



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD QUE PERMITA LA
CREACIÓN DE UN CENTRO ESPECIALIZADO EN EL
ACOPIO DE CACAO EN LA HACIENDA SAN VICENTE
2020**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN EMPRESAS.**

AUTOR: DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA

DIRECTOR: ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs

LA TRONCAL - ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD QUE PERMITA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO ESPECIALIZADO EN EL ACOPIO DE CACAO EN LA
HACIENDA SAN VICENTE 2020

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN EMPRESAS**

AUTOR: DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA

DIRECTOR: ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs

LA TRONCAL - ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE EMPRESAS

TÍTULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD QUE PERMITA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESPECIALIZADO EN EL ACOPIO DE CACAO EN LA HACIENDA SAN VICENTE 2020”.

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Empresas.

AUTOR: DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA

Número de cédula: 094070666-6

TUTOR:

ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs

AÑO: 2022



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE EMPRESAS

TÍTULO: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD QUE PERMITA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESPECIALIZADO EN EL ACOPIO DE CACAO EN LA HACIENDA SAN VICENTE 2020".

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Empresas.

AUTOR: DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA

Número de cédula: 094070666-6

TUTOR:

ING. RAUL ORTIZ

AÑO: 2020

EL HONORABLE JURADO CALIFICADOR OTORGA A ESTE TRABAJO

La calificación de _____

Equivalente a _____

Presidente del tribunal

Miembro 1

Miembro 2

**Estudio de factibilidad que permita la creación de un centro especializado en el
acopio de cacao en la “Hacienda San Vicente 2020”.**

DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA

Universidad Católica de Cuenca

Unidad de titulación

ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs

Enero 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Yo, **DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA** declaro bajo juramento que, las ideas, conceptos, procedimientos y resultados del trabajo aquí descrito son de mi autoría, que no han sido previamente procesados para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA EXTENSIÓN LA TRONCAL**, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.



Diana Yolanda Solano Molina

C.I.0940706666


AUTORA

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs, certifico que el trabajo titulado “Estudio de factibilidad que permita la creación de un centro especializado en el acopio de cacao en la “Hacienda San Vicente 2020” fue desarrollado por Diana Yolanda Solano Molina, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple con las normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca.

Debido que es una investigación particular con el propósito de cumplir un requisito previo a la obtención del Título de LICENCIADA EN EMPRESAS.

La Troncal, 14 de marzo de 2022



Ing. Raul Ortiz Gonzalez

TUTOR

ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

DEDICATORIA

La dedicación y el esfuerzo plasmados en este trabajo se lo dedico:

A Dios, por ser mi fortaleza y guía para culminar esta etapa de estudios de mi vida.

A mis padres Carlos Solano y Olguita Molina por su perseverancia, guía y apoyo incondicional, que con su ejemplo me demostraron que nada es imposible.

A mis hermanos William Solano, Mariela Solano, Mayuri Solano, Lida Solano a mis sobrinos que me han apoyado en cada paso que doy, durante todo este tiempo de formación profesional.

A Lunita mi mascota quien era la que me acompañaba cuando tenía que quedarme haciendo mis deberes hasta altas horas de madrugada.

A mis familiares y amigos que han estado a mi lado durante mi etapa de formación.

A todos ustedes muchas gracias.

Diana Yolanda Solano Molina.

AGRADECIMIENTO

Mi Agradecimiento sincero a mi querida Universidad, que me abrió sus puertas y darme la oportunidad de superarme.

A mis docentes que me supieron apoyar en todo momento, gracias por su paciencia y consejos.

A mi Tutor de Tesis. ING. RAÚL ADRIÁN ORTIZ GONZÁLEZ, Mgs
Por su apoyo y dedicación en el desarrollo de la investigación.

Diana Yolanda Solano Molina.

Resumen

La presente investigación busca establecer el estudio de factibilidad para la creación de un centro especializado en el acopio de cacao en la Hacienda San Vicente, para lo cual se realiza un análisis de mercado, para determinar la posible demanda, por lo que fue necesario el levantamiento de información de los pequeños productores, los cuales proporcionaron información para comprobar y tomar decisiones acerca de si es rentable o no la creación del Centro especializado de acopio de cacao, debido a que en este sector no existe y la necesidad de los productores de cacao de esta zona es evidente, ya que esto genera preocupación por no contar con un lugar donde comercializar su cosecha. Igualmente se desea conocer la cantidad de dinero que se requiere para poner en marcha el centro de acopio, al igual que el estudio técnico que será de mucha utilidad para determinar el tamaño del proyecto, y demás requerimientos tanto legales como jurídicos. El centro de acopio especializado en el cacao, tiene como finalidad convertirse como aliados estratégicos a los productores de las zonas aledañas a la Hacienda San Vicente, del Cantón La Troncal, donde se ofrecerá a los productores los mejores precios del mercado por su producción de cacao, de esta forma se pretende cubrir la demanda para que la empresa pueda posicionarse en el mercado, una vez analizada la rentabilidad del centro de distribución de cacao, es necesario evaluar anualmente los procesos, con la finalidad de mejorar la calidad de la producción.

Palabras clave: Estudio de factibilidad, Centro de acopio de cacao, Producción de cacao, oferta y demanda de cacao, estudio financiero.

Abstract

This research aims to establish the feasibility study for the creation of a center specialized in the collection of cocoa in Hacienda San Vicente, for which a market analysis was carried out, to determine the possible demand, for which it was necessary to survey of information from small producers, who provided information to check and make decisions about whether or not it is profitable to create the specialized center for cocoa collection because in this sector it does not exist and the need for cocoa producers to this area is evident since this generates concern for not having a place to market their harvest. Likewise, it is desired to know the amount of money that is required to start up the collection center, as well as the technical study that will be very useful to determine the size of the project, and other legal and legal requirements. The collection center specializing in cocoa aims to become strategic allies to producers in the areas surrounding Hacienda San Vicente, in La Troncal Canton, where producers will be offered the best market prices for their cocoa production. , in this way it is intended to cover the demand so that the company can position itself in the market, once the profitability of the cocoa distribution center has been analyzed, it is necessary to evaluate the processes annually, to improve the quality of production.

Keywords: Feasibility study, cocoa collection center, cocoa production, cocoa supply and demand, financial study.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
1. Planteamiento del Problema	1
1.1. Descripción del caso a investigar.....	2
1.2. Antecedentes del caso a investigar	2
1.3. Preguntas de investigación.....	3
1.3.1. Pregunta General.....	3
1.3.2. Pregunta Específica	4
1.4. Objetivos de investigación.....	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. Justificación de la investigación	4
1.5.1. Justificación Social.....	5
1.5.2. Justificación Ambiental.....	5
1.5.3. Justificación productiva	6
1.6. Empresa	6
1.6.1. Actividad económica.....	6
1.6.2. Reseña Histórica.....	7
1.6.3. Misión	8
1.6.4. Visión	8
1.6.5. Valores	8
1.6.6. Objetivos de la empresa	9
1.6.7. Estructura Orgánica.....	10
1.6.9. Ubicación	11

1.6.10. Instalaciones	12
1.6.11. Aspecto Legal.....	12
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO	14
2.1. Estudio de factibilidad	14
2.2. Estudio de mercado.....	15
2.2.1. Objetivos del análisis de mercado.....	15
2.2.2. Oferta.....	16
2.2.3. Demanda	17
2.2.3.1. Oferta y demanda	18
2.2.4. Conocer el porcentaje de demanda insatisfecha.....	18
2.2.5. Conocer los hábitos y preferencias de los clientes.....	19
2.2.6. Utilizar estrategias de precio y promoción.....	19
2.3. Estudio técnico.....	19
2.3.1. Capacidad de la Empresa	20
2.3.2. La ubicación de la empresa	20
2.3.3. Los flujos operativos	20
2.3.4. Los recursos con los que debe contar la empresa para que pueda llevarse a cabo	21
2.3.4.1. Recursos tangibles	21
2.3.4.2. Recursos materiales	22
2.3.4.3. Recursos humanos	22
2.3.4.4. Recursos intangibles	23
2.4. Localización.....	23
2.4.1. Factores de localización	23
2.5. Estudio financiero	24
2.6. Evaluación económica y financiera	25
2.6.1. Presupuesto de inversión.....	25
2.6.2. Evaluación de los costos	26
2.6.3. Presupuesto Ingresos	26
2.6.4. Evaluación de indicadores.....	27
CAPÍTULO III	28
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	28
3.1. Diagnóstico de los aspectos técnicos	28

3.1.1. Ubicación geográfica.....	28
3.1.2. Actividades económicas.....	28
3.1.3.3. Producción de cacao	28
3.1.3. Oferta sustantiva o competencia	29
3.1.4. Análisis de la demanda.....	29
3.1.5. Población.....	29
3.1.6. Muestra.....	30
3.1.6.1. Tipo de muestreo	31
3.2. Encuesta	32
3.2.1. Resultados de la encuesta.....	33
CAPÍTULO IV	45
PROPUESTA	45
4.1. Estudio de mercado.....	45
4.1.1. Objetivos del análisis de mercado.....	45
4.1.2. Estrategias que se implementaran en el Centro de acopio	46
4.2. Estrategias	46
4.2.1. Matriz del plan de acción	46
4.2.1.1. Estrategias de precio	46
4.2.1.2. Estrategia de producto	47
4.2.1.3. Estrategia de plaza	49
4.2.1.4. Estrategias de promoción.....	52
4.3. Estudio técnico.....	53
4.3.1. Capacidad de la Empresa	53
4.3.2. La ubicación de la empresa	54
4.3.3. Recursos	54
4.3.3.1. Recursos tangibles	54
4.2.3.2. Recursos materiales	54
4.2.3.3. Recursos humanos	55
4.2.3.4. Recursos intangibles	56
4.4. Localización.....	56
4.4.1. Factores de localización	56
4.5. Estudio financiero	56
4.5.1. Necesidades financieras	56
4.5.2. Costos de la adecuación de las áreas productivas	58

4.5.2.1. Valor planificado de caja al año	59
4.5.2.2. Inventario de productos terminados	60
4.5.2.3. Inventario materia prima	60
4.5.2.4. Herramientas y suministros	60
4.5.2.5. Equipo de computación	61
4.5.2.6. Muebles y enseres.....	61
4.5.2.7. Vehículos	62
4.5.2.8. Inversión inicial	62
4.5.2.9. Rol de pagos	63
4.5.2.10. Costo de capital	63
4.5.2.11. Depreciación.....	63
4.5.2.12. Presupuesto de producción	64
4.5.3. VAN	64
4.5.4. TIR	65
4.6. Evaluación económica y financiera	65
4.6.1. Evaluación de los costos	66
4.6.2. Presupuesto Ingresos	67
4.6.3. Evaluación de indicadores.....	67
CAPÍTULO V	69
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
4.1. Conclusiones	69
4.2. Recomendaciones	69
4.3. Bibliografía	70
ANEXOS.....	72
Anexo 1. Tabla de amortización	72
Anexo 2. Encuesta	74
Anexo 3. Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 4. Abstract	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 5. Turnitin.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 6. Autorización para el Repositorio Institucional.....	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Actividad económica Hacienda San Vicente	6
Gráfico 2. Cultivo de cacao, Hacienda San Vicente.....	7
Gráfico 3. Cultivo de cacao, Hacienda San Vicente.....	8
Gráfico 4. Organigrama funcional.....	10
Gráfico 5. Ubicación.....	12
Gráfico 6. Instalaciones	12
Gráfico 7. Edad.....	33
Gráfico 8. Género	34
Gráfico 9. Tiempo en la producción de cacao	35
Gráfico 10. Conforme con los precios.....	36
Gráfico 11. Publicidad.....	37
Gráfico 12. Estrategias de promoción	38
Gráfico 13. Mejora de las instalaciones.....	39
Gráfico 14. Capacidad de producción	40
Gráfico 15. Recursos humanos	41
Gráfico 16. Aumentar la producción de cacao	42
Gráfico 17. Protección del ambiente – mejorar la producción	43
Gráfico 18. Tecnología en la producción	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades económicas	28
Tabla 2. Población Económicamente Activa.....	30
Tabla 3. Edad	30
Tabla 4. Edad.....	33
Tabla 5. Género	34
Tabla 6. Tiempo en la producción de cacao	35
Tabla 7. Conforme con los precios	36
Tabla 8. Publicidad	37
Tabla 9. Estrategias de promoción	38
Tabla 10. Mejora de las instalaciones.....	39
Tabla 11. Capacidad de producción	40
Tabla 12. Recursos humanos	41
Tabla 13. Aumentar la producción de cacao	42
Tabla 14. Protección del ambiente – mejorar la producción	43
Tabla 15. Tecnología en la producción	44
Tabla 16. Estrategia de precio	46
Tabla 17. Estrategia de producto	47
Tabla 18. Estrategia de plaza.....	50
Tabla 19. Estrategia de promoción	52
Tabla 20. Recursos Tangibles.....	54
Tabla 21. Organigrama propuesto	55
Tabla 22. Costos de la readecuación.....	58
Tabla 23. Costos de la infraestructura	59
Tabla 24. Caja.....	59
Tabla 25. Inventario de productos terminados	60
Tabla 26. Inventario materia prima	60
Tabla 27. Herramientas y suministros	60
Tabla 28. Equipo de computación	61
Tabla 29. Muebles y enseres.....	61
Tabla 30. Vehículos	62
Tabla 31. Inversión inicial	62
Tabla 32. Rol de pagos	63

Tabla 33. Costo de capital	63
Tabla 34. Tabla de depreciación	63
Tabla 35. Presupuesto de producción	64
Tabla 36. Valor Actual Neto (VAN)	64
Tabla 37. Tasa Interna de Retorno.....	65
Tabla 38. Costos de la prevención.....	66
Tabla 39. Costos de evaluación	66
Tabla 40. Costos de errores internos	66
Tabla 41. Costos de errores externos.....	67
Tabla 42. Presupuesto Ingresos	67

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del Problema

Desde la Fundación del Ecuador en 1830, muchas familias de la costa dedicaron una gran parte de sus tierras a la producción del cacao, debido a su alta demanda principalmente en los países europeos, por lo que la zona de Vinces y otros cantones de la actual provincia de Los Ríos,

En la actualidad en la Hacienda San Vicente no existe un centro de acopio que facilite la compra venta del cacao de los productores de las fincas aledañas, por lo que se ha visto como una oportunidad de negocio debido a la gran demanda que existe del cacao, ya que los productores no cuentan con un mercado que acredite su comercialización y a cambio reciban un precio justo por su producto.

La Hacienda San Vicente actualmente comercializa el cacao a comerciantes intermediarios del Cantón La Troncal, lo cual genera muy poca utilidad para los productores, debido a que se sienten perjudicados por el bajo precio que ofrecen los minoristas. La propuesta de la creación de un centro dedicado al acopio así como la compra y venta de cacao permitirá comercializar de forma directa a las empresas exportadoras de esta manera se logrará obtener mayores beneficios para la empresa y para los productores de la zona que cultivan cacao. Razón por la cual se realizará un estudio de mercado para determinar la factibilidad de un centro de acopio especializado en cacao.

El cacao es un producto que se exporta desde la época colonial, en la actualidad es el tercer producto de mayor exportación después del banano y las flores. Es así que el cacao se ha constituido como una especie primordial del sistema productivo de la Costa y Oriente, puesto que cuentan con el clima apropiado para la siembra del cacao que tiene preferencia en los mercados nacionales e internacionales.

Los propietarios de las fincas se sienten inconformes ya que existen varias dificultades en cuanto a los canales de comercialización del cacao a los grandes mayoristas, estos les ofrecen precios muy bajos esto ocasiona pérdidas económicas y poco incentivo a la hora de cultivar el cacao. Por esta razón la Hacienda San Vicente se compromete a comprar el

producto al precio justo, además de brindar capacitación de siembra, cosecha y post-cosecha esto permitirá obtener cacao de excelente calidad, el cual podrá ser comercializado con las empresas exportadoras de forma directa, esto es sin intermediarios.

1.1. Descripción del caso a investigar

El estudio de factibilidad de compra y venta de cacao estará ubicado en la Hacienda San Vicente, vía a Pancho Negro Puerto Inca, tiene como objetivo explotar la demanda de la producción de cacao, de esta zona ofreciendo un precio justo esto será de mucho beneficio para compradores y proveedores, ya que es un incentivo para el cultivo del cacao ya que generará utilidades.

Con la finalidad de conocer si el estudio es factible se realizará un estudio de mercado, donde se puede evidenciar que en la mayoría de locales que existen en este sector se dedican a las actividades de compra y venta de cacao en diferentes estados, ofrecen precios bajos, esto ocasiona pérdidas y malestar en los productores, por ello se considera que la compra y venta de cacao en la Hacienda San Vicente, vía a Pancho Negro Puerto Inca, es una oportunidad de negocio, ya que se garantizará el precio justo del producto.

1.2. Antecedentes del caso a investigar

En lo referente al tema de estudio de compra y venta de cacao en la Hacienda San Vicente vía a Pancho Negro Puerto Inca, se encontraron varios estudios similares en los que se fundamenta el marco teórico.

Paulina Daniela Garrido Delgado (2015), realiza un estudio de comercialización de cacao fino de aroma seleccionado y de alta calidad con la finalidad de comercializar con las empresas exportadoras de Esmeraldas.

Considerando que en la actualidad se ha incrementado la demanda del cacao a nivel mundial, debido al incremento de productos elaborados con chocolate, lo cual genera un alto consumo de estos productos en países de Europa y Estados Unidos

Saltos Chacón Diana Elizabeth (2016), realiza un estudio en el que analiza “la creación de un centro especializado en el acopio de cacao, en el Recinto Carlos Julio Arosemena Tola de la Provincia de Manabí, dedicado a la comercialización de cacao” (p. 12). Este estudio resalta que el cacao es un producto que a través de los años ha mostrado un gran dinamismo para las exportaciones.

El cacao ecuatoriano es muy apreciado en el mercado internacional, por la calidad que tiene el producto tiene una gran demanda por comerciantes minoristas y mayoristas los cuales comercializan el producto tanto como para consumo interno como para la exportación.

Cevallos Herrera Max Douglas, Guano Lema Luis Claudio y Vergara Jordan Mariuxi de Lourdes (2009), presentan un estudio para la comercialización de cacao fino de aroma en la Provincia De Los Ríos, El estudio destaca que la comercialización del cacao es la base de la economía familiar de muchas familias.

En este sentido, Lara Morales, y Zambrano (2018) realizan un proyecto para la comercialización de cacao seco y en baba, en este estudio se analiza la factibilidad económica para comercializar la producción de cacao de pequeños agricultores de la zona lo cual permitirá generar empleo y mejorar las condiciones de vida de las familias ya que se ha visto en una oportunidad de negocio incluso para la exportación del cacao hacia los grandes mercados internacionales, de esta manera a más de generar trabajo para las familias también se abrirán nuevas oportunidades de empleo para las familias.

Considerando que el cacao ecuatoriano es un producto muy reconocido a nivel mundial, por excelente calidad es catalogado como el mejor cacao del mundo, de allí la preferencia de este producto en el mercado internacional.

1.3. Preguntas de investigación

1.3.1. Pregunta General

¿Cuál es el método que se debe seguir para analizar la factibilidad y posterior creación de un centro especializado en el acopio de cacao, ubicado en la Hacienda San Vicente?

1.3.2. Pregunta Específica

- ¿Por qué es factible un estudio de mercado, para la creación de un Centro especializado en el acopio de cacao ubicado en la Hacienda San Vicente?
- ¿De qué manera ayuda el estudio técnico en la creación de un centro especializado en el acopio de cacao?
- ¿Existe alguna diferencia entre si realizar o no un estudio económico financiero para conocer si un negocio es rentable o no?

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo General

- Realizar un estudio de factibilidad que permita la creación de un centro especializado en el acopio de cacao en la Hacienda San Vicente.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de mercado que permita determinar la demanda del centro de compra y venta de cacao
- Realizar un análisis técnico para conocer el tamaño y localización del centro de compra y venta de cacao
- Realizar un análisis situacional que permita organizar el centro de acopio de compra y venta de cacao

1.5. Justificación de la investigación

El estudio de factibilidad del centro de acopio especializado en cacao, tiene como finalidad beneficiar a los productores mediante la compra venta de cacao de las zonas aledañas a la Hacienda San Vicente a precios justos, además de comercializar directamente con empresas exportadoras lo cual genera mayor utilidad para comerciantes y proveedores.

La realización de este proyecto tiene como finalidad comprobar y tomar decisiones acerca de si es rentable o no la creación del Centro especializado en el acopio de cacao, debido a que en este sector no existe y la necesidad de los productores de cacao de esta zona es evidente, ya que esto genera preocupación por no contar un lugar donde comercializar su cosecha de cacao.

Igualmente se desea conocer la cantidad de dinero que se requiere para poner en marcha el centro especializado en el acopio de cacao, al igual que el estudio técnico que será de mucha utilidad para determinar el tamaño del proyecto, y demás requerimientos tanto legales como jurídicos.

1.5.1. Justificación Social

El estudio de factibilidad de un centro especializado en el acopio de cacao será beneficioso para las familias que se encuentren en los sectores aledaños a la Hacienda San Vicente ya que puedan vender sus cosechas a un mejor precio, de esta manera las familias podrán satisfacer sus necesidades, ya que aumentarán sus ingresos por la venta del cacao.

1.5.2. Justificación Ambiental

El estudio de factibilidad de un centro especializado en el acopio de cacao que estará ubicado en la Hacienda San Vicente, Vía a Pancho Negro Puerto Inca, se compromete a que todos los productos utilizados en la siembra y producción de cacao generen el menor

impacto ambiental posible lo cual permitirá, conservar de una manera adecuada los niveles de contaminación ambiental de esta forma, la calidad de vida de todas las familias de las fincas aledañas a la Hacienda San Vicente, no se verá afectada por los contaminantes ambientales, por lo que para su producción se exige el uso de materiales que no resulten peligrosos para las familias del sector o para el medio ambiente, los productos orgánicos, en vista de que en los últimos años tienen una mayor preferencia en el mercado.

1.5.3. Justificación productiva

El estudio de factibilidad para la creación de un centro especializado en el acopio de cacao ubicado en la Hacienda San Vicente, Vía a Pancho Negro Puerto Inca, será de mucho beneficio para este sector puesto que servirá de incentivo para que los productores mejoren el cultivo de cacao, además constituirá fuentes de empleo y de ingresos para las familias que habitan en este sector.

1.6. Empresa

El centro de acopio especializado en el cacao, tiene como finalidad convertirse como aliados estratégicos a los productores de las zonas aledañas a la Hacienda San Vicente, del Cantón La Troncal, donde se ofrecerá a los productores los mejores precios del mercado por su producción de cacao, de esta forma se pretende cubrir la demanda de cacao para que la empresa pueda posicionarse en el mercado.

1.6.1. Actividad económica

En la actualidad la Hacienda San Vicente, se dedica al cultivo y la comercialización de cacao, razón por la cual busca expandir el negocio al contar con un centro de acopio especializado en el cacao, de esta forma le permitirá comprar toda la producción de cacao a las fincas aledañas que se encuentran en la zona.

Gráfico 1. Actividad económica Hacienda San Vicente



Fuente: Hacienda San Vicente

La comercialización se llevará a cabo en las propias instalaciones de la hacienda, la cual cuenta con amplias instalaciones para que funcione la oficina, las bodegas para almacenar el producto y su posterior comercialización.

1.6.2. Reseña Histórica

La Hacienda San Vicente, se encuentra ubicada en la Parroquia rural de Pancho Negro la cual está formada por grandes extensiones de bosques, caña de azúcar, cacao y plantas frutales.

La Hacienda es administrada por su propietario, el cual con su espíritu emprendedor mejora día a día la producción del cacao.

Gráfico 2. Cultivo de cacao, Hacienda San Vicente



Fuente: Hacienda San Vicente

En la actualidad la hacienda se encuentra rodeada de pequeños recintos que también se dedican a la agricultura, de los mismos productos que la hacienda San Vicente, pero en menor cantidad.

Gráfico 3. Cultivo de cacao, Hacienda San Vicente



Fuente: Hacienda San Vicente

1.6.3. Misión

El centro de acopio especializado en el cacao que estará ubicado en la Hacienda San Vicente, Vía a Pancho Negro Puerto Inca, estará comprometido con los productores de las zonas aledañas para comercializar cacao de altísima calidad a los precios más competitivos del mercado.

1.6.4. Visión

Lograr en los primeros cinco años que el centro de acopio especializado en cacao, alcanzará el reconocimiento por ofrecer el mejor cacao a los mejores precios del mercado, maximizando los ingresos para la empresa y los productores aledaños a la Hacienda San Vicente.

1.6.5. Valores

Los valores de un centro especializado en el cacao ubicado en la Hacienda San Vicente, Vía a Pancho Negro Puerto Inca, serán los siguientes:

Fiel compromiso

El compromiso con todo el personal, con la finalidad de tener una sola dirección y lograr los objetivos propuestos por la empresa en el plazo propuesto.

Practicar el trato respetuoso

El respeto será nuestro principal valor en el centro de acopio especializado en el cacao, generando un ambiente de confianza entre todos los colaboradores y productores de cacao.

Comunicación clara y honesta

Este valor será considerado como primordial en el centro especializado en el acopio de cacao, ya que existirá una comunicación empresarial abierta y honesta entre todos quienes conformen la empresa, de esta manera se busca disminuir los errores y las confusiones por una mala comunicación.

Lealtad

Lealtad con los productores y empresas exportadoras en ofrecer calidad en el producto y servicio.

Elaborado por: Diana Solano

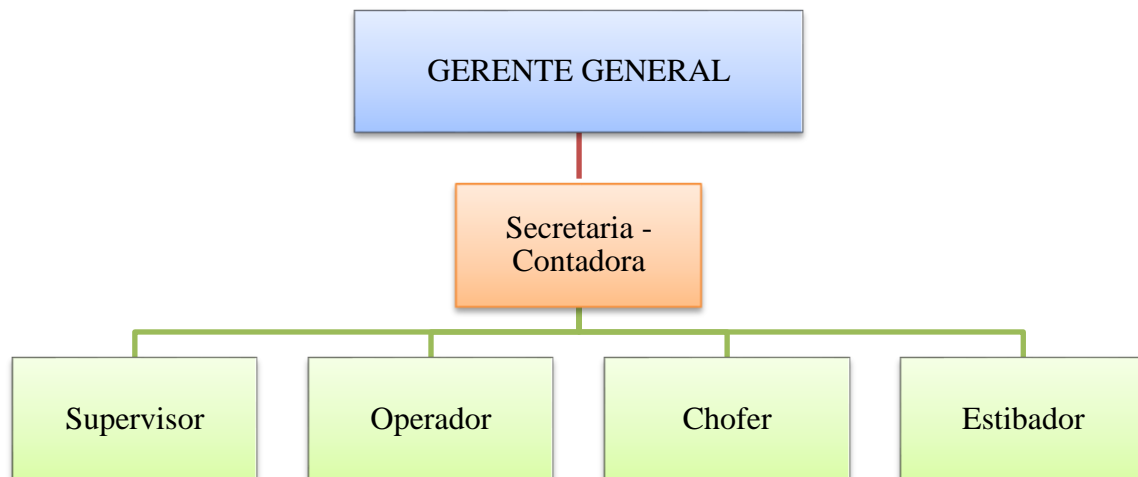
1.6.6. Objetivos de la empresa

- Lograr mayor rentabilidad para la empresa, mediante un incremento de ventas, del 10% anual durante el año 2020 – 2025.
- Comercializar el cacao a un precio del 15% por encima del punto de equilibrio.
- Incrementar un 10% anual en las compras de la producción del cacao, mediante la capacitación a los productores de la Parroquia Pancho Negro y sus recintos aledaños
- Crear canales de distribución
- Lograr que el centro de acopio especializado en cacao se posicione en el mercado con precio justo
- Realizar alianzas entre productores y proveedores
- Promocionar la compra venta de cacao en una página web

1.6.7. Estructura Orgánica

Estructura orgánica funcional

Gráfico 4. Organigrama funcional



Elaborado por: Diana Solano

Gerente General

La estructura orgánica de la empresa estará liderada por el propietario de la Hacienda San Vicente, quien ocupará el cargo de Gerente General, su función será coordinar de manera eficiente toda la operación del centro de acopio.

Funciones:

- Controlar todas las acciones y movimientos de la empresa
- Lograr la mayor eficiencia posible a fin de cumplir con los objetivos y metas
- Ofrecer los mejores precios del mercado a los productores a fin de captar más clientes
- Representar a la empresa jurídicamente
- Mantener al día los estatutos financieros
- Mantener buena comunicación y el trabajo en equipo con todos los colaboradores
- Proteger la información confidencial de la empresa.

- **La secretaria contadora:**

- Tiene como función apoyar a gerencia en la ejecución de actividades de compras y venta del cacao a empresas exportadoras También es la responsable de planificar, organizar los ingresos y gastos de la empresa.

- Otras de sus funciones son:
 - Mantener las actividades y los estados financieros de la empresa al día.
 - Controlar que todas las actividades de la empresa se desarrollen con normalidad
 - Enviar mail, cotizaciones a los clientes y proveedores

- **Supervisor:**
 - Su misión es mantener informado al gerente sobre la producción de la empresa.
 - Cumplir con todos los requerimientos de la producción de la empresa

- **Operador:**
 - Su función principal es mantener informado al Gerente de todos los procesos que se lleven a cabo en la empresa.
 - Planificar el tratamiento del producto.
 - Llevar a cabo las órdenes de producción
 - Manejo de las máquinas de forma adecuada
 - Empacar y llevar a la bodega el producto

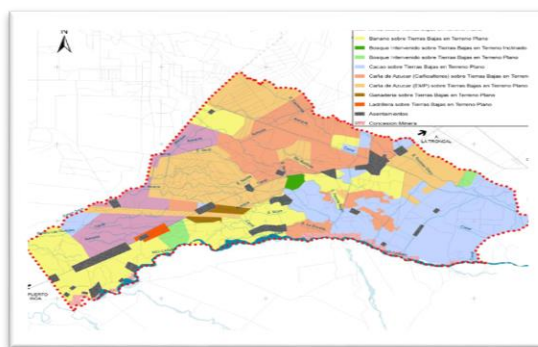
- **Obrero:**
 - Su principal actividad es dar el tratamiento adecuado al cacao, hasta que esté listo para su comercialización
 - Encargarse de todo el proceso del cacao hasta que esté listo para su comercialización.

- **Chofer:**
 - Conducir los vehículos para transportar el cacao hasta su lugar de destino

1.6.9. Ubicación

La empresa de compra y venta de cacao, estará ubicado en la Hacienda San Vicente vía a Pancho Negro – Puerto Inca del Cantón La Troncal. El propósito es comercializar el cacao de las familias que cultivan el cacao en toda la zona de Pancho Negro. La Hacienda San Vicente cuenta con todas las instalaciones necesarias para el acopio, secado y comercialización del cacao.

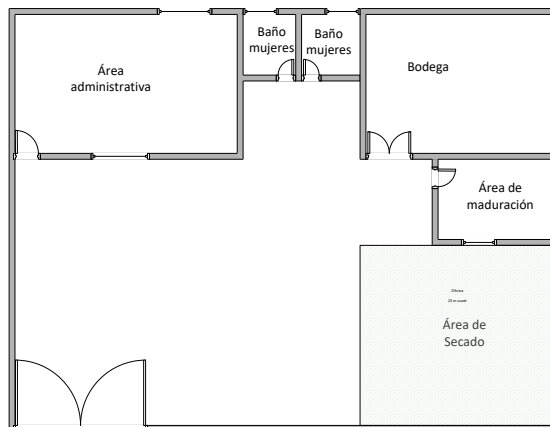
Gráfico 5. Ubicación



Fuente: Ubicación del Cantón La Troncal Lazo, (2017)

1.6.10. Instalaciones

Gráfico 6. Instalaciones



Fuente: Solano Diana, 2021

Las instalaciones del Actual centro de acopio, cuentan con un área administrativa, Bodega, área de maduración y el área de secado.

1.6.11. Aspecto Legal

La empresa de compra y venta de cacao contará con todos los requisitos legales tales como:

- **RUC (Registro Único de Contribuyentes)**

Requisitos que se debe presentar para obtener el RUC

- Documentos personales actualizados
- Planilla de servicios básicos (Dirección domiciliaria, de la actividad comercial)

- **Patente Municipal**

- Declaración Impuesto de Patentes
- Cédula de Identidad, RUC, tanto la original como la copia.

Permiso del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es muy importante para que la empresa pueda entrar en funcionamiento el valor a cancelar es el 10%, del valor recabado. El objetivo de obtener este permiso es contar con un Plan de Control y Evaluación y prevención contra incendios.

Requisitos:

- Solicitud de Cuerpo de bomberos
- Copia actual de la Patente emitida por las autoridades Municipales
- Copia de la Cédula de Identidad, de quien va a representar legalmente a la institución
- Original - copia del RUC, (Registro Único de Contribuyentes)

Permiso sanitario

Este permiso es un requisito muy importante, cualquier negocio que se dese poner en marcha, ya que autoriza el funcionamiento de cualquier tipo de establecimiento o para que puedan realizar cualquier tipo de actividades comerciales. El objetivo de este permiso es que la empresa cumpla con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de factibilidad

De acuerdo a Miragem (1985), "El estudio de factibilidad tiene como objetivo dar a conocer que un determinado proyecto el cual puede ser llevado a cabo y administrado correctamente para lograr mayor rentabilidad y posicionamiento en el mercado". De acuerdo a lo señalado el estudio de factibilidad permitirá conocer si es factible el estudio o no, ya que de los resultados dependerá si se lo lleva a cabo o no.

(Varela, 2014) "Por factibilidad se entiende a la posibilidad que tiene de lograrse un determinado proyecto. Sin embargo, para lograrlo es necesario analizar y tomar decisiones acertadas antes de iniciar el negocio" (p. 18). Es decir que el estudio de factibilidad permite analizar las condiciones más favorables para que un proyecto se pueda llevar a cabo, esto permitirá medir las posibilidades ya sea del éxito o el fracaso de un proyecto o de una inversión.

En este sentido (Blanco, 2007), señala que en "un estudio de factibilidad es de mucha utilidad puesto que permite analizar si un proyecto se puede o no llevar a cabo y si la rentabilidad del mismo es aceptable o no" (p. 33). Es decir que para conocer con mayor certeza la factibilidad del estudio es fundamental realizar algunos estudios de mercado, así como los técnicos, económicos y además los financieros, lo cual permitirá determinar y obtener información valiosa para conocer si es o no factible un estudio. De esta manera el inversionista podrá conocer la rentabilidad del proyecto, lo cual será determinante para la toma de decisiones acertadas.

De acuerdo a lo señalado el estudio de factibilidad permite analizar si un estudio es factible o no, es decir que se puede conocer el grado de incertidumbre, antes de iniciar un negocio, ya que se puede conocer tanto el mercado como las fluctuaciones de precios de los productos.

2.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado se refiere al lugar donde se encuentran tanto la oferta como la demanda lo cual permite que los involucrados realicen sus operaciones comerciales en un determinado espacio. Además, el estudio de mercado se realiza con la finalidad de poder conocer si existe o no competencia sobre un producto o servicio, en el estudio de mercado se puede identificar a la población a la cual está dirigido un servicio o producto (Planeación estratégica, 2012).

De hecho, en el estudio de mercado se encuentran compradores y vendedores que están en contacto para realizar las transacciones de compra y venta de un determinado servicio o producto. El principal objetivo del estudio de mercado es analizar e identificar la meta de un producto o servicio que se pretende colocar en el mercado, el cual debe ser especificado y detallado de acuerdo a sus características y precio. Además, se debe establecer el período aproximado en el cual el servicio o producto será demandado por los clientes (Acebedo, 2010).

El estudio de mercado es importante para planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño de la empresa, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores, así como también conocer el perfil del consumidor (Thompson, 2009)

2.2.1. Objetivos del análisis de mercado

Los principales objetivos del estudio de mercado son:

- Analizar la oferta y la demanda
- Conocer el porcentaje de la demanda insatisfecha
- Conocer el hábito y preferencia de los posibles clientes
- Utilizar estrategias de precios, plaza y promoción

2.2.2. Oferta

Según De Jesús et al, (2016):

"La oferta determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros. Se expresa gráficamente por medio de la curva de la oferta. La pendiente de la curva determina el aumento o disminuye de la oferta ante una disminución o un aumento del precio del producto" (p. 19)

Basados en la definición de oferta, se establece que una vez que aumentan los precios de los bienes, lo hacen de forma similar, esto se denomina como la ley de oferta y la demanda. Esta relación existente entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio del mercado. De forma gráfica puede ser representada como la curva de la oferta.

La oferta es directamente proporcional a la curva del precio, y estas en muchas ocasiones, son siempre crecientes, esto se conoce como la curva de la oferta. Es importante mencionar que su pendiente es creciente.

Determinantes de la oferta:

- El precio de los productos en el mercado
- La variación de los precios de los insumos
- El tamaño de la demanda
- Factores adicionales disponibles
- Número de empresas competidoras.

La oferta se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofertar en el mercado. Entre las principales variables de la oferta están:

- El precio del mercado
- El precio de los factores

- Uso de tecnología
- Expectativas y número de productores (Toledano 2011).

La oferta se puede representada de forma gráfica, con la finalidad de conocer la curva de la oferta, ya que está pendiente determina el aumento o disminución del precio del producto. Cabe indicar que estos datos se pueden representar de forma gráfica, donde se puede observar que casi siempre la curva de la oferta es creciente con una función convexa debido a la ley de los rendimientos decrecientes (De Jesús, Salcido, & Zamorano, 2016)

Sin embargo, suelen darse casos en los que la curva de la oferta no tiene una pendiente creciente debido a que factores externos que no pueden ser controlados por el ofertante como es el caso de la demanda internacional, plagas o excedente de producción.

2.2.3. Demanda

La demanda es entendida como la capacidad de compra de un bien o servicio, o los clientes pueden tener el poder adquisitivo, con los productos que necesite, por lo que se puede determinar que la demanda consiste en la cantidad de productos que el consumidor está dispuesto a comprar (Acebedo, 2010).

Tal como lo afirma De Jesús et al, (2016) quienes consideran que:

"La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)" (p. 24)

De igual manera se considera a la demanda como el resultado de un proceso mediante el cual se determinan los factores o condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio en la formulación de proyectos.

Mediante el estudio de la demanda se puede conocer las necesidades de los consumidores, las mismas que están respaldadas por el poder adquisitivo y sus necesidades (Pérez, 2015).

Entre las principales variables que determinan la demanda están:

- Los ingresos del consumidor
- La tasa de crecimiento de la población.

Las variables de la demanda pueden ser representadas de forma gráfica por medio de la curva de la demanda, ya que esta determina ya sea el aumento o disminución de la demanda ante el aumento del precio del producto. (De Jesús, Salcido, & Zamorano, 2016).

2.2.3.1. Oferta y demanda

La oferta y la demanda pueden ser descritas por medio de un conjunto de interacciones entre los consumidores y productores, lo que se conoce como la relación el precio y las ventas de los bienes. Mediante el análisis de la oferta y demanda se puede explicar con un mercado libre y además competitivo, por lo que es indispensable conocer la cantidad que los proveedores pueden surtir en un determinado tiempo, además de calcular de la manera más cercana posible, la cantidad de productos que se pueden distribuir, con los datos correctos, se puede realizar la valoración de las ventas y la cantidad de productos disponibles, se puede calcular el punto de equilibrio.

2.2.4. Conocer el porcentaje de demanda insatisfecha

Para conocer la demanda insatisfecha, es necesario conocer dos aspectos importantes que la conforman:

- **Demanda no atendida**
Esta demanda corresponde a la población que no recibe el servicio o producto, a pesar de que lo requieren, por lo que este tipo de demanda es la que más se requiere, es decir a la que el proyecto se debe enfocar.

- **Demanda atendida**

Su principal característica se debe a que los clientes ya poseen el servicio, sin embargo, existe una demanda que todavía no se encuentra satisfecha, por lo que se puede definir a la demanda insatisfecha atendida, como una combinación de la demanda atendida y no atendida (Andía, 2018)

2.2.5. Conocer los hábitos y preferencias de los clientes

Existen muchos estudios sobre el comportamiento del consumidor en distintos contextos socioculturales, en los que tiene como finalidad, de obtener una aproximación sobre los posibles patrones en el consumo de los clientes, en este punto es necesario realizar una segmentación para analizar de una forma más eficiente (Gil & Rios, 2016)

El conocer las características de los clientes, permite recopilar la información necesaria para adaptarse al mercado, anticiparse a las necesidades del mercado objetivo, y permanecer a la vanguardia en los productos ofrecidos.

2.2.6. Utilizar estrategias de precio y promoción

En la utilización de precios, se incluyen varias estrategias que permiten asegurar un constante crecimiento en la cartera de clientes, por medio de la optimización de precios, descuentos, entregas con descuento etc.

Con la aplicación de estas estrategias, se permite incrementar el volumen de ventas, además de reducir el stock que permanece retenido por diversas circunstancias.

2.3. Estudio técnico

El estudio técnico tiene como finalidad llevar a cabo los procesos de producción de un bien o servicio, que se quiere ofertar en el mercado. En el estudio técnico se analiza:

- La ubicación de la empresa
- Los flujos operativos
- Los recursos con los que debe contar la empresa para que pueda llevarse a cabo (Baca, 2012, pág. 45).

Para realizar el estudio técnico en una empresa es muy importante, determinar la capacidad económica con la que requiere la empresa para que pueda entrar en funcionamiento, ya que de esto dependerá que se cuente con mano de obra suficiente y calificada, Además e permitirá contar con la maquinaria y materias primas necesarias para lograr el óptimo desarrollo de la empresa.

2.3.1. Capacidad de la Empresa

En efecto la capacidad de la empresa, es un punto muy importante de analizar puesto que de esto depende la calidad del servicio que pueda prestar la empresa, al igual que la cantidad de producto que ofrece la empresa (Capacidad de planta, 2012).

La capacidad de producción de la empresa se puede dar por:

- Unidades ya sea por mes o por año.
- También puede ser por el volumen ya sea a diario o mensual.

2.3.2. La ubicación de la empresa

Para asegurar un constante flujo, es necesario que la empresa posea una ubicación que le permita permanecer cerca de los clientes y de los proveedores, esta debe estar distribuida para garantizar las operaciones fluidas de acuerdo a las necesidades específicas.

2.3.3. Los flujos operativos

Los flujos operativos, son todo los recursos que tienen como origen las actividades comerciales realizadas, sin embargo no se tienen en cuenta las fuentes secundarias de los ingresos las cuales son suficientes para cubrir con las necesidades para el funcionamiento de la organización. Los flujos de caja además permiten controlar los ingresos y egresos en las actividades comerciales.

Los flujos de caja, se encuentran enfocados en el todo el dinero que entra y sale de la organización organizados para permitir su fácil control mediante inventarios que permitan controlarlos de forma eficiente. El decir que el flujo de caja permite administrar los flujos netos de la organización.

2.3.4. Los recursos con los que debe contar la empresa para que pueda llevarse a cabo

Los recursos necesarios para que cualquier organización pueda funcionar de forma adecuada, son una combinación de varios elementos que permiten realizar cualquier tipo de actividades económicas, comiencen de forma segura garantizando el crecimiento económico de la organización (Recursos de una empresa, 2019)

Una planificación eficiente permite la optimización de los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades internas, además de mantener un desarrollo positivo en cualquier organización. En la que existen técnicas para mejorar la eficiencia dentro de la organización.

2.3.4.1. Recursos tangibles

Los recursos tangibles son todos aquellos recursos que pueden ser medible y justificables, los cuales se encuentran divididos en:

- **Funcionamiento para los recursos**

Su funcionamiento permite ejecutar las tareas de las transacciones de activos físicos y variables, que permitan la implementación de varios sistemas tecnológicos

- **Proceden de distintas fuentes**

Los recursos financieros son todas aquellos que se necesitan para que la producción pueda aumentar de forma significativa, por medio de prevenir que la organización pueda caer en falta de fluidez (Recursos de una empresa, 2019)

2.3.4.2. Recursos materiales

Los recursos materiales, son todos aquellos que permiten que se realiza en las operaciones, como es el caso de todo el espacio físico, maquinaria, herramientas, vehículos, es decir todos los elementos que permiten que los bienes puedan ser transformados en el producto final (Recursos de una empresa, 2019)

Dentro de las principales características de los recursos materiales se encuentran:

- **Participan en la creación de otros recursos**

Se refiere a la forma ya sea directa o indirecta que participa en el proceso de transformación de la materia prima hacia productos terminados.

- **Apoyan el curso productivo**

Son los elementos que permiten mejorar el proceso productivo, que permiten que el material pueda ser transformado.

2.3.4.3. Recursos humanos

Los recursos humanos, son todos aquellos que participan en la transformación de los productos, estos representan la mayor parte de la fuerza productiva, son todas las personas que apoyan las operaciones mediante sus tareas individuales, diseñan y fábrica los productos (Recursos de una empresa, 2019)

Además los recursos humanos, además apoyan las operaciones por medio de la interacción en las diferentes etapas del proceso productivo, administran, reparan y supervisan toda la transformación de los procesos

Las principales características de los recursos humanos son:

- Coordinan las operaciones
- No son propiedad de la empresa
- A mayor conocimiento, mayor retribución
- Ofrecen sus habilidades a cambio de una remuneración económica

2.3.4.4. Recursos intangibles

Los recursos intangibles son todos aquellos que no cuentan con un soporte físico, pero que la organización cuenta para realizar sus operaciones, en muchas ocasiones estos representan una ventaja sobre la competencia

Entre estos recursos de una empresa figuran la filosofía, los valores, la cultura, las relaciones dentro de la propia organización, entre otros (Recursos de una empresa, 2019)

2.4. Localización

La localización se refiere al lugar donde va a funcionar la empresa, por lo tanto, es importante considerar los siguientes aspectos:

- La distancia, para recibir y comercializar la materia prima.
- Las facilidades de transporte
- Vías de comunicación en perfecto estado

Todos estos aspectos serán muy importantes para que la empresa pueda tener un óptimo desarrollo. En el caso del centro de compra y venta de cacao, la Hacienda San Vicente cuenta con instalaciones suficientes para lograr un funcionamiento eficiente.

2.4.1. Factores de localización

Entre los principales factores de localización para (Acebedo, 2010) están:

- El país
- Provincia
- La ciudad
- Región
- Zona

2.5. Estudio financiero

El estudio financiero permite analizar si un estudio o proyecto es viable o no. Para conocer la viabilidad es necesario analizar si el proyecto cuenta con los recursos económicos necesarios, para la puesta en marcha del proyecto. Uno de los principales objetivos del análisis financiero es analizar la capacidad de una empresa para lograr mayor rentabilidad.

Según la página (Estudio Financiero, 2016) para realizar un análisis financiero se necesita lo siguiente:

- Estimaciones de ventas futuras
- Costos
- Inversiones a realizar
- Análisis de mercado
- Análisis de demanda
- Costos laborales
- Costos de financiamiento
- Estructura orgánica etc.

En este aspecto el estudio financiero (Estudio Financiero, 2016), señala que para realizar la evaluación financiera se requiere analizar la matemática financiera, para calcular la factibilidad del proyecto:

Para lograr este objetivo es necesario realizar:

- VAN (valor actual neto)
- TIR (tasa interna de retorno)
- B/C (relación costo beneficio).

2.6. Evaluación económica y financiera

Por medio de la evaluación económica y financiera se puede establecer valores, bienes y servicios que disponga la empresa en el mercado. El objetivo es informar a los accionistas o propietarios de una empresa sobre los recursos con los que puede contar la empresa.

El objetivo de la evaluación económica y financiera es generar la mayor rentabilidad posible para la empresa, esta además permite conocer cuál es la capacidad financiera del proyecto y la rentabilidad que genera el negocio.

En decir que la evaluación financiera se encarga de maximizar las utilidades de la empresa desde un punto de vista económico. Una vez obtenidos los resultados se puede comparar los beneficios y los costos del proyecto (Evaluación económica de proyectos de inversión, 2014).

2.6.1. Presupuesto de inversión

En el presupuesto de inversión se encuentran todos los movimientos contables y financieros de la empresa, estos movimientos se los puede realizar tanto a corto, como a largo plazo con la finalidad de conocer los resultados de la inversión es decir si estos son positivos o negativos.

El presupuesto de inversión permite:

- Que la empresa conserve su capacidad de producción
- Que mejoren el rendimiento de los activos de la empresa
- Que se expandan las operaciones, de acuerdo a la demanda

De esta manera el presupuesto de inversión se enfoca principalmente en la compra de activos fijos, lo cual permite mantener y conservar la capacidad de producción de la empresa.

2.6.2. Evaluación de los costos

La evaluación de los costos es muy importante puesto que permite analizar varios tipos de costos tales como:

- **Costos de la prevención:**

Estos costos se pueden obtener mediante la realización de actividades relacionadas con calidad deficiente de servicios.

- **Costos de evaluación:**

Este tipo de costos se refieren a la medición, evaluación o auditoría de servicios lo cual permite conocer las normas de calidad, al igual que los requisitos de comportamiento establecido, con la totalidad de los gastos, lo cual permitirá saber si las actividades fueron realizadas correctamente o no.

- **Costos de errores internos:**

Este tipo de costos permiten detectar si la prestación del servicio es la adecuada, como, por ejemplo, los costos de reclamos, costos de reelaboración, costos de inspección y re-inspección del material.

- **Costos de errores externos.**

Este tipo de costo permite conocer las necesidades del cliente

2.6.3. Presupuesto Ingresos

En lo que tiene que ver con el presupuesto de ingresos este permite conocer la cantidad de dinero que una empresa posee para su mantenimiento y crecimiento. Además, este presupuesto puede ser efectivo y se lo puede utilizar, tanto para actividades de operación,

como para inversión o financiación de la empresa. Para lograr contar con este presupuesto es necesario que los resultados del Balance General coincidan con el efectivo.

El objetivo de este tipo de presupuesto es que la empresa pueda contar con información confiable, sobre los fondos que posee.

2.6.4. Evaluación de indicadores

Para realizar la evaluación de los indicadores, es fundamental contar con información contable de la empresa, ya que esta permitirá conocer su liquidez.

- **Liquidez:**

Son los recursos económicos con los que cuenta la empresa y el tiempo estimado para recuperar esa inversión en dinero en efectivo.

- **Rentabilidad:**

La rentabilidad se refiere a las ventajas que se obtienen por la inversión realizada en un negocio o proyecto. La rentabilidad es la utilidad monetaria que recibe el propietario o los accionistas por la inversión realizada en un determinado bien o servicio.

- **Riesgo Económico:**

Se refiere a la incertidumbre producida en el rendimiento de la inversión debida a los cambios producidos en la situación económica del sector en el que opera la empresa. Es importante tomar en cuenta que en todo proyecto de inversión siempre habrá un riesgo. Sin embargo, para evitarlo se debe realizar un análisis de sensibilidad, mediante el TIR, a fin de conocer si el proyecto se puede cumplir o no.

CAPÍTULO III

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

3.1. Diagnóstico de los aspectos técnicos

3.1.1. Ubicación geográfica

El centro de acopio de cacao, está ubicado en las afueras de la parroquia de Pancho Negro, en la Hacienda San Vicente, cabe indicar que esta hacienda se dedica al cultivo y comercialización del cacao con empresas exportadoras.

3.1.2. Actividades económicas

La Parroquia de Pancho Negro, está conformada por 29 recintos que son: Abdón Calderón, Ananía, Barranco Amarillo, Cenro Patul, Caimatán, Copalillos, 40 Cuadras, 10 de Agosto, Estero Azul, El Cisne, El Alfaró, La Grecia, La Envidia, La Pista, La Normita, La Puntilla, Las Mercedes, Montecarlo, Manta Real, Montecarlo, Pogios, Quinta San Miguel, Ruidoso Chico, Ruidoso, San Felipe, San Vicente, San Luis, Voluntad de Dios, Santa Rita.

En cuanto a las actividades económicas la Parroquia Pancho Negro son muy variadas, ya que cuenta con grandes extensiones de plantaciones bananeras, que en muchas ocasiones no brinda las condiciones laborales adecuadas, sin embargo estas actividades brindan un apoyo a las familias del sector, también cuenta con una importante producción de ganado.

Tabla 1. Actividades económicas

Actividades	Porcentaje
Agricultura	25,72%
Comercio	19,46%
Otras	57,82%

Fuente: INEC (2011)

3.1.3.3. Producción de cacao

La Parroquia Pancho Negro, cuenta con un total de 93,7% de producción de cacao, la cual asciende hasta las 500 toneladas por año, es decir que la producción por hectárea alcanza un rendimiento de 1,37 Tm/ha, esta cantidad se encuentra por encima de los obtenidos en otros lugares del país, incluso superando el rendimiento de la Provincia del Guayas.

3.1.3. Oferta sustantiva o competencia

En la Parroquia Pancho Negro existen tres grandes procesadoras de cacao, que abarcan cerca del 65% de la producción total, del sector, los pequeños productores de cacao se encuentran formados en asociaciones lo cual les permite capacitarse para obtener mejores resultados tanto en la siembra como en la producción de este producto. Las asociaciones que se encuentran en esta parroquia son:

- Narcisa de Jesús,
- Ruidoso
- 13 de junio.
- Barranco Amarillo,
- San Vicente,
- Santa Rita-40 Cuadras.
- 10 de agosto

3.1.4. Análisis de la demanda

La Parroquia Pancho Negro se caracteriza por contar con una superficie de siembra de 48,38% de las 2970,21 hectáreas totales de la zona. El rendimiento promedio máximo que alcanza los 40-50 quintales por hectárea al año en cultivos con cuidado intensivo, que caracteriza los recintos La Envidia y 40 Cuadras, el precio de cacao actual es de \$108 con un promedio al año de \$100- \$102, dólares por quintal.

3.1.5. Población

De acuerdo a los Datos del último Censo Nacional de Población y vivienda, la población de la Parroquia de Pancho Negro, se encuentra caracterizada de la siguiente manera:

Tabla 2. Población Económicamente Activa

Población económicamente Activa	
Hombres	78.2%
Mujeres	21.8%

Fuente: Solano Diana, 2021

Fuente: INEC (2011)

Tabla 3. Edad

	Hombres	Mujeres
10 – 19 años	8.9%	10.1%
20 – 24 años	11.8%	14.9%
25 – 29 años	12.2%	15.2%
30 – 34 años	9.9%	13.0%
35 – 39 años	7.7%	10.3%
40 – 44 años	6.6%	8.9%
45 – 49 años	5.6%	7.6%
50 – 54 años	4.9%	6.1%
55 – 59 años	3.6%	4.5%
60 – 64 años	2.8%	3.3%
65 años y mas	4.2%	4.7%

Fuente: Solano Diana, 2021

Fuente: INEC (2011)

De esta población en estudio se encuentra determinada por los productores de cacao, en el año 2020, por lo que para Cáceres (2018) los productores fueron de 1648 productores de cacao, para lo cual es necesario utilizar la fórmula, con un una precisión del 95% y un margen de error del 5%

3.1.6. Muestra

Para el estudio sobre la creación de un centro de producción de cacao, se utilizó una fórmula con una precisión del 95% y con un margen de error de +/-5%, la cual permitirá obtener una gran precisión en los datos.

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

En donde N: es la población 1648

σ : con un valor de 0,5

Z: con un valor de 1,96

E: con un valor de 0,09

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

$$n = \frac{1648 (0,5)^2 (1,96)^2}{(1648 - 1)0,09^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = 110$$

La muestra se encuentra establecida por 110 agricultores de la parroquia de Pancho Negro, los cuales serán contactados para conocer su opinión sobre diversos aspectos importantes para el estudio.

3.1.6.1. Tipo de muestreo

El tipo de un estudio no probabilístico, además en muestreo es aleatorio estratificado, por lo que no es un estudio aleatorio debido a que se encuentra dirigido hacia los productores de cacao, para realizar la encuesta se realizó una estratificación en la búsqueda de los sujetos.

- **Muestreo intencional**

Para la obtención de los resultados se estableció que las muestras se consideren representativas cualitativamente, debido a los sujetos de estudio se reunieron con el objetivo de vender su producción de cacao, y accedieron a participar en el estudio.

3.2. Encuesta

Para la realización del estudio de factibilidad que permita la creación de un centro de acopio de compra y venta de cacao en la Hacienda San Vicente de la Parroquia Pancho Negro, se requiere hacer uso la encuesta, la cual permitirá determinar algunos aspectos importantes para la investigación, ya que permite el cumplimiento de los objetivos planteados como:

3.2.1. Resultados de la encuesta

1. ¿Cuál es su rango de edad?

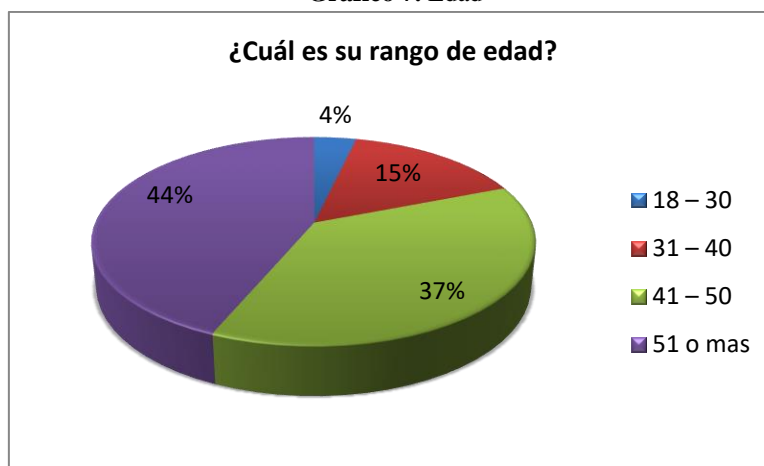
Tabla 4. Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 – 30	4	3,64%
31 – 40	17	15,45%
41 – 50	41	37,27%
51 o mas	48	43,64%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 7. Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que 48 encuestados que corresponden al 43,64% corresponden al rango de edad de 51 o más años, mientras 41 encuestados que corresponden al 37,27% corresponden al rango de edad de 41 a 50 años, mientras 17 encuestados que corresponden al 15,45% corresponden al rango de edad de 31 – 40 años, y únicamente 4 encuestados que corresponden al 3,64%, corresponden al rango de 18 a 30 años.

Interpretación: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que la mayoría de quienes ofertan el cacao tiene más de 41 años, por lo que es indispensable enfocarse en este rango de edad.

2. Género

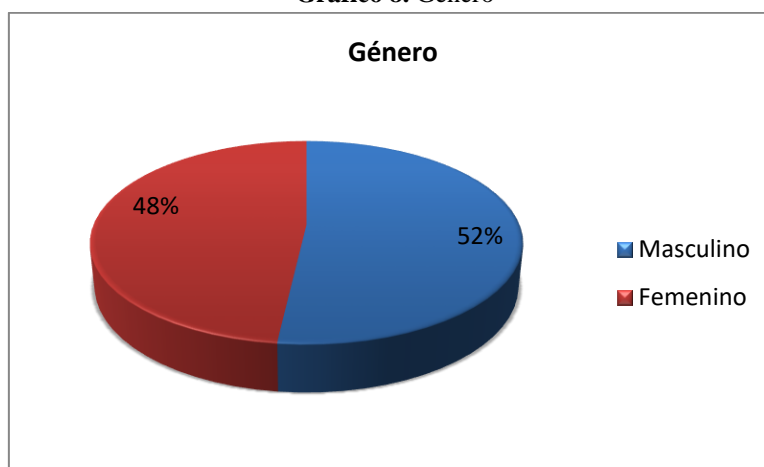
Tabla 5. Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	57	51,82%
Femenino	53	48,18%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 8. Género



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede concluir que 57 participantes que corresponden al 51,82% son hombres, mientras 53 que corresponden al 48,18% son mujeres.

Interpretación: De los resultados de la encuesta, se puede concluir que no existe una diferencia significativa entre las respuestas, por lo que no hay necesidad de segmentar el mercado según el género.

3. ¿Hace cuantos años se dedica a la producción de cacao?

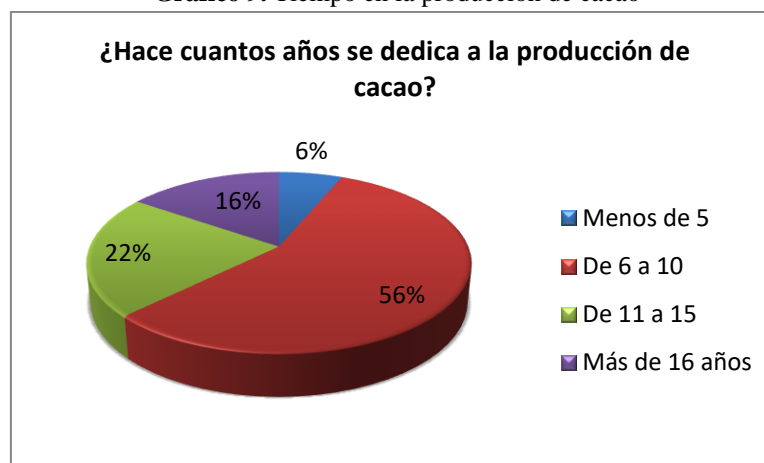
Tabla 6. Tiempo en la producción de cacao

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5	7	6,36%
De 6 a 10	62	56,36%
De 11 a 15	24	21,82%
Más de 16 años	17	15,45%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 9. Tiempo en la producción de cacao



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que 62 participantes que corresponden al 56,36%, se dedican a la producción de cacao por un periodo de 6 a 10 años, mientras 24 encuestados que corresponden al 21,82%, afirman que llevan de 11 a 15 años, 17 encuestados que corresponden al 15,45% respondieron que llevan más de 16 años enfocados en la producción de cacao, y únicamente 7 encuestados que corresponden al 6,366%, afirma que lleva menos de 5 años en la producción de cacao.

Interpretación: Según los resultados de la encuesta, al grupo al que se debe enfocar el estudio se encuentra en la producción de cacao entre 6 y 10 años.

4. ¿Se encuentra conforme con los precios a los que vende su producción?

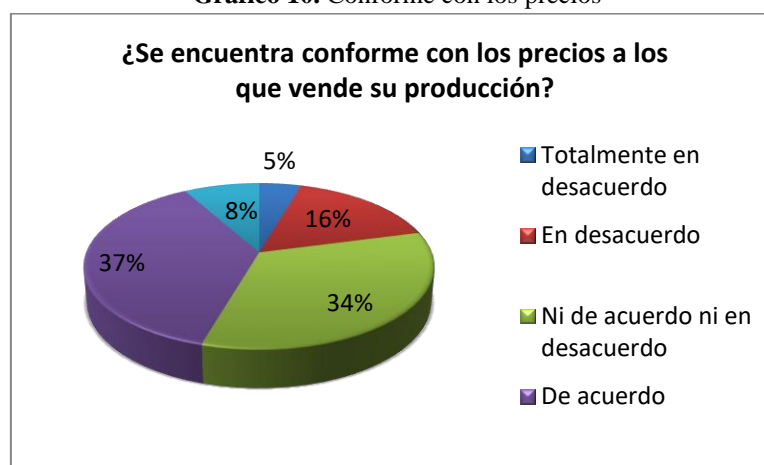
Tabla 7. Conforme con los precios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	4,55%
En desacuerdo	18	16,36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	33,64%
De acuerdo	41	37,27%
Totalmente de acuerdo	9	8,18%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 10. Conforme con los precios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Los resultados de la encuesta evidencian que 41 encuestados que corresponden al 37,27% se encuentran de acuerdo con los precios del cacao, mientras que 37 encuestados que corresponden al 33,64%, afirman que no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 18 encuestados que corresponden al 16,36% se encuentran en desacuerdo, y además 5 encuestados que corresponden al 4,55%, afirman que se encuentran en desacuerdo, por otro lado 9 encuestados que corresponden al 8,18% manifiestan que se encuentran de acuerdo con los precios.

Interpretación: De los resultados se puede evidenciar que el total de encuestados que se encuentran conformes con los precios suman 50, mientras que los que no se encuentran de acuerdo suman 23, lo que evidencia que sí existe una conformidad con los precios.

5. Cual considera que debe ser la publicidad del Centro de Acopio

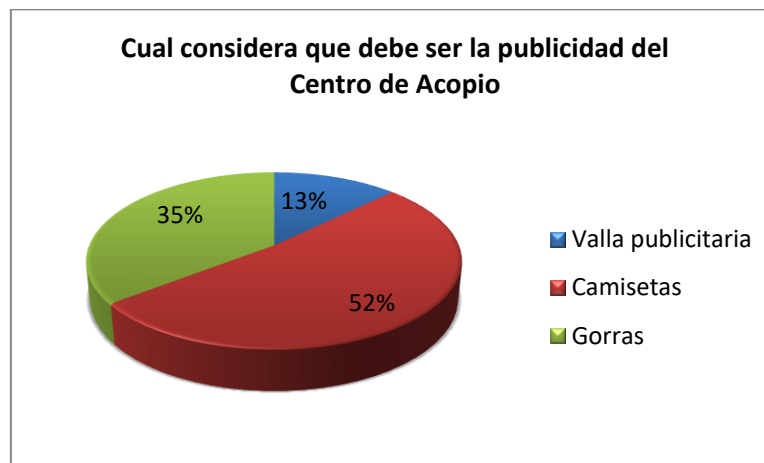
Tabla 8. Publicidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Valla publicitaria	14	12,73%
Camisetas	57	51,82%
Gorras	39	35,45%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 11. Publicidad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Se puede concluir que los resultados de la encuesta arrojan, que 57 participantes que corresponden al 51,82%, afirman que el medio de publicidad de su preferencia son las camisetas, mientras 39 encuestados que corresponden al 35,45% consideran que su medio preferido son las gorras, y 14 participantes en el estudio que corresponden al 12,73% consideran que las vallas publicitarias son el mejor método para realizar publicidad.

Interpretación: De los resultados se puede afirmar que para la publicidad es necesario que la publicidad se enfoque en artículos que se pueden distribuir entre los clientes, mientras que las vallas publicitarias no tienen una acogida tan importante entre quienes respondieron la encuesta.

6. ¿Cuál considera que es la ventana más importante para un centro de acopio?

Tabla 9. Estrategias de promoción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio Justo	59	53,64%
Peso Justo	44	40,00%
Calidad	7	6,36%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 12. Estrategias de promoción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede concluir que 59 encuestados que corresponden al 53,64% consideran que el precio justo es lo más relevante, mientras 44 encuestados que corresponden al 40,00% consideran que la característica más importante es el peso, y únicamente 7 encuestados que corresponden al 6,36% consideran que lo más importante es la calidad.

Interpretación: Los resultados evidencian que sin duda los aspectos que más les importan a los encuestados son el precio y el peso mientras la calidad no es muy relevante para los participantes.

7. ¿Considera necesario mejorar las instalaciones del centro de acopio?

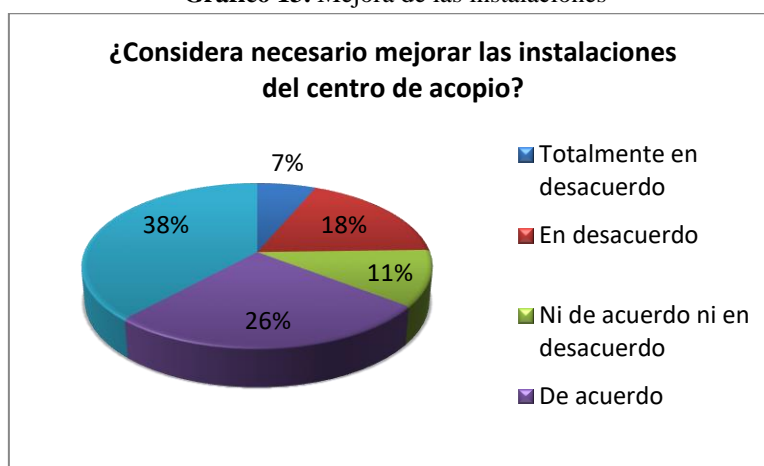
Tabla 10. Mejora de las instalaciones

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	6,36%
En desacuerdo	20	18,18%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	10,91%
De acuerdo	29	26,36%
Totalmente de acuerdo	42	38,18%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 13. Mejora de las instalaciones



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que 42 encuestados que corresponden al 38,18% afirman que se encuentran totalmente de acuerdo, mientras 29 encuestados que corresponden al 26,36% se encuentran de acuerdo, 12 encuestados que corresponden al 10,91% no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la renovación de las instalaciones, mientras 20 encuestados que corresponden al 18,18% se encuentran en desacuerdo, y únicamente 7 encuestados que corresponden al 6,36% se encuentran totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Los resultados muestran que los encuestados se encuentran de acuerdo con la renovación de las instalaciones.

8. ¿Considera necesario aumentar la capacidad de producción de este Centro de acopio?

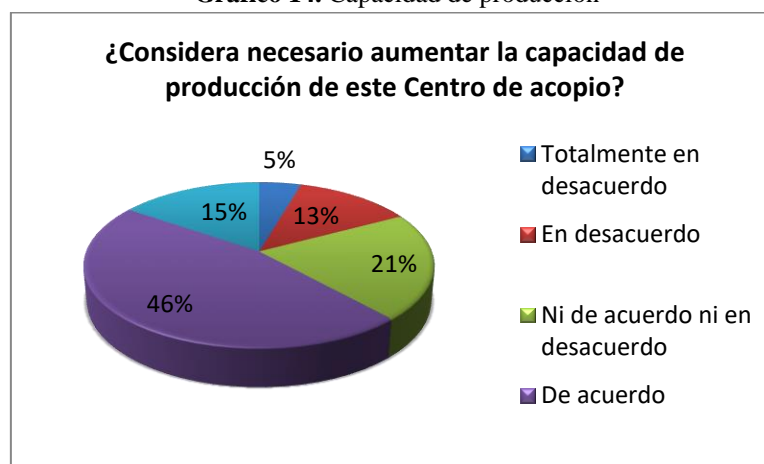
Tabla 11. Capacidad de producción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	4,55%
En desacuerdo	14	12,73%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	20,91%
De acuerdo	51	46,36%
Totalmente de acuerdo	17	15,45%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 14. Capacidad de producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta se puede evidenciar que 17 participantes que corresponden al 15,45% se encuentran totalmente de acuerdo con aumentar la capacidad del producción del centro de acopio, mientras 51 encuestados que corresponden al 46,36% consideran que se encuentran de acuerdo, mientras 23 encuestados que corresponden al 20,91%, 14 participantes en la encuesta, que corresponden al 12,73% afirman que se encuentran en desacuerdo con aumentar la capacidad y 5 encuestados que corresponden al 4,55% se encuentran totalmente en desacuerdo.

Interpretación: De los resultados de la encuesta se puede concluir que la mayoría de los participantes en el estudio, manifiestan la necesidad por aumentar la capacidad de la empresa.

9. Considera necesaria el mejoramiento de los recursos humanos en el centro de acopio.

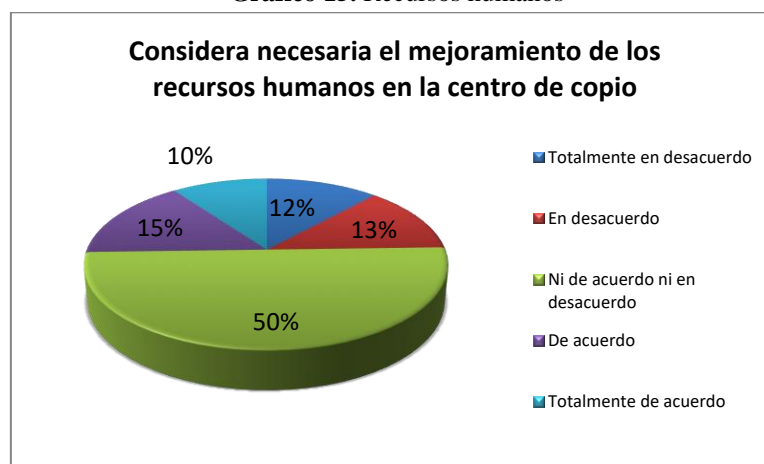
Tabla 12. Recursos humanos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	11,82%
En desacuerdo	14	12,73%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	50,00%
De acuerdo	17	15,45%
Totalmente de acuerdo	11	10,00%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 15. Recursos humanos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que 13 encuestados que corresponden al 11,82% afirman que se encuentran totalmente en desacuerdo con la posibilidad de mejorar los recursos humanos, mientras 14 encuestados que corresponden al 12,73%, se encuentran de acuerdo, mientras 55 encuestados que corresponden al 50%, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, 17 participantes que corresponden al 15,45% se encuentran de acuerdo, y 11 participantes en el estudio que corresponden al 10,00% se encuentran totalmente de acuerdo con mejorar los recursos humanos.

Interpretación: De los resultados se puede evidenciar que la mayoría de la población encuestada considera necesario la innovación en materia de recursos humanos.

10. ¿Considera que es necesario aumentar la producción de cacao para mejorar las condiciones de vida de la población de Pancho Negro?

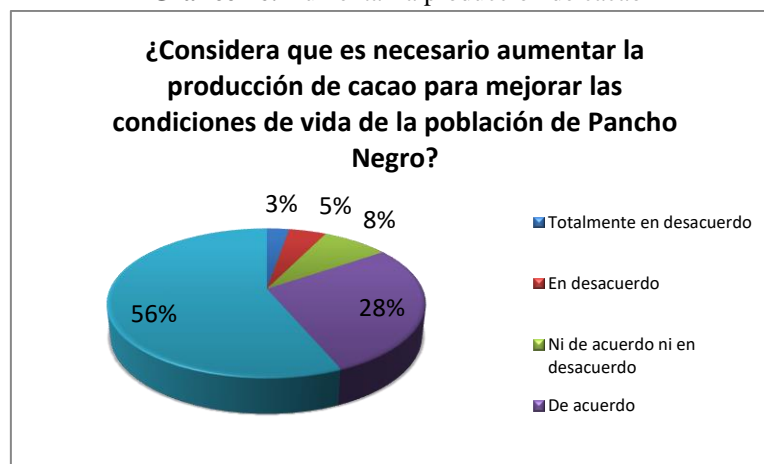
Tabla 13. Aumentar la producción de cacao

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	2,73%
En desacuerdo	5	4,55%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	8,18%
De acuerdo	31	28,18%
Totalmente de acuerdo	62	56,36%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 16. Aumentar la producción de cacao



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta se puede evidenciar que 3 personas que representan el 2,73% afirman que se encuentran totalmente en desacuerdo con la necesidad de aumentar la producción de cacao, 5 encuestados que corresponden al 4,55% afirman que se encuentran de acuerdo, mientras 9 encuestados que corresponden al 8,18% no se encuentran ni de acuerdo un en desacuerdo, 31 encuestados que corresponden al 28,18% afirman que se encuentran de acuerdo, mientras que 62 encuestados que corresponden al 56,36% se encuentra totalmente de acuerdo con aumentar la producción de cacao.

Interpretación: Se puede observar que la mayoría de los participantes en el estudio se encuentran de acuerdo con aumentar la producción de cacao.

11. ¿Considera necesario la protección del ambiente para mejorar la producción de cacao?

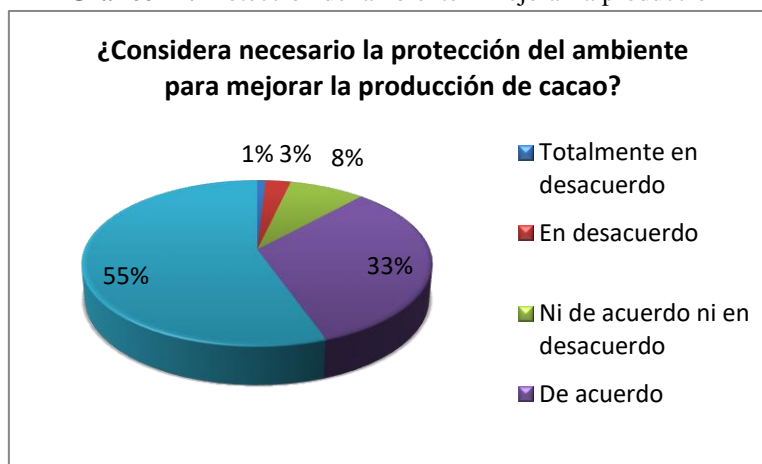
Tabla 14. Protección del ambiente – mejorar la producción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0,91%
En desacuerdo	3	2,73%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	8,18%
De acuerdo	36	32,73%
Totalmente de acuerdo	61	55,45%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 17. Protección del ambiente – mejorar la producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que 1 encuestado que corresponde al 0,91% se encuentran totalmente en desacuerdo, mientras 3 encuestados que corresponden al 2,73% se encuentran de acuerdo, y 9 encuestados que corresponden al 8,18% no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras 36 encuestados que corresponden al 32,73% se encuentran de acuerdo con considera la protección del ambiente y 61 participantes en el estudio que corresponden al 55,45% se encuentran totalmente de acuerdo con la protección del medio ambiente.

Interpretación: De los resultados se puede concluir que entre la población existe una gran preocupación por la protección al medio ambiente.

12. ¿Considera que es necesaria la implementación de tecnología en la producción de cacao?

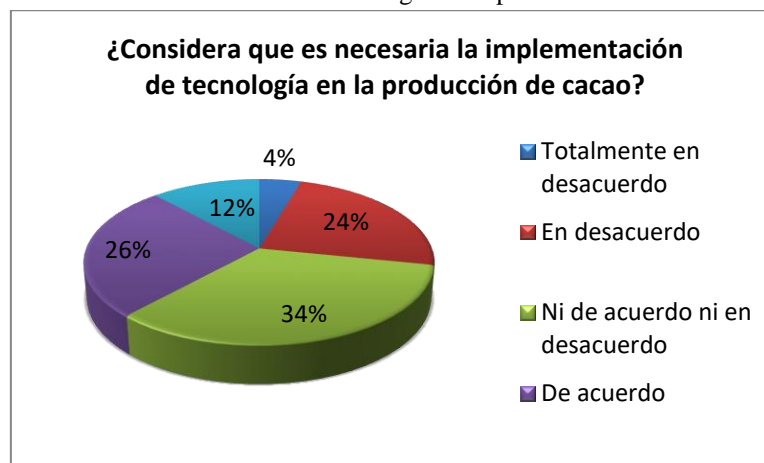
Tabla 15. Tecnología en la producción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	4,55%
En desacuerdo	26	23,64%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	33,64%
De acuerdo	29	26,36%
Totalmente de acuerdo	13	11,82%
Total	110	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Gráfico 18. Tecnología en la producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: De los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que 5 encuestados que corresponden al 4,55% se encuentran en total desacuerdo con la idea de implementar tecnología en la producción de cacao, mientras 26 encuestados que corresponden al 23,64% se encuentran en desacuerdo, mientras 37 participantes que corresponden al 33,64% no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, 29 encuestados que representan al 26,36%, respondieron que se encuentran de acuerdo con la implementación de tecnología, y 13 encuestados que corresponden al 11,82%, se encuentran totalmente de acuerdo con la idea de la tecnología en la producción

Interpretación: De los resultados se puede concluir que muchos de los encuestados, no se encuentran del todo conformes con la implementación de tecnología, prefieren el método tradicional en el proceso de cultivo de cacao.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Estudio de mercado

Con el objetivo de garantizar, un aumento en la producción de la venta del cacao, se propone mediante este estudio de mercado la implementación de algunas herramientas que permitan atender de forma eficiente las necesidades de la producción, almacenamiento y venta del producto terminado.

Mediante esta implementación se busca analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio.

4.1.1. Objetivos del análisis de mercado

Los principales objetivos del estudio de mercado son:

- **Analizar la oferta y la demanda**

En la actualidad en la Hacienda San Vicente no existe un centro de acopio que facilite la compra venta del cacao de los productores de las fincas aledañas.

Oferta: según las Autoridades de Pancho Negro (2020), el sector existe una cantidad aproximada de 100 toneladas de cacao en baba, que no puede ser procesado debido a la ausencia de centros de acopio

Demanda: en este sector existe una gran variedad de clientes, que buscan productos de calidad, sin embargo de acuerdo a la encuesta los productores de cacao no conocen lugares en donde pueden vender sus productos, por ello existe la necesidad de establecer un centro de acopio con mayor capacidad de producción.

4.1.2. Estrategias que se implementaran en el Centro de acopio

4.2. Estrategias

Con el objetivo de incrementar la producción de cacao, se ejecutará el siguiente plan de acción, el cual es una guía para implementar dentro de la venta de cacao.

4.2.1. Matriz del plan de acción

A continuación, se describen las estrategias que se utilizarán para incrementar la producción del cacao en el Centro de Acopio de cacao de la Hacienda San Vicente

4.2.1.1. Estrategias de precio

Tabla 16. Estrategia de precio

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TAREA	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUP.
Proporcionar una base teórica técnicamente elaborada que permitan lograr la satisfacción de los clientes y en consecuencia mayor rentabilidad para la empresa. Medir el impacto	Buscar aliados estratégicos con la finalidad de lograr descuentos especiales en la materia prima y en consecuencia bajar los costos	Implementar una base de datos de proveedores	Gerente general	3 días	0
		Tomar contacto con cada uno	Gerente general	3 días	0
		Mantener reuniones de trabajo	Gerente general	5 días	40
		Lograr acuerdo comercial	Gerente general	7 días	100
		Suscribir el acuerdo			

	Realizar el nuevo pedido con los precios especiales	Gerente general	2 días	0
	Diseñar herramientas para mejorar la atención al cliente.	Gerente general	15 días	0
	Determinar los costos de producción y el precio de venta al público	Gerente general	2 días	0
TOTAL IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA			37 días	\$ 140

Elaborado por: Diana Solano

4.2.1.2. Estrategia de producto

Tabla 17. Estrategia de producto

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TAREA	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Proporcionar una base teórica técnicamente elaborada que permitan lograr la satisfacción	Mejorar las estrategias de comunicación dentro de la organización, con la finalidad de dar a conocer, las	Diseñar estrategias de comunicación con los clientes	Gerente general	2 días	0
		Asistir a las ferias de cacao	Gerente general	2 días	150

de los clientes y en consecuencia a mayor rentabilidad para la empresa.	ventajas del producto.	organizadas por el ministerio de la Producción.			
Medir el impacto.		Diseñar estrategias para asistir a las ferias nacionales	Gerente general	1 día	0
		Analizar las mejores estrategias de promoción en las ferias organizadas	Gerente general	2 días	0
		Mantener reunión de trabajo con los delegados a las ferias	Gerente general	2 días	20
		Seleccionar las mejores estrategias a llevar las ferias de Cacao	Gerente general	2 días	20
		Establecer canales de comunicación con los clientes	Gerente general	1 día	0

Determinar las herramientas necesarias para mejorarla comunicaci3n con los clientes	Gerente general	1 d3a	0
Iniciar el proceso de capacitaci3n contante a los productores de cacao	Gerente general	3 d3as	20
Implementar las estrategias de comunicaci3n con los clientes	Gerente general	1 d3a	0
Evaluaci3n de las estrategias de comunicaci3n	Gerente general	5 d3as	0
TOTAL, IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA		21	\$ 110

Elaborado por: Diana Solano

4.2.1.3. Estrategia de plaza

Tabla 18. Estrategia de plaza

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TAREA	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUP.
Proporcionar una base teórica técnicamente elaborada que permitan lograr la satisfacción de los clientes y en consecuencia mayor rentabilidad para la empresa. Medir el impacto	Fortalecer la fuerza de ventas con la finalidad de comercializar los productos al por mayor de manera que la rotación de los mismos tenga un efecto positivo en el mercado de la ciudad	Programas de recolección de la producción de los productores de cacao	Gerente general	2 días	0
		Elaborar estrategias para atraer a los clientes	Gerente general	3 días	100
		Elaborar el plan para dar a conocer los servicios	Gerente general	3 días	0
		Analizar la competencia en el sector	Gerente general	3 días	0
		Elaborar un plan para atraer a nuevos clientes	Gerente general	2 días	0
		Incrementar la cadena de valor del cacao	Gerente general	2 días	80

Implementar estrategias para atraer a los clientes	Gerente general	5 días	350
Estrategias de mejora continua	Gerente general	5 días	40
TOTAL, IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA		25	\$ 570

Elaborado por: Diana Solano

4.2.1.4. Estrategias de promoción

Tabla 19. Estrategia de promoción

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TAREA	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Proporcionar una base teórica técnicamente elaborada que permitan lograr la satisfacción de los clientes y en consecuencia a mayor rentabilidad para la empresa. Medir el impacto	Acompañar a la fuerza de ventas con la publicación del catálogo en las redes sociales de manera que la ciudadanía en general conozca de nuestros productos y estos a su vez sean entregados a domicilio sin costo adicional en Quito urbano.	Elaborar un sistema de comunicación por medio de plataformas como WhatsApp y Facebook.	Gerente general	2 días	0
		Asignar a una persona para el manejo de plataformas	Gerente general	1 día	40
		Buscar propuestas de publicidad móvil y fija.	Gerente general	1 día	0
		Análisis de presupuestos de publicidad	Gerente general	3 días	0
		Determinar las herramientas de promoción adecuadas	Gerente general	2 días	150
		Elaborar las estrategias de	Gerente general	3 días	100

	promoción de los productos			
	Elaborar folletos informativos para los clientes	Gerente general	3 días	150
	Entrega de artículos publicitarios	Gerente general	1 día	200
	Evaluar el rendimiento de la aplicación de plataformas digitales	Gerente general	5 días	0
TOTAL IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA			21días	\$ 640

Elaborado por: Diana Solano

4.3. Estudio técnico

La empresa debe comenzar identificando cuáles son sus recursos y capacidades, con la finalidad de poder conocer profundamente en qué elementos esenciales puede fundamentar su estrategia. Parece esta una cuestión trivial y casi vacía de contenido, pero imaginemos que entre nuestras capacidades está una extraordinaria flexibilidad para adaptarnos al mercado.

4.3.1. Capacidad de la Empresa

La capacidad de la empresa se refiere a todos aquellos recursos que son necesarios para el funcionamiento, como premisa fundamental para permitir un adecuado

aprovechamiento de los recursos disponibles, y mejorar de esta forma la eficiencia en el uso de los recursos.

Dentro de las capacidades de cualquier organización, se encuentra el maximizar la rentabilidad y el aprovechamiento de los recursos eficientes, usando todos los recursos disponibles para facilitar las operaciones dentro de la organización

4.3.2. La ubicación de la empresa

La Hacienda San Vicente, se encuentra ubicada en la Parroquia rural de Pancho Negro la cual está formada por grandes extensiones de bosques, banano, caña de azúcar, cacao, arroz y plantas frutales.

4.3.3. Recursos

4.3.3.1. Recursos tangibles

Los recursos tangibles requeridos para el inicio de las operaciones en el centro de compra y venta de cacao son

Tabla 20. Recursos Tangibles

Activo diferido	Valor
Gastos de organización	700,00
Patentes y licencias	300,00
Gastos de puesta en marcha	300,00
Capacitación previa	300,00
Costos del estudio del proyecto	300,00
TOTAL DE GASTOS CONSTITUCIÓN	1.900,00

Fuente: Solano Diana, 2021

4.2.3.2. Recursos materiales

Los recursos materiales que se necesitan para iniciar las operaciones se pueden clasificar de la siguiente forma:

- **Edificios e instalaciones**

Espacio para la descarga del producto

Edificio preparado para la fermentación de los granos de cacao

Espacio en donde se realiza el secado del producto

Instalaciones para el almacenamiento y posterior distribución

Todos deben contar con instalaciones eléctricas, agua y sobre todo con servicios de comunicaciones.

- **Máquinas y equipos**

Bandejas para la maduración del producto

Materiales de pesaje

Sistemas de revisión de humedad

- **Materias primas**

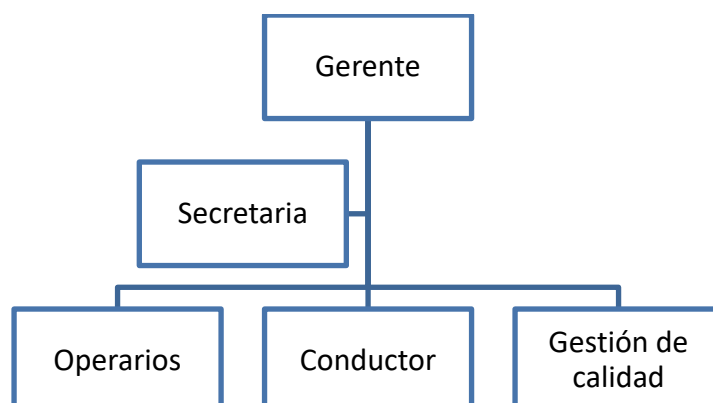
Herramientas para transportar la fruta

Materiales de almacenamiento

4.2.3.3. Recursos humanos

Para un funcionamiento adecuado, se requiere de:

Tabla 21. Organigrama propuesto



Fuente: Solano Diana, 2021

Además la propuesta incluye, sumar a dos operarios adicionales que permitirán el mejor desempeño de las operaciones, así como mejorar la eficiencia en las operaciones.

4.2.3.4. Recursos intangibles

Entre los activos intangibles, se encuentra una plataforma, que permita la interacción entre los proveedores y clientes, para una comunicación fluida

4.4. Localización

4.4.1. Factores de localización

- País: Ecuador
- Provincia: Cañar
- La ciudad: La Troncal
- Región: Costa
- Zona: Rural

4.5. Estudio financiero

En este Estado se detallan los ingresos y egresos en un tiempo estimado y cuál será la utilidad que se obtendrán en el desarrollo de las actividades desempeñadas en el proyecto, tanto de los años anteriores como de los ingresos esperados, como base a las ventas que actualmente ya posee la Hacienda.

Es necesario recalcar que el proyecto sería en base a una repotenciación, para garantizar el aumento de la producción de cacao, por lo que la infraestructura existente debe ser actualizada para ofrecer mayor competitividad den el sector.

4.5.1. Necesidades financieras

Entre las mejoras necesarias en la infraestructura se encuentran como lo evidenció la encuesta el ofrecer servicio de transporte para lograr que los productores pequeños de cacao puedan ofrecer los productos

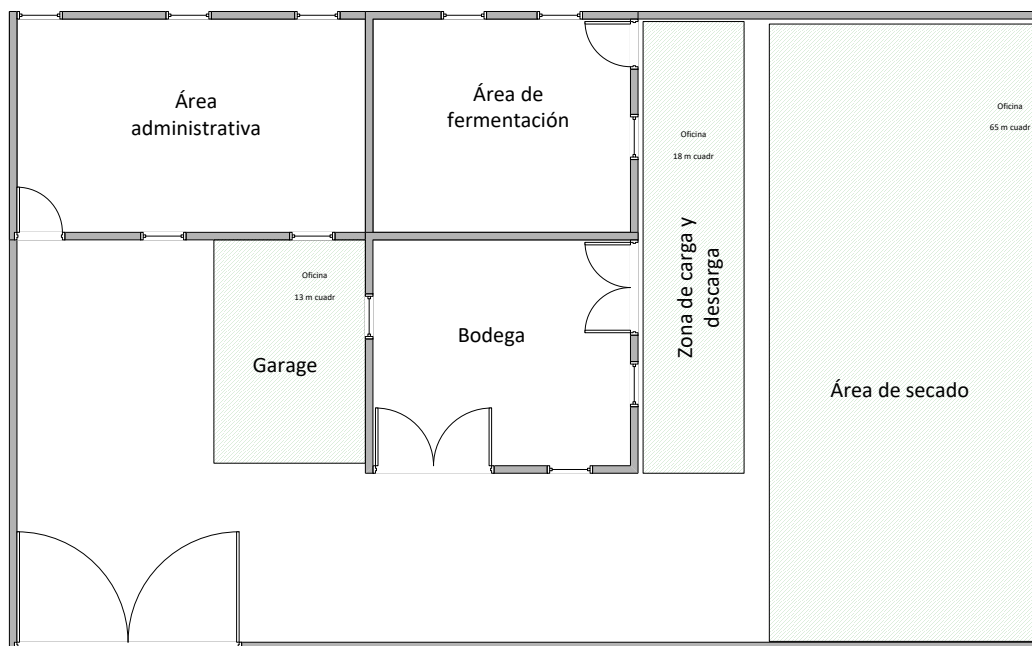
También se ha visto la necesidad de ampliar las instalaciones, además de ampliar la infraestructura en donde se lleva a cabo la fermentación de la fruta.

Otro punto necesario son las mejoras en la maquinaria, lo que facilitará en gran medida las operaciones.

Se ha llegado a la conclusión de que para mejorar las operaciones es necesario las siguientes mejoras:

- Ampliación y remodelación del área de bodega.
- Implementación de zonas exclusivas para la maduración de diferentes tipos de cacao
- Adecuación para áreas pasos peatonales
- Adecuación de áreas más eficientes para carga y descarga de productos
- Compra de vehículos para el transporte de productos
- Compra de un montacargas para facilitar las operaciones

Para ello, se busca mejorar las instalaciones de la siguiente manera:



Elaborado por: Solano Diana

4.5.2. Costos de la adecuación de las áreas productivas

Los costos totales para una readecuación de las instalaciones ascienden a 82,645.00 distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 22. Costos de la readecuación

Área	Valor planificado
Infraestructura	31,500.00
Vehículos	35,000.00
Muebles y enseres	2,110.00
Equipos de computación	3,595.00
Inventario de materiales	4,940.00
Total	82,645.00

Elaborado por: Solano Diana

Para ofrecer un mejor servicio a los clientes, es necesaria la siguiente infraestructura, en la que ya se incluyen los materiales, mano de obra y acabados. En lo que se refiere a la infraestructura necesaria, los costos se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 23. Costos de la infraestructura

Área	Valor planificado
Área administrativa	8,500.00
Área de fermentación	5,000.00
Bodega	4,500.00
Cerramiento	10,000.00
Material eléctrico	1,500.00
Portón	2,000.00
Total	31,500.00

Elaborado por: Solano Diana

De esta forma se calcula que los costos de la readecuación de las instalaciones serían de 31 500,00 dólares, y un tiempo estimado de 6 meses para su construcción, debido a que en la actualidad este terreno no se encuentra en uso y ya es parte de la propiedad.

La empresa en la actualidad, ya tiene presupuestado estas adecuaciones desde hace algunos años, por lo que existe una cantidad de 22,645.00 en las cuentas, por lo que para su implementación serían necesarios 60,000.00 los cuales serán solicitados como crédito a 36 meses de plazo, el cual será solicitado como un crédito para la industria al Banco Pichincha, con una cuota de 2,127.44, la tabla de amortización se encuentra en el Anexo 1.

Con estas cuotas no afectarán en gran manera a la liquidez, por lo que serán de mucho beneficio

4.5.2.1. Valor planificado de caja al año

Tabla 24. Caja

CAJA	
Conceptos valor mes	
Gastos Opert	\$ 2.500,00
Prest. Banc	\$ 2,127.44

Proveedores	\$ 1.000,00
Emergencias	\$ 150,00
TOTAL CAJA	\$ 5.777,44

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.2. Inventario de productos terminados

Tabla 25. Inventario de productos terminados

INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Cacao listo	120	Quintales	\$ 45,00	\$ 5.400,00
Cacao en fase de producción	80	Quintales	\$ 40,00	\$ 3.200,00
			TOTAL	\$ 8.600,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.3. Inventario materia prima

Tabla 26. Inventario materia prima

INVENTARIO DE MATERIA PRIMA				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Cacao en baba	130	Quintales	\$ 38,00	\$ 4.940,00
			TOTAL	\$ 4.940,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.4. Herramientas y suministros

Tabla 27. Herramientas y suministros

HERRAMIENTAS Y SUMINISTROS				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Cajas madera	200	UNIDAD	\$ 15,00	\$ 3.000,00
Herramientas varias	50	UNIDAD	\$ 50,00	\$ 2.500,00
			TOTAL	\$ 5.500,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.5. Equipo de computación

Tabla 28. Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Computadora de sobremesa	3	UNIDAD	\$ 890,00	\$ 2.670,00
Impresora	1	UNIDAD	\$ 270,00	\$ 270,00
Punto de venta	1	UNIDAD	\$ 55,00	\$ 55,00
Software inventario	3	UNIDAD	\$ 200,00	\$ 600,00
			TOTAL	\$ 3.595,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.6. Muebles y enseres

Tabla 29. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Escritorios	2	UNIDAD	\$ 160,00	\$ 320,00
Sillas recepción	20	UNIDAD	\$ 25,00	\$ 500,00
Barrera de acceso vehicular	1	UNIDAD	\$ 270,00	\$ 270,00
Comedor	1	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 100,00
Botiquín	2	UNIDAD	\$ 35,00	\$ 70,00
Equipo de seguridad industrial	10	UNIDAD	\$ 40,00	\$ 400,00
Equipo de extinción de incendios	2	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 200,00
Otros	5	UNIDAD	\$ 50,00	\$ 250,00
			TOTAL	\$ 2.110,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.7. Vehículos

Tabla 30. Vehículos

VEHÍCULO				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Trasporte	1	UNIDAD	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Montacargas	1	UNIDAD	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
			TOTAL	\$ 35.000,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.8. Inversión inicial

Tabla 31. Inversión inicial

ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Disponible		Proveedores MP	\$ 2.470,00
Caja	\$ 5.777,44	Proveedores MI	-
Exigible		Prest Banc Cort Plazo	\$ 34.482,72
Cuentas por Cobrar	-	PASIVO NO CORRIENTE	
Realizable		Prest Banc Largo Plazo	\$ 60.000,00
Inventarios de Prod. Terminados	\$ 8.600,00	TOTAL PASIVO	\$ 96.952,71
Inventarios de MPD	\$ 4.940,00		
Inventarios de Materiales Ind.	-		
Otro Act Corrientes			
Herramientas y Suministros	\$ 5.500,00		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Fijo Depreciable			
Equipo de Computo	\$ 3.595,00		
Vehiculos	\$ 35.000,00		
Muebles y Enseres	\$ 2.110,00		
Fijo No Depreciable			
Terreno	-		
Amortizables			
Gastos de Constitucion	\$ 500,00		
Gastos de Instalacion	\$ 15.000,00		
TOTAL ACTIVOS		PATRIMONIO	
	\$ 81.022,44	Aporte de Capital	\$ 37.500,00
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 177.975,15

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.9. Rol de pagos

Tabla 32. Rol de pagos

No. De Trabajadores	Recurso Humano	Sueldo Mensual	Total	Aport. Individual 9.45%	Sueldo mensual	Total Anual
1	Gerente	600,00	600,00	56,70	543,30	6519,60
1	Secretaria	450,00	450,00	42,53	407,48	4889,70
1	Operarios	395,00	395,00	37,33	357,67	4292,07
1	Gestión de calidad	395,00	395,00	37,33	357,67	4292,07
	Total	1840,00	1840,00	173,88	1666,12	19993,44

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.10. Costo de capital

Tabla 33. Costo de capital

Concepto	USD \$
Monto Financiado	\$ 60000.00
Monto Liquidado	\$ 60000.00
Intereses	\$ 15582.16
Seguro de Desgravamen	\$ 1005.37
Total, Carga Financiera	\$ 1005.37
Suma Total de Cuotas	\$ 76587.53

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.11. Depreciación

Tabla 34. Tabla de depreciación

<i>Depreciaciones</i>	31-12-19	31-12-20	31-12-21	31-12-22	31-12-23	31-12-24
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Equipo de Computo	\$ 299,58	\$ 1.291,48	\$ 1.291,48	\$ 2.320,51	\$ 2.154,83	\$ 2.154,83

Vehículos	\$ 1.750,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 10.442,57	\$ 17.006,37
Muebles y Enseres	\$ 52,75	\$ 211,00	\$ 211,00	\$ 211,00	\$ 352,15	\$ 352,15
Maquinaria y Equipos	\$	\$	\$ -	\$ -	\$ -	\$-
Local Comercial	\$ 1.250,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Total, Depreciación Año	\$3.352,33	\$13.502,48	\$ 13.502,48	\$ 14.531,51	\$ 17.949,54	\$ 24.513,35

<i>Amortizaciones</i>	31-12-19	31-12-20	31-12-21	31-12-22	31-12-23	31-12-24
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Const e Instal.	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 450,00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.2.12. Presupuesto de producción

Tabla 35. Presupuesto de producción

CACAO (QUINTAL)	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
Unidades a vender	1720	1800	2000	2100	2200	2300
Precio por quintal	125,00	126,00	127,00	127,00	129,00	130,00
Ventas totales	215,000.0 0	226,800.0 0	254,00.00	266,700.0 0	283,800.0 0	299,00.00

Elaborado por: Diana Solano

4.5.3. VAN

El Valor Actual Neto es un indicador de viabilidad de la inversión para el proyecto el mismo que se realiza por medio del descuento de flujos de efectivo extrayéndoles al presente y su cálculo se lo realiza de forma monetaria.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = - P + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4}$$

VAN = 215,44%

Tabla 36. Valor Actual Neto (VAN)

TABLA DE CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO		
AÑOS	FACTOR ACTUAL.	FLUJO ACTUALIZADO

	FLUJO ACTUAL	NETO	12,15%	
0		-65 597,44		-65 597,44
1		-43 731,62	1	-32 798,72
2		-21 865,8	1	0
3		0,00	1	32 798,72
4		21 865,84	1	65 597,44
5		43 731,66	1	98 396,16
				98 396,16

Elaborado por: Diana Solano

4.5.4. TIR

La Tasa Interna de Retorno es una medida relativa para verificar la rentabilidad, se expresa mediante forma porcentual.

$$TIR = - 65 597,44 + \frac{43 731,62}{(1+1,3496)^1} + \frac{21 865,8}{(1+1,3496)^2} + \frac{43 731,66}{(1+1,3496)^3} + \frac{9074,11}{(1+1,3496)^4}$$

$$TIR = 255,12\%$$

Tabla 37. Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 10,00%	VAN Menor	FACTOR ACT. 26,00%	VAN MAYOR
0	-65 597,44		-65 597,44		-65 597,44
1	-43 731,62	0,71	-32 798,72	0,7936508	-32 798,72
2	-21 865,8	0,45	0	0,6298816	0
3	0,00	0,51	32 798,72	0,4999060	32 798,72
4	21 865,84	0,42	65 597,44	0,3967508	65 597,44
5	43 731,66	0,32	98 396,16	0,3148816	98 396,16
			98 396,16		98 396,16

Elaborado por: Diana Solano

Por lo que como se demuestra el VAN es de 1.574,06 y el TIR es de 98 396,16, por lo que el proyecto es viable

4.6. Evaluación económica y financiera

4.6.1. Evaluación de los costos

- **Costos de la prevención:**

Tabla 38. Costos de la prevención

Detalle	Valor	Valor total
Mejoramiento de la calidad de los granos en los productores	3 000,00	3 000,00
Total	3 000,00	3 000,00

Fuente: Solano Diana, 2021

- **Costos de evaluación:**

Tabla 39. Costos de evaluación

Detalle	Valor	Valor total
Actualización de sistemas de producción	3 000,00	3 000,00
Valoración de nuevos sistemas	4 000,00	4 000,00
Calificación de nuevos procesos de maduración	2 000,00	2 000,00
Total	9 000,00	9 000,00

Fuente: Solano Diana, 2021

- **Costos de errores internos:**

Tabla 40. Costos de errores internos

Detalle	Valor	Valor total
Presupuesto para hipótesis que no resultan	4 000,00	4 000,00
Total	4 000,00	4 000,00

Fuente: Solano Diana, 2021

- **Costos de errores externos.**

Tabla 41. Costos de errores externos

Detalle	Valor	Valor total
Fallas en la producción de cacao	4 000,00	4 000,00
Total	4 000,00	4 000,00

Fuente: Solano Diana, 2021

4.6.2. Presupuesto Ingresos

Tabla 42. Presupuesto Ingresos

Presupuesto de ventas	2020
VENTAS	156978,00
Total	156978,00

Fuente: Solano Diana, 2021

4.6.3. Evaluación de indicadores

- **Liquidez:**

Para garantizar una liquidez contante de los recursos se prevé, mantener las reservas en 8 000,00, los cuales servirán para solventar, cualquier tipo de eventualidad.

- **Rentabilidad:**

Una vez analizada la rentabilidad del centro de distribución de cacao, es necesario evaluar anualmente los procesos, con la finalidad de mejorar la calidad de la producción.

- **Riesgo Económico:**

Existe un riesgo como son las plagas, sequias o inundaciones, las cuales representan una seria amenaza para la producción final, estas se pueden restar mediante una evaluación de los riesgos climáticos.

En consecuencia, una vez culminado con el estudio financiero se puede determinar que el estudio de factibilidad para la creación de un Centro de acopio de cacao en la Hacienda San Vicente, es viable debido a que en este sector existe una alta demanda de producción de cacao, por lo que los productores serán beneficiados debido a que en este sector no existe un centro de acopio que les permita comercializar el cacao a un precio justo.

CAPÍTULO V

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Una vez concluido con el proyecto se puede observar que los resultados son positivos, en vista de que la Hacienda San Vicente cuenta con todos los recursos para remodelar las instalaciones a fin de repotenciar la capacidad de producción de cacao, lo cual generará una mayor cantidad de acopio y que la producción sea eficiente y por ende se logrará excelentes mejores beneficios económicos.

Una vez realizado el VAN (Valor, Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno, se logró evidenciar que el proyecto es factible debido a que genera utilidad económica, por lo que se considera que el Centro de Acopio de compra y venta de cacao es factible.

4.2. Recomendaciones

La Hacienda San Vicente, contará con instalaciones remodeladas, por lo que es importante incrementar, tanto la producción como la compra de cacao a los pequeños productores de las fincas aledañas a la Hacienda San Vicente, por lo que se recomienda la capacitación a los pequeños productores para la siembra y cosecha a fin de mejorar los rendimientos del fruto de cacao.

Se recomienda que el Centro de acopio de compra y venta de cacao de la Hacienda San Vicente, incentive a los pequeños productores con la compra de su producto a un precio justo.

Se recomienda formular estrategias emergentes, que permiten que los productores de cacao del sector de Pancho Negro se asocien al Centro de Acopio a fin de firmar convenios de compra y venta de cacao.

4.3. Bibliografía

- Acebedo, E. K. (2010). *Estudio de factibilidad de un proyecto*. Universidad del Atlántico.
- Andía, W. (2018). *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública*. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Publicaciones/indata/v14_n2/pdf/a09v14n2.pdf
- Baca, U. (2012). *Estudio Técnico de proyectos*. Madrid-España: Vertice.
- Blanco, A. (2007). *Formulación y Evaluación de proyectos. Sexta Edición, Enero 2007*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Cáceres, J. M. (2018). *El potencial de agroturismo del cantón La Troncal, provincia del Cañar*. Obtenido de <dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/33065/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- Capacidad de planta. (2012). *buenastareas.com*. Obtenido de buenastareas.com: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capacidad-De-Planta/69650932.html>
- De Jesús, J. E., Salcido, F. G., & Zamorano, D. d. (2016). *Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet por cable empresarial de 1024 kbps*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>
- Estudio Financiero. (2016). *Estudio Financiero*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Evaluación económica de proyectos de inversión. (2014). *gerencie.com*. Obtenido de gerencie.com: <http://www.gerencie.com/evaluacion-economica-de-proyectos-de-inversion.html>
- GAD Pancho Negro. (2020). *GAD Pancho Negro*. Obtenido de http://www.panchonegro.gob.ec/?page_id=592
- Gil, E., & Rios, H. (2016). *Hábitos y preferencias de consumo. Consumo en estudiantes universitarios. Dimensión Empresarial 14(2), 55-72*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v14n2/v14n2a05.pdf>
- Lara Caguana, R. A., Morales Villafuerte, G. M., & Zambrano Chóez, A. E. (2018). *Proyecto para la creación de un centro de acopio de cacao seco y en baba en el cantón el Triunfo provincia del Guayas*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/16966/1/INFORME%20CICYT.pdf>

- Lazo Alvarado, H. R. (2017). *Plan dedesarrollo y ordenación territorial de la parroquia Pancho Negro del Cantón la Tronca*.
- Miragem, E. (1985). *Desarrollo de un estudio de factibilidad pretende demostrar que el proyecto*.
- Pérez, V. (2015). *Calidad total en la Atención al Cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el Servicio. Primera edición. P.6, 8-16*. España: Ideas propias editorial.
- Planeación estratégica. (2012). *es.scribd.com*. Obtenido de es.scribd.com:
<https://es.scribd.com/doc/295177825/Planeacion-estrategica>
- Recursos de una empresa. (2019). *Recursos de una empresa*. Obtenido de Visual Mexico: <https://visualmexico.com.mx/recursos-de-una-empresa/>
- Thompson, I. (2009). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net:
<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Varela, S. (2014). *Proyectos de factibilidad y las decisiones*.

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de amortización

Concepto	%	Explicación en Términos Utilizados
Tasa Nominal	15.6 %	Es la Tasa de Interés Anual
Tasa Efectiva	16.77 %	Es la Tasa de Interés de la operación según el número de periodos de pago al año.
Del Costo de Financiamiento	17.93 %	Tasa resultante de la suma de todos los costos y gastos directos e indirectos relacionados al crédito a recibir.
Tasa máxima referencial del BCE	16.77 %	Es la tasa máxima activa efectiva permitida por el Banco Central del Ecuador por cada segmento de crédito.

Concepto	USD \$	Explicación en Términos Utilizados
Monto Financiado	\$ 60000.00	Es el monto de crédito otorgado.
Monto Liquidado	\$ 60000.00	Corresponde al monto de crédito desembolsado.
Intereses	\$ 15582.16	Equivale a la suma de intereses que paga el socio durante la vigencia de crédito.
Seguro de Desgravamen	\$ 1005.37	Protección del Patrimonio del socio en caso de fallecimiento.
Total, Carga Financiera	\$ 1005.37	Es la suma total de los intereses más el Seguro de Desgravamen que paga el socio durante la vigencia del crédito.
Suma Total de Cuotas	\$ 76587.53	Está conformado por el monto del crédito más la carga financiera.

Cuota No.	Abono Capital	Interés	Seguro Desg..	Cuota	Saldo
1	1,297.11	780.00	50.33	2,127.44	60,000.00
2	1,315.06	763.14	49.24	2,127.44	58,702.89
3	1,333.27	746.04	48.13	2,127.44	57,387.83
4	1,351.71	728.71	47.02	2,127.44	56,054.56
5	1,370.42	711.14	45.88	2,127.44	54,702.85
6	1,389.39	693.32	44.73	2,127.44	53,332.43
7	1,408.61	675.26	43.57	2,127.44	51,943.04
8	1,428.10	656.95	42.39	2,127.44	50,534.43
9	1,447.87	638.38	41.19	2,127.44	49,106.33
10	1,467.91	619.56	39.97	2,127.44	47,658.46
11	1,488.22	600.48	38.74	2,127.44	46,190.55
12	1,508.82	581.13	37.49	2,127.44	44,702.33
13	1,529.69	561.52	36.23	2,127.44	43,193.51
14	1,550.86	541.63	34.95	2,127.44	41,663.82
15	1,572.33	521.47	33.64	2,127.44	40,112.96
16	1,594.08	501.03	32.33	2,127.44	38,540.63
17	1,616.14	480.31	30.99	2,127.44	36,946.55
18	1,638.51	459.30	29.63	2,127.44	35,330.41
19	1,661.19	437.99	28.26	2,127.44	33,691.90
20	1,684.17	416.40	26.87	2,127.44	32,030.71
21	1,707.48	394.51	25.45	2,127.44	30,346.54
22	1,731.11	372.31	24.02	2,127.44	28,639.06
23	1,755.07	349.80	22.57	2,127.44	26,907.95
24	1,779.35	326.99	21.10	2,127.44	25,152.88
25	1,803.98	303.86	19.60	2,127.44	23,373.53
26	1,828.95	280.40	18.09	2,127.44	21,569.55
27	1,854.25	256.63	16.56	2,127.44	19,740.60
28	1,879.92	232.52	15.00	2,127.44	17,886.35
29	1,905.93	208.08	13.43	2,127.44	16,006.43
30	1,932.30	183.31	11.83	2,127.44	14,100.50
31	1,959.04	158.19	10.21	2,127.44	12,168.20
32	1,986.16	132.72	8.56	2,127.44	10,209.16
33	2,013.64	106.90	6.90	2,127.44	8,223.00
34	2,041.51	80.72	5.21	2,127.44	6,209.36
35	2,069.76	54.18	3.50	2,127.44	4,167.85
36	2,098.09	27.28	1.76	2,127.13	2,098.09

Anexo 2. Encuesta



REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

Objetivo: Realizar un análisis de mercado, técnico y situacional, sobre la producción de cacao en la Parroquia de Pancho Negro

Instrucciones: Marque con una (X), bajo la respuesta que considere correcta
 No existen respuestas correctas o incorrectas
 Las respuestas son confidenciales

1. ¿Cuál es su rango de edad?

18 – 30	31 – 40	41 – 50	51 o mas
()	()	()	()

2. Género

Masculino	Femenino
()	()

3. ¿Hace cuantos años se dedica a la producción de cacao?

Menos de 5	De 6 a 10	De 11 a 15	Más de 16 años
()	()	()	()

4. ¿Se encuentra conforme con los precios a los que vende su producción?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo
()	()	()	()	()

5. Cual considera que debe ser la publicidad del Centro de Acopio:				
Valla publicitaria ()	Camisetas ()	Gorras ()		
6. ¿Cuál considera que es la ventana más importante para un centro de acopio?				
Precio Justo ()	Peso Justo ()	Calidad ()		
7. ¿Qué tan necesaria considera el buen estado de las instalaciones de un centro de acopio?				
Totalmente en desacuerdo ()	En desacuerdo ()	Ni en acuerdo ni en desacuerdo ()	De acuerdo ()	Totalmente en desacuerdo ()
8. ¿Considera necesario aumentar la capacidad de producción de este Centro de acopio?				
Totalmente en desacuerdo ()	En desacuerdo ()	Ni en acuerdo ni en desacuerdo ()	De acuerdo ()	Totalmente en desacuerdo ()
9. Considera necesaria el mejoramiento de los recursos humanos en el centro de acopio				
Totalmente en desacuerdo ()	En desacuerdo ()	Ni en acuerdo ni en desacuerdo ()	De acuerdo ()	Totalmente en desacuerdo ()
10. ¿Considera que es necesario aumentar la producción de cacao para mejorar las condiciones de vida de la población de Pancho Negro?				
Totalmente en desacuerdo ()	En desacuerdo ()	Ni en acuerdo ni en desacuerdo ()	De acuerdo ()	Totalmente en desacuerdo ()

11. ¿Considera necesario la protección del ambiente para mejorar la producción de cacao?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo
()	()	()	()	()

12. ¿Considera que es necesaria la implementación de tecnología en la producción de cacao?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
()	()	()	()	()

Gracias por su colaboración

Anexo 6. Autorización para el Repositorio Institucional**AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA portadora de la cédula de ciudadanía N° **094070666-6**. En calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD QUE PERMITA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESPECIALIZADO EN EL ACOPIO DE CACAO EN LA HACIENDA SAN VICENTE 2020”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, **14 de marzo de 2022**



F:

DIANA YOLANDA SOLANO MOLINA

C.I. 094070666-6