder trasladar el producto desde las fincas hacia la planta de producción, además del salario del distribuidor y el del ayudante.

Tabla 27: Gastos de venta

<b>Gastos de Venta</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Transporte	\$200.00	\$2,400.00
Distribuidor	\$595.59	\$7,147.02
Ayudante	\$433.59	\$5,203.06
<b>Total</b>	<b>\$1,229.17</b>	<b>\$14,750.08</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.7 Salario del distribuidor y ayudante

En este rubro se cuantifica los salarios del distribuidor y del ayudante que la empresa requiere para distribuir el producto de la empresa cuando se lo requiera.

Tabla 28: Sueldos Distribuidor y ayudante

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte patronal (11.15%)</b>	<b>Aporte personal (9.35%)</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Sueldo prorrateado Décimos</b>	<b>Anual</b>
Distribuidor	\$514.00	\$354.00	\$514.00	\$57.31	\$48.06	\$523.25	\$595.59	\$7,147.02
Ayudante	\$366.00	\$366.00	\$366.00	\$40.81	\$34.22	\$372.59	\$433.59	\$5,203.06

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.8 Total de inversión

A continuación se muestra en conjunto todas las inversiones que se requieren para que creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana.

El total de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto es de \$ **\$129,309.17**

#### 4.2.6.9 Costos y gastos anuales

A continuación se muestra todos los costos y gastos anualizados, para poder realizar el estado de resultados, flujo de efectivo y cálculo del punto de equilibrio.

**Tabla 29: Matriz de costos y gastos (anual)**

<b>Cuenta</b>	<b>Fijo</b>	<b>Variable</b>
Costo de ventas		\$216.000,00
Gatos administrativos	\$17.900,00	
Gastos de venta	\$14.750,08	
<b>Subtotal</b>	<b>\$32.650,08</b>	<b>\$216.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>\$248.650,08</b>	

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.10 Precio unitario de venta

A continuación con los datos anuales se procede a calcular el precio de venta al que se planea ubicar el producto en el mercado.

Tabla 30: Precio unitario de venta

Costo de ventas	\$216.000,00
Gatos administrativos	\$59,67
Gastos de venta	\$49,17
Unidades producidas	300
Costo unitario	\$60,00
Margen de utilidad	50,00%
Precio de venta	\$90,00
Ventas anuales	\$324.000,00

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.11 Cálculo de los ingresos

La empresa tiene la capacidad de procesar 300 quintales de cacao mensuales, es decir 3600 quintales anuales, que son los que se van a procesar y ubicar en el mercado que se dedica a la producción y comercialización de chocolate ya sea en el mercado nacional como internacional, el precio de venta de cada quintal de cacao seco es de 90 dólares por cada quintal de cacao, se considera además que el promedio de crecimiento de la producción de los agricultores de cacao es de un 1.5% más cada año, tasa que es considerada para la proyección de los ingresos.

Ventas anuales:  $3.600 \times 90 = \$324,000.00$

Para la proyección se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

$$\text{Año 1} = \text{Año 1}(1 + 0,015)^0$$

$$\text{Año 1} = \$324,000.00(1,015)^0$$

$$\text{Año 1} = \$324,000.00$$

$$\text{Año 2} = \text{Año 1}(1 + 0,015)^1$$

$$\text{Año 2} = \$324,000.00(1,015)^1$$

$$\text{Año 2} = \$328,860.00$$

$$\text{Año 3} = \text{Año 1}(1 + 0,015)^2$$

$$\text{Año 3} = \$324,000.00 (1,015)^2$$

$$\text{Año 3} = \$333,792.90$$

$$\text{Año 4} = \text{Año 1}(1 + 0,015)^3$$

$$\text{Año 4} = \$324,000.00(1,015)^3$$

$$\text{Año 4} = \$338,799.79$$

$$\text{Año 5} = \text{Año 1}(1 + 0,015)^4$$

$$\text{Año 5} = \$324,000.00 (1,015)^4$$

$$\text{Año 5} = \$343,881.79$$

Tabla 31: Ingresos proyectados

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$324,000.00	\$328,860.00	\$333,792.90	\$338,799.79	\$343,881.79

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.12 Cálculo del costo de venta proyectado

Para la proyección del costo de venta se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

Tabla 32: Costo de ventas proyectado

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de ventas	\$216,000.00	\$219,240.00	\$222,528.60	\$225,866.53	\$229,254.53

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.13 Cálculo de los Gastos de administración proyectado

Para la proyección de los Gastos de administración se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

Tabla 33: Gastos de Administración Proyectado

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administración	\$17.900,00	\$18.168,50	\$18.441,03	\$18.717,64	\$18.998,41

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.14 Cálculo de los Gastos de ventas proyectado

Para la proyección de los Gastos de ventas se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

Tabla 34: Gastos de Ventas Proyectadas

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de ventas	\$14,750.08	\$14,971.33	\$15,195.90	\$15,423.84	\$15,655.20

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.15 Estados Financieros

Tabla 35: Estado de resultados

Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$324.000,00	\$328.860,00	\$333.792,90	\$338.799,79	\$343.881,79
Costo de Ventas	\$216.000,00	\$219.240,00	\$222.528,60	\$225.866,53	\$229.254,53
Utilidad Bruta	\$108.000,00	\$109.620,00	\$111.264,30	\$112.933,26	\$114.627,26
(-) Gastos de Administración	\$17.900,00	\$18.168,50	\$18.441,03	\$18.717,64	\$18.998,41
(-) Gasto de Ventas	\$14.750,08	\$14.971,33	\$15.195,90	\$15.423,84	\$15.655,20
Utilidad Neta	\$75.349,92	\$76.480,17	\$77.627,37	\$78.791,78	\$79.973,66
(-) 15% part Trabajadores	\$11.302,49	\$11.472,03	\$11.644,11	\$11.818,77	\$11.996,05
Utilidad a impuesto a la renta	\$64.047,43	\$65.008,14	\$65.983,27	\$66.973,01	\$67.977,61
(-) 22% Impuesto a la renta	\$14.090,44	\$14.301,79	\$14.516,32	\$14.734,06	\$14.955,07
Utilidad Neta	\$49.957,00	\$50.706,35	\$51.466,95	\$52.238,95	\$53.022,54

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Tabla 36: Flujo de caja

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$324.000,00	\$328.860,00	\$333.792,90	\$338.799,79	\$343.881,79
Costo de Ventas		\$216.000,00	\$219.240,00	\$222.528,60	\$225.866,53	\$229.254,53
Utilidad Bruta		\$108.000,00	\$109.620,00	\$111.264,30	\$112.933,26	\$114.627,26
(-) Gastos de Administración		\$17.900,00	\$18.168,50	\$18.441,03	\$18.717,64	\$18.998,41
(-) Gasto de Ventas		\$14.750,08	\$14.971,33	\$15.195,90	\$15.423,84	\$15.655,20
Utilidad Neta		\$75.349,92	\$76.480,17	\$77.627,37	\$78.791,78	\$79.973,66
(-) 15% part Trabajadores		\$11.302,49	\$11.472,03	\$11.644,11	\$11.818,77	\$11.996,05
Utilidad a impuesto a la renta		\$64.047,43	\$65.008,14	\$65.983,27	\$66.973,01	\$67.977,61
(-) 22% Impuesto a la renta		\$14.090,44	\$14.301,79	\$14.516,32	\$14.734,06	\$14.955,07
Utilidad Neta		\$49.957,00	\$50.706,35	\$51.466,95	\$52.238,95	\$53.022,54
Inversión fija	\$107.100,00					
Inversión intangible	\$1.530,00					
Capital de trabajo	\$20.679,17					
Flujo	\$129.309,17	\$49.957,00	\$50.706,35	\$51.466,95	\$52.238,95	\$53.022,54

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.16 Evaluación del Estudio Financiero

En el estudio financiero se determina si la creación de un centro de acopio de cacao de los pequeños agricultores de la provincia de Orellana es financieramente viable, a través de indicadores como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el período de recuperación de la inversión, de igual manera se determina el punto de equilibrio con el fin de conocer el número de unidades que debe ser vendidos con el fin de que la empresa no gane ni pierda, el cual deberá ser alcanzado y superado.

#### 4.2.6.17 Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha calculado en base a las tasas pasivas de los bancos, que son las tasas de interés que pagan los bancos y cooperativas a los inversionistas de los mismos, cabe indicar que estas tasas de interés son reguladas por el Banco Central del Ecuador teniendo en cuenta tasas máximas y tasas mínimas referenciales, luego del estudio de campo se llegó a determinar de que existe un promedio de tasas pasivas para los bancos y para las cooperativas de ahorro y crédito en la provincia de Orellana siendo las siguiente 8% y 10% respectivamente.

Tabla 37: Valor actual neto 1 Tasa Pasiva de las Cooperativas del 10%

	0	1	2	3	4	5
	hoy	2017	2018	2019	2020	2021
flujo de caja	(129.309,17)	49957,00	50706,35	51466,95	52238,95	53022,54
factor de descuento	1,000	0,909	0,826	0,751	0,683	0,621
valor Actual	(129309,17)	45415,45	41906,08	38667,88	35679,91	32922,82
Valor actual Neto	65.282,96					

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

El valor actual neto con la tasa pasiva del 10% de las cooperativas es de \$ 65.282,96 al ser mayor que cero, el plan se considera factible.

Tabla 38: Valor actual neto 2 Tasa Pasiva de los Bancos del 8%

	0	1	2	3	4	5
	hoy	2017	2018	2019	2020	2021
flujo de caja	(129.309,17)	49.957,00	50.706,35	51.466,95	52.238,95	53.022,54
factor de descuento	1,000	0,926	0,857	0,794	0,735	0,681
valor Actual	(129309,17)	46256,48	43472,52	40856,12	38397,19	36086,25
Valor actual Neto	75.759,39					

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

El valor actual neto 2 con la tasa pasiva del 8% de los bancos es de \$103.501,07 al ser mayor que cero, el plan se considera factible.

#### 4.2.6.18 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno representa porcentualmente lo que el Proyecto entregará a sus socios, en relación a la inversión realizada y permite además determinar qué tan rentable será la puesta en marcha del mismo, para su cálculo es necesario determinar un valor actual neto negativo, lo más cercano a cero, para lo que se aplico dos tasas de descuento del 8 y 10% y con esto poder aplicar la fórmula.

La tasa de interés que hace que el VAN se haga 0 es la Tasa Interna De Retorno.

Tabla 39: Tasa interna de retorno

	0	1	2	3	4	5	TIR
	hoy	2017	2018	2019	2020	2021	28,0396%
flujo de caja	(129.309,17)	49.957,00	50.706,35	51.466,95	52.238,95	53.022,54	
factor de descuento	1	0,781008347	0,609974038	0,476394815	0,37206833	0,29058847	
valor Actual	(129.309,17)	39016,83161	30929,55823	24518,58679	19436,4592	15407,7375	
<b>Valor actual Neto</b>	<b>0,00</b>						

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

La tasa interna de retorno es de 28,0396% y al ser mayor que la tasa de oportunidad, es decir la tasa pasiva tanto de los bancos como de las cooperativas, se concluye que el plan es viable.

#### 4.2.6.19 Relación beneficio-costo

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados} + \text{Inversión Inicial}}$$

Tabla 40: Inversión, Ingresos actualizados y egresos actualizados, con la tasa de descuento del 10%

Años	Inversión	ingresos	ingresos descontados	costos	Costos descontados
0	129.309,17				
1		324.000,00	294.545,45	248.650,08	226.045,53
2		328.860,00	271.785,12	252.379,83	208.578,37
3		333.792,90	250.783,55	256.165,53	192.460,95
4		338.799,79	231.404,82	260.008,01	177.588,97
5		343.881,79	213.523,54	263.908,13	163.866,19
	Suma		1.262.042,48		968.540,01

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Tabla 41: Relación Beneficio/ Costo, con la tasa de descuento del 10%

suma de ingresos descontados	\$ 1.262.042,48
suma de costos descontados	\$ 968.540,01
suma de costos + inv ini	\$ 1.097.849,18
<b>R B/C</b>	<b>1,15</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

La relación beneficio costo 1 es de \$115, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,15 dólares, retribución que se la califica como económicamente eficiente esto con relación al primer VAN con la tasa pasiva referencial de los bancos del 10%.

Tabla 42: Inversión, Ingresos actualizados y egresos actualizados, con la tasa de descuento del 8%

Años	Inversión	ingresos	ingresos descontados	costos	Costos descontados
0	129.309,17				
1		324.000,00	300.000,00	248.650,08	230.231,56
2		328.860,00	281.944,44	252.379,83	216.375,03
3		333.792,90	264.975,57	256.165,53	203.352,46
4		338.799,79	249.027,96	260.008,01	191.113,65
5		343.881,79	234.040,17	263.908,13	179.611,44
Suma			1.329.988,14		1.020.684,13

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

Tabla 43: Relación Beneficio/ Costo, con la tasa de descuento del 8%

suma de ingresos descontados	\$ 1.329.988,14
suma de costos descontados	\$ 1.020.684,13
suma de costos + inv ini	\$ 1.149.993,30
R B/C	1,16

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

La relación beneficio costo <sup>2</sup> es de \$1,16, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,16 dólares, retribución que se la califica como económicamente eficiente esto con relación al VAN con la tasa pasiva referencial de los bancos.

#### 4.2.6.20 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se consideran los siguientes valores:

<b>costo fijo</b>	\$32.650,08
<b>costo variable unitario</b>	\$60,00
<b>precio de venta</b>	\$90,00

## Costo Fijo

-----  
 Precio de Venta - Costo Variable Unitario

32.650,08

-----  
 90 - 60

32.650,08

-----  
 30

### 1088 Quintales de cacao

El punto de equilibrio es de 1088 quintales de cacao, es decir que se deberá comercializar mínimo este número de quintales, para que la empresa no pierda ni gane, al superar esta cantidad se comenzará a obtener utilidad.

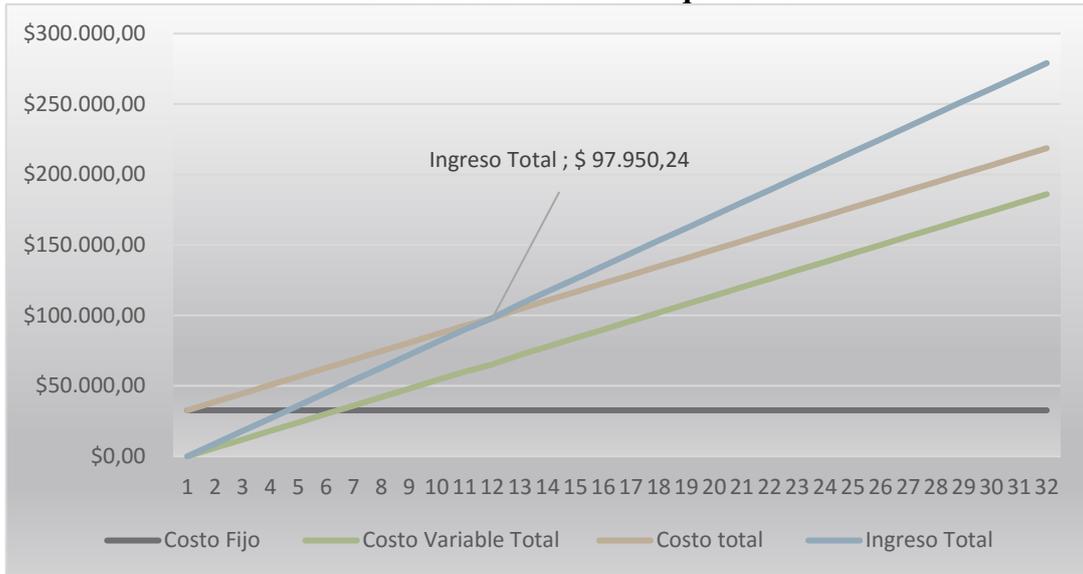
Tabla 44: Datos para el gráfico del punto de equilibrio

Unidades	Costo Fijo	Costo Variable Total	Costo total	Ingreso Total
0	\$32.650,08	\$ 0,00	\$ 32.650,08	\$ 0,00
100	\$32.650,08	\$ 6.000,00	\$ 38.650,08	\$ 9.000,00
200	\$32.650,08	\$ 12.000,00	\$ 44.650,08	\$ 18.000,00
300	\$32.650,08	\$ 18.000,00	\$ 50.650,08	\$ 27.000,00
400	\$32.650,08	\$ 24.000,00	\$ 56.650,08	\$ 36.000,00
500	\$32.650,08	\$ 30.000,00	\$ 62.650,08	\$ 45.000,00
600	\$32.650,08	\$ 36.000,00	\$ 68.650,08	\$ 54.000,00
700	\$32.650,08	\$ 42.000,00	\$ 74.650,08	\$ 63.000,00
800	\$32.650,08	\$ 48.000,00	\$ 80.650,08	\$ 72.000,00
900	\$32.650,08	\$ 54.000,00	\$ 86.650,08	\$ 81.000,00
1000	\$32.650,08	\$ 60.000,00	\$ 92.650,08	\$ 90.000,00
1088	\$32.650,08	\$ 65.300,16	\$ 97.950,24	\$ 97.950,24
1200	\$32.650,08	\$ 72.000,00	\$ 104.650,08	\$ 108.000,00
1300	\$32.650,08	\$ 78.000,00	\$ 110.650,08	\$ 117.000,00
1400	\$32.650,08	\$ 84.000,00	\$ 116.650,08	\$ 126.000,00
1500	\$32.650,08	\$ 90.000,00	\$ 122.650,08	\$ 135.000,00

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

**Gráfico 36: Punto de Equilibrio**



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

#### 4.2.6.21 Periodo de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión determina exactamente en qué tiempo se recupera la inversión, con los flujos de efectivo proyectados.

Tabla 45: Flujo de fondos actualizados

Inversión	Factor de Actualización $1 / (1 + i)^n$	Flujos	Flujos Acumulados
\$129.309,17	1,00	\$ 129.309,17	\$ 129.309,17
49.957,00	0,91	\$ 45.415,45	-\$79.352,18
50.706,35	0,83	\$ 41.906,08	-\$28.645,82
51.466,95	0,75	\$ 38.667,88	\$22.821,12
52.238,95	0,68	\$ 35.679,91	\$75.060,07
53.022,54	0,62	\$ 32.922,82	\$128.082,61

**Fuente:** Flujo de caja

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se aplicará la siguiente fórmula:

$$PRI = \left[ \begin{array}{l} \textit{Periodo último con flujo} \\ \textit{acumulado negativo} \end{array} \right] + \left[ \frac{\textit{Valor absoluto del último} \\ \textit{flujo Acumulado Negativo}}{\textit{Valor del Flujo de Caja en el} \\ \textit{siguiente periodo}} \right]$$

$$PRI = [2] + \left[ \frac{28.645,82}{38.667,88} \right]$$

**Periodo de Recuperación de la Inversión = 2,7408Años**

Para el cálculo más exacto se transformará 0,7408 años a meses a través de una regla de tres.

Años	Meses
1	12
0,7408	8,8896

El período de recuperación de la inversión es de 2 años 8 meses, y considerando que el plan se lo ha proyectado a 5 años, se puede decir que es un tiempo adecuado.

#### 4.2.6.22 Resumen de indicadores

Tabla 46: Resumen de indicadores

INDICADOR	VALOR
VAN 1	65.282,96
VAN 2	75.759,39
TIR	28,0396%
R. B/C 1	1,15
R. B/C 2	1,16
Punto de equilibrio	1088 quintales de cacao
PRI	2 años y 8 meses

**Fuente:** Estudio financiero.

**Elaborado por:** Esther Sofía Vásquez Rodas

## CONCLUSIONES

- Los pequeños agricultores de la provincia de Orellana posee una capacidad productiva excelente, ya que tiene los implementos, herramientas y materias primas necesarias para cubrir el mercado nacional e incrementar su producción para llegar en un mediano plazo a cubrir mercados internacionales, brindando productos de calidad y a precios accesibles.
- El cacao producido por los pequeños agricultores de la provincia de Orellana posee todas las características indispensables para el consumo y es elaborado con normas técnicas necesarias para convertirse en un producto de tanto para consumo nacional como para un producto de exportación, cumple con todas las certificaciones exigidas para la salida del país como es el certificado sanitario emitido por el AGROCALIDAD y las normas que solicita las empresas que se dedican a la elaboración de chocolates.
- Las empresas que se dedican a la transformación del cacao seco en chocolate son un mercado muy exigente en lo que se refiere a la adquisición de su materia prima, por esta razón se elaboró un estudio técnico muy minucioso para que nuestro cacao seco cumpla con estas exigencias.
- La evaluación financiera del proyecto, ha demostrado que es un plan viable y que la recuperación de la inversión se lo realizará en muy poco tiempo lo que es siempre el objetivo primordial en el momento de crear una empresa en este caso el centro de acopio de cacao.
- Con la creación del centro de acopio se atraerá mejores precios para el agricultor y, con ello, el logro de mayores ingresos que mejoren las condiciones y la calidad de vida de los pequeños de cacao de la provincia de Orellana

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los pequeños agricultores de la provincia de Orellana, aplicar el presente estudio de factibilidad ya que se ha demostrado que es viable tanto en la parte técnica como financiera y que centro de acopio cumple con todos los requerimientos que el mercado exige.
- Los pequeños agricultores de la provincia de Orellana que formaran el centro de acopio deberán conservar una administración responsable tanto del procesamiento del cacao como de las negociaciones con las empresas que serán nuestros clientes, deberán fomentar un nivel de producción acorde a las exigencias del mercado tanto nacional como internacional.
- Es importante que el Centro de Acopio “PEPA DE ORO DE ORELLANA CAPOO” tenga un constante análisis de su situación financiera para tener una mejor administración de sus recursos con el fin de que los gastos del proceso de no afecten al desarrollo de la misma.
- El Centro de Acopio “PEPA DE ORO DE ORELLANA CAPOO” deberá realizar los procesos necesarios para conseguir los certificados de calidad necesarios año a año, ya que solo de esta forma se logrará tener permanencia en el mercado y abrir nuevas puertas para mercados internacionales.

## BIBLIOGRAFIA

- Achig, L. (2001). *Enfoque y metodos de la Investigación Científica*. Quito: Ariel. S. A.
- Ander-Egg, E., & Aguilar, M. (2000). *Cómo elaborar un proyecto?* 15ª ed. Buenos Aires: EdLumen/Humanitas.
- Arias, G. F. (2006). *El proyecto de investigacion: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Epistema Cia.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogota: Pearson Educación
- Bobadilla, P., Et al. (1998). *Diseño y Evaluación de Proyectos de Desarrollo. Proyecto de Apoyo a ONGs*. Lima: Aguila.
- Burgwal, G., & Cuéllar, J. (1999). *Planificación estratégica y operativa aplicada a gobiernos locales*. Quito: Abya Yala.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración, teoría, proceso y práctica*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Cohen, E., & Franco, R. (2006). *Evaluación de proyectos sociales*. México: Siglo XXI, Editores, S.A. de C.V.
- Desarrollo, F. E. (1996). *Metodología para la realización de evoluciones: Línea de base, intermedias y finales de proyectos*. Quito: DYA Proyectos.
- Fred, D. A. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Bogotá: Pearson Educación.
- GADM, P. (2015). *Centro de Acopio*. Penipe: GADM, P.
- GADPR, M. (01 de Enero de 2012). PDyOT MATUS. *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Matus*. Matus: GADPR, M..
- Gutierrez Pullido, H. (2010). *Calidad Total y Productividad*. México: McGraw-Hill Educación.
- ILPES. (1999). *Guía para la presentación de Proyectos*. 24ª ed. México: Siglo XXI.
- Leiva, F. (2008). *Nociones de Metodología de Investigación Científica*. Quito: Grupo Leer.
- Leiva, F. (2008). *Nociones Metodológicas de la Investigación Científica*. Quito: Décima Reimpresiones.
- MAGAP. (2015). *Diagnóstico Productivo del Sector Agropecuario de la Parroquia Matus de la Provincia de San Fransisco de Orellana*. Matus: MAGAP Orellana

Miranda Miranda, J. J. (2008). *Gestión de proyectos. Identificación-Formulación-Evaluación Financiera, social, Ambiental*. 4ª ed. Colombia: MM Editores.

## WEBGRAFÍA

Quintero Pedraza, J. 2. (2009). "*La planificación*" en *Contribuciones a la Economía*." Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>

BID, B. I. (1997). *Evaluación: una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos. Anexo I. La Matriz del Marco Lógico*. Obtenido de <http://www.iadb.org/cont/evo/SPBook/lamatriz.htm>

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta

**Objetivo:** Obtener información necesaria para el estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de cacao en la provincia de Orellana

1¿Ud. tiene dificultades para comercializar su producción?

Si ..... No.....

2¿Cuál es la frecuencia con la que Ud. vende su producto?

Quincenal

Mensual

Bimensual

Otros

3¿Considera Ud. que el precio al que vende su producto es el justo?

Si ..... No.....

4¿De su producción total cuál sería el porcentaje que se vende al precio justo?

30 porciento

50 porciento

75 porciento

100 porciento

5¿Cuál de los siguientes aspectos Ud. considera que son factores problemas para la comercialización?

Precio

Vías de acceso

Transporte

Otros

6¿Ud vende su producto siempre a los mismos clientes?

Si ..... No.....

7¿Ud. tiene siempre los mismos intermediarios que le compran su producción?

Si ..... No.....

8¿Ud. tiene un lugar en dónde almacenar su producto antes de la comercialización?

Si ..... No.....

9¿Ud. forma parte de un centro de acopio?

Si ..... No.....

10 ¿Cree Ud. qué es necesario crear un centro de acopio?

Si ..... No.....

11¿Le interesaría ser parte de un centro de acopio?

Si ..... No.....

12¿Conoce los beneficios de formar parte de un centro de acopio?

Si ..... No.....

13¿Dónde considera Ud. que debería de estar ubicado un centro de acopio de Cacao?

Loreto

Coca

Joya de los Sachas

14¿Si el centro de acopio le brindara capacitaciones en la producción de cacao estaría dispuesto a formar parte del mismo?

Si ..... No.....

15¿Estaría Ud. dispuesto a vender toda su producción a este nuevo centro de acopio?

Si ..... No.....