



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón
Montalvo, provincia de Los Ríos.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magister en
Administración de Empresas

Autor

Estrella Paredes Gilo Raúl, Ing.

Tutora

Borja Brazales Yadira Paola, MBA

LATACUNGA – ECUADOR

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos”, presentado por Estrella Paredes Gilo Raúl, para optar por el título magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, abril, 2022



.....
Yadira Paola Borja Brazales, MBA
DOCENTE TUTORA
CC. 0502786833

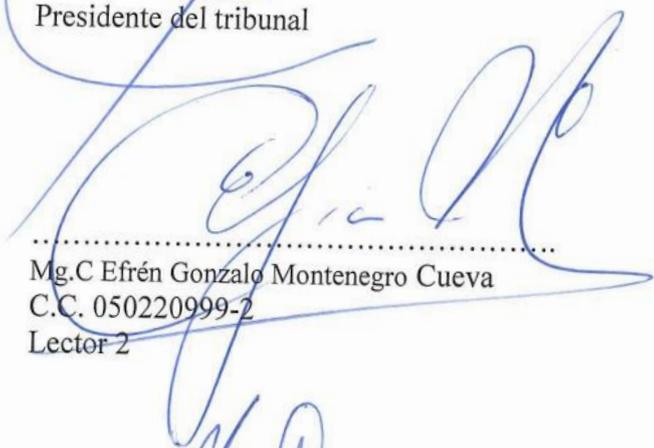
APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, mayo, 2022



.....
Ing. Marlon Rubén Tinajero Jiménez, PhD
C.C. 050208033-6
Presidente del tribunal



.....
Mg.C Efrén Gonzalo Montenegro Cueva
C.C. 050220999-2
Lector 2



.....
Mg.C. Angelita Azucena Falconí Tapiz
C.C. 050203767-4
Lector 3

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecer a mis abuelos maternos, Raúl Paredes y Luz Solano quienes son la parte fundamental y el ejemplo a seguir que ellos me mostraron para lograr este paso tan grande como es culminar mi maestría, además de aconsejarme e incluirme valores, me demostraron mucho amor, por eso les agradezco de todo corazón y espero que estén orgullosos de mí.

A mi madre Linda Paredes, que a pesar de las adversidades siempre ha estado en los buenos y malos momentos, dando su apoyo en la forma que ella sentía.

A mi padre Eloy Estrella que a pesar que lo conocí hace pocos años, me ha brindado las puertas de su casa para que me eduque y me supere para culminar mi profesión de Ingeniero Comercial.

A mis compañeros de trabajo que conforman en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “UNIBLOCK” y Servicios Ltda., que con su amistad y buenos profesionales me enseñaron a desenvolverme rápido en el ámbito laboral.

Ing. Estrella Paredes Giló Raúl

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado para aquellas personas que nunca creyeron en mí y a pesar de tantas decepciones pude demostrar que con esfuerzo, sacrificio y dedicación se logra metas y objetivos.

Quiero dedicar este trabajo de maestría primeramente a Dios por darme la vida, también quiero dedicar este esfuerzo a las personas que han estado en el transcurso de este proceso como a mi mami Luz Solano quien con su apoyo y entusiasmo siempre ha sido esa madre que nunca he tenido, a mi madre Linda Paredes a pesar de los disgustos que se ha tenido ella siempre ha querido lo mejor para mí y como principal le dedico a mi papi Raúl Paredes quien me ayudo a salir adelante y me enseñó ser una persona de bien y que día a tras día sé que él me cuida y está orgulloso de verme lo que he logrado, desde mi corazón les dedico este trabajo a ustedes quienes me impulsaron y me inspiraron a seguir esta carrera para ser una persona profesional e independiente.

Ing. Estrella Paredes Gilo Raúl

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, mayo, 2022



.....
Ing. Gilo Raúl Estrella Paredes
C.C. 120793188-0

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, mayo, 2022

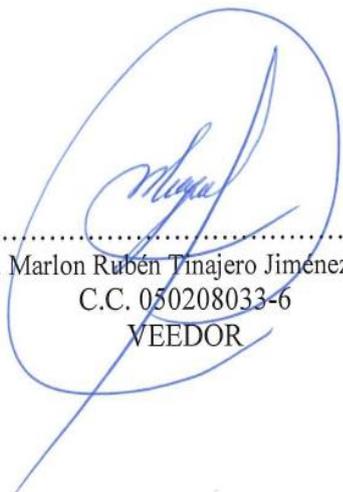


.....
Ing. Gilo Raúl Estrella Paredes
C.C. 120793188-0

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: “Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos”, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, mayo, 2022



.....
Ing. Marlon Rubén Tinajero Jiménez, PhD
C.C. 050208033-6
VEEDOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

Autor: Estrella Paredes Gilo Raúl, Ing.

Tutora: Borja Brazales Yadira Paola, MBA.

RESUMEN

El presente trabajo denominado Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, tuvo por objetivos el determinar la factibilidad del centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, así también fundamentar teóricamente los principales conceptos y elementos que influyen para la creación de un centro de acopio de cacao. El realizar un estudio de mercado para identificar la demanda insatisfecha y los principales requerimientos; además de desarrollar el estudio técnico, administrativo, financiero y legal, para determinar la factibilidad del centro de acopio. En la parte metodológica, este trabajo investigativo posee un diseño cuantitativo, puesto que este tipo de investigaciones aumentan la contingencia de desarrollar las extensiones de un proyecto de exploración, y el sentido de alcance es mayor y más profundo; complementado con los tipos de investigación exploratoria y descriptiva; como método de investigación se usará el método empírico, este método se basa en la experiencia del contacto real; para este, estudio investigativo se tiene como población a los cacaoteros del cantón Montalvo y sus lugares aledaños; no obstante, también se tomará en cuenta a los representantes de las empresas comercializadoras de cacao que se encuentren apostadas en lugares cercanos al cantón Montalvo. Los resultados obtenidos sugieren su implementación por cuanto los cálculos del VAN y TIR establecen que se tendrá un crecimiento de \$ \$11.587,94 y una tasa de retorno del 16%, con un beneficio costo de 0,14 centavos por cada venta; dando vialidad al proyecto de creación del Centro de Acopio Estrella en el cantón Montalvo.

Palabras claves: Cacao; Cacaocultores; Centro de Acopio; Comercialización; Montalvo; Plan de Negocio.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Title: Business plan for the creation of a cocoa collection center in the canton of Montalvo, province of Los Ríos.

Author: Estrella Paredes Gilo Raúl, Eng.

Tutor: Borja Brazales Yadira Paola, MBA.

ABSTRACT

The present work called Business Plan for the creation of a cocoa collection center in the Montalvo canton, Los Ríos province, had the objective of determining the feasibility of the cocoa collection center in the Montalvo canton, Los Ríos province, as well as argue theoretically the main concepts and elements that influence the creation of a cocoa collection center. To conduct a market study to identify the unsatisfied demand and the main requirements; in addition to developing the technical, administrative, financial and legal study to determine the feasibility of the collection center. In the methodological part, this research work has a quantitative design, since this type of research increases, the contingency of developing the extensions of an exploration project, and the sense of scope is greater and deeper, complemented with the types of exploratory and descriptive research. As a research method, the empirical method will be used, this method is based on the experience of real contact; for this research study, the cocoa farmers of Montalvo canton and its surrounding places are considered as a population; however, the representatives of the cocoa marketing companies that are located in places near Montalvo canton will also be taken into account. The results obtained suggest its implementation because the NPV and IRR calculations establish that there will be a growth of \$ 11,587.94 and a rate of return of 16%, with a benefit cost of 0.14 cents for each sale, giving road to the project of creating the Estrella Collection Center in the Montalvo canton.

Key words: Cocoa; Cocoa farmers; Collection Center; Marketing; Montalvo; Business Plan.

López Montero Liliana Del Pilar con cédula de identidad número: 120547763-9
Licenciada con número de registro de la SENESCYT: 1013-14-1316301;
CERTIFICO haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen
del trabajo de investigación con el título: **Plan de negocio para la creación de un
centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos de:**
Gilo Raúl Estrella Paredes, aspirante a magister en Administración de Empresas.

Latacunga, mayo, 2022



.....
Lic. López Montero Liliana Del Pilar
C.C. 1205477639

Índice de contenidos

Portada	i
Aprobación del tutor	ii
Aprobación tribunal	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Responsabilidad de autoría.....	vi
Renuncia de derechos	vii
Aval del veedor.....	viii
Resumen	ix
Abstract	x
Índice de contenidos	xii
Índice de tablas	xvii
Índice de gráficos.....	xix
Índice de figuras	xx
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	9
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9
1.1. Antecedentes	9
1.2. Fundamentación epistemológica	11
Centro de acopio	11
Plan de negocio.....	13
Características de un plan de negocio	14
Estructura de un plan de negocios	15

Análisis del mercado	16
Análisis de la comercialización del cacao a nivel mundial	17
Generalidades del Marketing.....	18
Conclusiones del Capítulo I.....	20
CAPITULO II.....	21
PROPUESTA	21
2.1. Resumen ejecutivo.....	21
2.2. Idea del negocio.....	22
2.3. Definición del producto	24
2.4. Modelo de negocio	24
2.5. Análisis del macro y micro entorno.....	26
2.5.1. Macro entorno	26
Análisis económico	26
Análisis político	26
2.5.2. Micro entorno.....	29
2.6. Análisis de la competencia.....	29
2.7. Propuesta de valor.....	30
2.8. Canales.....	30
2.9. Tipo de relación con el cliente	32
2.10. Fuente de ingresos.....	32
2.11. Recursos claves	33
2.12. Actividades claves.....	33
2.13. Socios claves.....	34
2.14. Estructura de costos.....	34
2.15. Cálculo de la muestra poblacional	34

2.15.1.	Prueba piloto.....	36
2.15.2.	Instrumento.....	36
2.15.3.	Análisis de los resultados	37
2.16.	Plan de Marketing	51
3.	Estudio Técnico.....	55
3.1.	Localización del proyecto	55
3.1.1.	Macro localización.....	55
3.1.2.	Micro localización	56
3.2.	Determinación de la oferta y la demanda.....	60
3.3.	Tamaño del proyecto	62
3.4.	Ingeniería del proyecto	62
3.5.	Distribución del centro de acopio.....	66
4.	Estudio Administrativo.....	67
4.1.	Nombre.....	67
4.2.	Logotipo del centro de acopio	67
4.3.	Diseño organizacional.....	67
4.3.1.	Misión del centro de acopio	67
4.3.2.	Visión del centro de acopio.....	68
4.3.3.	Valores corporativos del centro de acopio.....	68
4.4.	Requerimiento del talento humano.....	68
5.	Estudio financiero	69
5.1.	Inversión inicial	69
5.2.	Gastos operacionales.....	77
5.3.	Plan de ventas.....	81
5.4.	Proyecciones.....	87
5.4.1.	Proyección de ingreso y costo de producción	87

5.4.2. Proyección de gastos operativos.....	89
5.5. Estructura financiera.....	92
5.6. Estados de resultados.....	93
5.7. Estado de situación inicial.....	94
5.8. Cálculo del TMAR, VAN y TIR.....	95
5.9. Análisis de rentabilidad.....	96
5.10. Cálculo del punto de equilibrio.....	97
5.11. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	100
6. Estudio legal.....	102
7. Conclusiones Capitulo II.....	106
CAPÍTULO III.....	107
APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	107
3.1. Evaluación de expertos.....	108
3.2. Evaluación de usuarios.....	110
3.3. Evaluación de impactos o resultados.....	111
3.4. Resultados de la evaluación.....	112
3.5. Conclusiones del III Capitulo.....	112
CONCLUSIONES.....	113
RECOMENDACIONES.....	113
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	114
ANEXOS.....	117
Anexo 1.- Instrumentos de recolección de datos.....	117
Anexo 2.- Organigrama del Centro de Acopio Estrella.....	121
Anexo 3.- Impuesto predial del terreno.....	124
Anexo 4.- Depreciación de activos según el código tributario del SRI.....	125

Anexo 5.- Tabla Salarial.....	125
Anexo 6.- Validación de instrumentos de recolección de datos.....	126
Anexo 7.- Prueba piloto aplicada.....	128

Índice de tablas

Tabla 1.- Tareas y relación con los objetivos específicos	6
Tabla 2.- Características del Plan de Negocio.....	14
Tabla 3.- Estructura de un Plan de Negocio	15
Tabla 4.- Oferta de Cacao hacia el mercado extranjero	17
Tabla 5.- Demanda de Cacao en principales países consumidores.....	18
Tabla 6.- Instrumentos de recolección de datos.....	36
Tabla 7.- Análisis de entrevista aplicada a clientes	47
Tabla 8.- Matriz general de marketing.....	51
Tabla 9.- Matriz de plan de estrategias de marketing mix	52
Tabla 10.- Macro localización del Centro de Acopio	55
Tabla 11.- Locación 1.- Calles 6 de Octubre y San Antonio.....	57
Tabla 12.- Locación 2.- Kilometro 1.5 vía Montalvo - Babahoyo	57
Tabla 13.- Locación 3.- Kilometro 1 vía Montalvo - Balsapamba	58
Tabla 14.- Micro localización del Centro de Acopio.....	58
Tabla 15.- Ventajas de la localización del Centro de Acopio	59
Tabla 16.- Variación en la exportación de cacao anualmente	60
Tabla 17.- Oferta, Demanda y Demanda insatisfecha de cacao de los clientes ...	61
Tabla 18.- Tamaño del proyecto	62
Tabla 19.- Flujograma de proceso de recepción de cacao.....	63
Tabla 20.- Flujograma de proceso de compra de cacao	64
Tabla 21.- Flujograma de proceso de venta de cacao	65
Tabla 22.- Resumen de inversiones	69
Tabla 23.- Activos fijos del centro de acopio.....	70
Tabla 24.- Depreciación de activos fijos.....	73
Tabla 25.- Reposición de equipo de cómputo	74
Tabla 26.- Inversión de activos diferidos	75
Tabla 27.- Amortización de activos diferidos para 5 años	76
Tabla 28.- Gastos operativos	77
Tabla 29.- Gastos administrativos	78
Tabla 30.- Calculo de los gastos de venta anualmente	79

Tabla 31.- Gasto operativos anual	80
Tabla 32.- Gasto no operacional.....	80
Tabla 33.- Calculo de producción.....	81
Tabla 34.- Materia prima.....	82
Tabla 35.- Costos indirectos de producción	83
Tabla 36.- Costos de producción por quintal.....	84
Tabla 37.- Costos del producto.....	84
Tabla 38.- Costos de ingreso y costo de producción de un año.....	85
Tabla 39.- Resumen del capital de trabajo	85
Tabla 40.- Inversión del capital de trabajo	86
Tabla 41.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2023.....	87
Tabla 42.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2024.....	87
Tabla 43.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2025.....	88
Tabla 44.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2026.....	88
Tabla 45.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2027.....	89
Tabla 46.- Proyecciones de gastos administrativos	89
Tabla 47.- Gastos de ventas.....	90
Tabla 48.- Gastos no operacionales	91
Tabla 49.- Resumen de egresos	91
Tabla 50.- Estructura financiera de la empresa	92
Tabla 51.- Tabla de amortización de crédito	92
Tabla 52.- Estado de ganancias y pérdidas proyectadas de la empresa	93
Tabla 53.- Estado de situación inicial	94
Tabla 54.- Cálculo del TMAR.....	95
Tabla 55.- Cálculo del VAN.....	95
Tabla 56.- Cálculo del TIR.....	95
Tabla 57.- Costo y beneficio (RCB)	96
Tabla 58.- Ponderación de precios.....	97
Tabla 59.- Calculo De punto de equilibrio en unidades y dólares.....	98
Tabla 60.- Punto de equilibrio	99
Tabla 61.- Periodo de recuperación de la inversión.....	100

Índice de gráficos

Gráfico 1.- Matriz de Oportunidades y Amenazas	30
Gráfico 2.- Resultados prueba piloto	36
Gráfico 3.- Hectáreas de tierras para el cultivo de cacao	37
Gráfico 4.- Variedad de cacao	38
Gráfico 5.- Frecuencia de cosechas de cacao	39
Gráfico 6.- Número de quintales de cacao	40
Gráfico 7.- Estado de venta de la producción de cacao	41
Gráfico 8.- Comercialización de las producción de cacao	42
Gráfico 9.- Método de pago.....	43
Gráfico 10.- Tiempo de pago.....	44
Gráfico 11.- Inconvenientes de comercialización.....	45
Gráfico 12.- Beneficios de un centro de acopio	46
Gráfico 13.- Macro localización del Centro de Acopio	56
Gráfico 14.- Micro localización del Centro de Acopio.....	59
Gráfico 15.- Representación estimada de la ubicación de las zonas en el Centro de Acopio Estrella	66
Gráfico 16.- Logotipo.....	67
Gráfico 17.- Grafico del punto de equilibrio.....	99

Índice de figuras

Figura 1.- Requisitos físicos y calidad para los granos de cacao	23
Figura 2.- Ventas y exportaciones de cacao en el Ecuador.....	26

INTRODUCCIÓN

Teniendo en consideración la línea de investigación institucional enfocada en la “Administración y economía para el desarrollo humano y social” y su sublínea de investigación “Estrategias administrativas, productividad y emprendimiento”, se genera este proceso investigativo con la finalidad de elaborar un plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, permitiendo generar mejores procesos de comercialización acordes al mercado, que beneficien a los pequeños agricultores y a la empresa propuesta en sí.

Desde el punto de vista agrícola, el cacao es un fruto que destaca su origen mundial en el continente Americano, Africano y Asiático. A partir de las mazorcas producidas, las semillas o granos de cacao son la materia prima para la elaboración de productos semielaborados como la pasta o licor de cacao, la manteca de cacao, la torta de cacao y el cacao en polvo, y además se utilizan básicamente en múltiples producciones.

América latina es uno de los mayores productores de cacao en el mundo, pero es uno de los menores consumidores del producto ya transformado, por lo general es por falta de conocimiento que no son explicados a los americanos. Según el artículo por (PapaCacao, 2019, pág. 1) afirma que “en la región de Latinoamérica, se genera un 81% de cacao fino que se consume en el mundo, en donde el Ecuador brinda un aporte aproximadamente del 63% y lo ubica como principal productor de cacao en el contexto mundial, a comparación de los otros productores Latinoamericanos como Bolivia, Brasil, Costa Rica, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, también existe un problema de consumo en los latinoamericanos, por lo general es no conocer al cacao ni al chocolate, y no saber los beneficios al consumir cacao y chocolate traen a nuestros organismos.”

Según artículo (Zabala, 2019, pág. 1) asevera que “el Ecuador está ubicado como el cuarto productor de cacao a nivel mundial y como el primer en el contexto de Latinoamérica, sabiendo que el cacao posee una alta relevancia en nuestro país;

puesto que, se constituye en el sexto producto de exportación y representa el 3,2% del total de sus exportaciones.” Esta fruta es consumida a nivel mundial por tener uno de los mejores sabores y aroma que le distingue de los demás productores de cacao por eso es que se establece como el mejor chocolate del mundo.

La producción de cacao en el Ecuador se encuentran mayoritariamente en la región costa y también es uno de los cultivos con mayor ganancia en la actualidad, según el Diario la Hora (ANECACAO, 2019) indica que “Las producciones de cacao se ubican mayoritariamente en las zonas de Guayas, Manabí, Los Ríos y Sucumbíos. En el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 y el denominado Cacao Nacional, el cual es una variedad considerada como Cacao Fino de Aroma y se lo conoce como ‘Arriba’, a partir de la época colonial”.

El cultivo del cacao es muy importante para la economía de Ecuador. Esto se debe a que el cacao es un producto de exportación y materia prima para las industrias locales. Debido a la naturaleza tropical de la cosecha, Ecuador produce dos variedades de cacao, Nacional (fino de aroma) y CCN51, principalmente en las zonas costeras, con aproximadamente 600.000 personas directamente conectadas a la cadena del cacao. Esto equivale al 4% de la población activa (PEA) nacional y al 12,5% de la PEA agrícola.

En Ecuador predominan las fincas de menos de 50 hectáreas (47%). Se estima que el 90% de la producción de cacao de Fino Nacional se produce en sistemas tradicionales de semi-ingeniería y la mayoría de las variedades CCN51 se producen en sistemas de ingeniería. Existen diferencias importantes entre las dos variedades de cacao que se producen en el país. En particular, las variedades CCN51 son altamente productivas, inician la producción temprano y son altamente resistentes a ciertas enfermedades. Sin embargo, las variedades nacionales tienen mucha mejor calidad de aroma y sabor.

En el año 2019, las principales provincias productoras de cacao en el Ecuador son: Guayas con 88.718 ha sembradas que dan 36.652 TM de producción, seguido de la

provincia de Los Ríos con 84.413 ha que dan un volumen de 23.010 TM, y en la provincia de Manabí con 68.779 ha que dan 11.180 TM.

La situación actual del cultivo de cacao en la provincia de los Ríos ha sido irregular debido a que sus índices de producción de cosecha han variado y no se han conservado constantes, esto debido al incongruente manejo de las tareas pre-culturales y tecnificadas que aplica el agricultor y diferentes componentes que son la ausencia de conocimientos técnicos y fuentes de financiamiento por parte del estado, que da como resultado la baja producción y escasa rentabilidad para el agricultor ecuatoriano.

Estas razones expuestas invitaron al autor de esta tesis a plantear un medio para obtener un medio eficaz que permita el manejo técnico y que les potencie la economía de los pequeños productores, esto llevado de la mano con el impulso del incremento de rendimiento y calidad en las cosechas de cacao; mejorando así, la calidad de vida de los cacaoteros, esencialmente de los pequeños y medianos agricultores dedicados a esta actividad.

Quienes comercializan con la producción, de cacao y los gobiernos de turno; son los principales causantes del éxodo de los campesinos de su lugar de trabajo agrícola hacia la ciudad, esto se da debido a la desmotivación dada en el ámbito rural, lo cual deriva en masivas migraciones hacia las ciudades tanto del Ecuador e inclusive hacia el extranjero. La producción cacaotera del Ecuador se convirtió en uno de los blancos más importantes para los negocios de tercerización. En el Ecuador, en las últimas épocas la producción y comercialización de cacao ha tenido un aumento considerable.

El cacao cultivado en Ecuador, posee alto reconocimiento a nivel mundial debido a sus particularidades de aroma y color; mismas que, son muy apreciadas al preparar chocolates finos, coberturas o revestimientos. Debido al interés mostrado por el mercado, se debe buscar mejorar la producción, procesos post-cosecha y sobre todo

la comercialización de cacao; puesto que, al aumentar la producción, aumenta también la demanda.

El cacao es una de las frutas más demandadas a nivel internacional, siendo el principal producto de exportación de algunos países de los continentes de América, África y Asia, según el siguiente artículo (Zabala, 2019, pág. 1) confirma que “los principales países productores de cacao a nivel mundial son Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Ecuador, Camerún, Nigeria, Brasil, Perú”. Estos países son los principales productores de cacao, pero el que más aporta a la economía es Costa de Marfil con 8 veces de producción que Ecuador, siendo el mayor productor.

Planteamiento del problema, el presente estudio se enfoca hacia el desarrollo de un plan de negocios que tiene como objetivo la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, producto que se encuentra en la lista agrícola de los más exportados; este trabajo se orienta con base, a las principales dificultades a las que enfrenta, los pequeños productores de cacao del cantón Montalvo, como es la distancia de traslado de sus producciones hacia la ciudad de Babahoyo o Caluma para comercializarla sus productos, en donde mayoritariamente es vendida a empresas tercerizadoras para procesos de exportación o a empresas que tienen por finalidad transformar la semilla de cacao; pagos no acorde al mercado; lo cual, resulta menos rentable para los pequeños agricultores; razones por la cual, se convierte en un escenario difícil para la producción.

Adicionalmente, en este cantón no se cuenta con un centro de acopio donde se pueda seguir el adecuado proceso de secado del cacao y el almacenamiento del mismo, donde les facilite la distribución y comercialización del cacao; este centro, favorecerá a los pequeños agricultores que se dedican a la producción y comercialización de cacao ya que tendrán la oportunidad de vender su producto a este centro y también incrementará la comercialización y cubrirá la demanda en el mercado internacional.

Mediante la realización del plan de negocio se busca determinar la factibilidad del proyecto, en la cual se realiza diferentes estudios importantes como: el estudio de mercado donde se analiza la oferta, demanda, demanda insatisfecha y también las estrategias de marketing para introducir el producto al mercado, el estudio técnico es el que definirá la inversión, tamaño óptimo de la planta, localización y el proceso productivo por último el estudio financiero en donde incluye los presupuestos de operación y determina si el proyecto es o no rentable.

La comercialización del cacao se lleva a cabo entre los productores, intermediarios, comisionista y por último la exportación estos canales de distribución, lleva consigo a que el cacao tenga una demanda alta y se presenta la oportunidad de que se desarrollen centros de acopio para su comercialización adecuada y que beneficie a los pequeños productores, mediante esta oportunidad se obtuvo esta idea de implementar este centro de acopio; puesto que, se cuenta con mercado para comercialización en el cantón Montalvo y sectores aledaños.

Con base a lo enunciado en el párrafo anterior se formula el problema de investigación para este proceso investigativo ¿Qué factores determinan la factibilidad del centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos?, el mismo que da pie a la delineación del objetivo general para este trabajo investigativo Determinar la factibilidad del centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

A su vez este objetivo general, permite la conformación de objetivos específicos como complemento para este estudio investigativo; mismo que quedan conformados como: Fundamentar teóricamente los principales conceptos y elementos que influyen para la creación de un centro de acopio de cacao. El realizar un estudio de mercado para identificar la demanda insatisfecha y los principales requerimientos; también el Desarrollar el estudio técnico, administrativo, financiero y legal, para determinar la factibilidad del centro de acopio.

En lo que refiere a las tareas relacionadas con los objetivos específicos, se establecen las siguientes:

Tabla 1.- Tareas y relación con los objetivos específicos

Objetivos Específicos	Actividad
<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentar teóricamente los principales conceptos y elementos que influyen para la creación de un centro de acopio de cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación en textos, revistas, pág. web, etc. acerca de modelos de negocios. • Revisión de artículos científicos, proyectos, base legal etc. • Contratación de información obtenida de fuentes primarias y secundarias.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda insatisfecha y los principales requerimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los principales factores externos que influyen el mercado. • Definir la oferta y la demanda del servicio. • Identificar la demanda insatisfecha.
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el estudio técnico, administrativo, financiero y legal, para determinar la factibilidad del centro cacao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el entorno social, económico y legal. • Realizar análisis financiero.

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Como parte de la **justificación e importancia**, de este estudio investigativo, la presente investigación pretende crear un centro de acopio para la fruta del cacao por lo que se desarrolla este emprendimiento para obtener un estudio, donde se efectuara estrategias de comercialización, ventas, compras, con el objetivo de ver si el proyecto tiene rentabilidad.

Este plan de negocios se enfocará en la compra y venta del cacao, para esto se procede a delinear estrategias para lograr captar mercado que genere rentabilidad; además de brindar un adecuado manejo post-siembra al producto provocando el cortar del tiempo de secado, con el mismo objetivo de visualizar el rendimiento económico para la empresa.

Este trabajo investigativo posee un **diseño metodológico** cuantitativo. Este diseño metodológico compone un género de investigación, en la que se utilizan los acercamientos hace uso de prototipos de interrogaciones, procesos de indagación, cogida de datos, operaciones de estudios y deducciones. En este diseño permite aumentan la contingencia en el desarrollo de planes de negocios, dando cabida a conocer sus efectos con un mayor alcance y profundidad.

El diseño cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en el análisis estadístico, para establecer esquemas de proceder y comprobar teorías; por medio de este diseño de investigación se generalizará la opinión obtenida de los agricultores, lo cual da cabida a la generación de explicaciones y obtener la oferta de cacao disponible por estos productores, así como aspectos relevantes para el estudio de mercado de cacao en la zona y pronosticando los efectos de este plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo.

Este tipo de diseño investigativo se basa más en procesos inductivos, exploratorios y descriptivos para posterior forjar presunciones, es decir parte de lo particular hacia lo general, tomando de base las opiniones de los futuros clientes para obtener datos precisos que permitan tener una idea concreta de la sobre la demanda de cacao por parte de estas empresas, concibiendo el desarrollo de los procesos a medida de la obtención de resultados.

En base a los tipos de investigación se pretende utilizar el exploratoria y descriptiva en este trabajo investigativo. Investigación Exploratoria, por medio de este tipo de investigación se detectará la realidad de la problemática que poseen los cacaoteros en la zona del cantón Montalvo, cuál es la cantidad de producción, el estado en que es comercializada y sus principales inconvenientes al instante de venderla; permitiendo dar un recurso de solución a los mismos; además de permitir delinear las fases de ingeniería de este plan de negocios.

La Investigación Descriptiva, a través de este tipo de investigación se identificará cuáles son los fundamentos para la generación de un plan de negocios para la creación de un centro de acopio de cacao; así como también, el describir las bases de los estudios anexos de este plan de negocio.

Como método de investigación se usará el método empírico, este método se basa en la experiencia del contacto real; dicho en otras palabras tiene su fundamentación en el ensayo apoyado en la lógica; permitiendo la observación de sucesos y poder efectuar análisis basados en la realidad. Por lo tal este método se alinea al presente

proceso de investigación permitiendo general análisis con base a información real de los agricultores dedicados a la comercialización de cacao en el cantón Montalvo y los aspectos influyentes en la creación de un centro de acopio para las producciones de los pequeños productores de cacao, permitiendo tener en cuenta las ventajas y riesgos que posee este mercado.

Para este estudio investigativo se tiene como población a los agricultores del cantón Montalvo y sus lugares aledaños; no obstante, también se tomará en cuenta a los representantes de las empresas comercializadoras de cacao que se encuentren apostadas en lugares cercanos al cantón Montalvo. Para la recolección de datos se hará uso de una encuesta, la cual se aplicará a los agricultores de la zona; además, se utilizará una entrevista para obtener datos fiables y puntuales de los clientes y así poder tener un mejor desarrollo de los aspecto necesario que permitan formular y demostrar la factibilidad de un plan de negocio para un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo.

CAPITULO I.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes

Como parte del sustento teórico de este trabajo investigativo, se hace referencia a trabajos previos teniendo en cuenta temáticas referentes con el tema de este trabajo; tanto a, nivel internacional, latinoamericano y local. Como antecedente previo, se toma la investigación publicada en la Revista Especializada en CACAO, la cual demuestra como un grupo de personas emprendedoras toman como referencia la producción del café y forman una asociación para que el cacao sea producido y exportado con a mayor escala y como dieron aportes a los agricultores de su zona (ANECACAO, 2017).

En esta revista se detalla que el principal objetivo de la creación de una asociación que junte a productores y exportadores de cacao, fue crecer en productividad. Se observaba como venían derrumbando las cosechas de café. En aquella época Ecuador exportada tres millones y medios de sacos cuando Colombia ya exportada ocho millones. Se puso énfasis en el cacao, puesto que se había estado participados en este ámbito por varios años. Nos pusimos como tarea que todo fondo que llegaba a ANECACAO, sería destinado al agricultor, para crecer en productividad (ANECACAO, 2017)

Los autores (Morales Intriago et al., 2018), mencionan que la producción de cacao en el Ecuador es un aporte a la economía muy importante, generando una importante fuente de ingresos monetarios y dando empleo a miles de personas. El cacao de variedad Nacional, también llamado como "Arriba", es cultivado por pequeños agricultores que venden a través de intermediarios. Esta es una práctica

común en el país, y en la provincia de Los Ríos no está exenta de esta situación. El cacao se lo ha venido cultivando tradicionalmente desde la época colonial y es la principal fuente de empleo para miles de familias que utilizan el cacao como única fuente de ingresos.

Los pequeños agricultores dedicados a la producción de cacao nacional se hayan en dificultades socioeconómicas debido al menoscabo de la productividad de las plantaciones por factores como los efectos graves de las plagas y el bajo rendimiento de los cultivos por cuestiones de genética o administración. El manejo inadecuado posterior a la cosecha, el mezclar y almacenar con otros productos, puede provocar una contaminación mutua. Otro inconveniente identificado en la actividad cacaotera y surge durante el proceso de comercialización y es los compradores intermediarios; quienes, representan una cadena intermedia larga y de mala calidad. De esta forma, los precios bajan y repercuten directamente en los pequeños productores (Morales Intriago et al., 2018).

Así también Carrión-Astudillo et al. (2021), mencionan que el cacao ecuatoriano es conocido mundialmente por su delicado y permeable aroma, además distinguidos toques frutales y florales; el cacao ecuatoriano posee las propiedades únicas de las nueces, almendras y especias; pudiendo llegar a considerado entre uno de los mejores cacao del mundo, siendo por lo tal, un producto especial que se puede aprovechar. Esta fruta se ha convertido en una actividad agrícola ecológica y es uno de los símbolos más importantes del país que se destaca por su viabilidad económica. Sin embargo, debido a la alta proporción de microorganismos y microfauna del suelo y las favorables condiciones geográficas consideradas una de las riquezas del país, especialmente en recursos biológicos, la producción de cacao sigue aumentando significativamente.

Se debe indicar que, con el adecuado trabajo en procesos de renovación de cultivos, haciendo uso de nuevas técnicas de fertilización para aumentar la productividad, e incrementar los rendimientos y aumentar las ventas. De hecho, el cacao es una

fuente de empleo y medios de vida principalmente en las zonas rurales para permitir la participación en la cadena productiva desde la cosecha hasta el punto de recolección y, en última instancia, hasta la industrialización y la exportación. Su aporte para mejorar la eficiencia y eficacia, y fortalecer aspectos productivos, organizacionales y cualitativos fue invaluable (Carrión-Astudillo et al., 2021).

Esta breve revisión de los antecedentes relevantes da una confirmación del apoyo teórico para el trabajo actual. Hay que tener en cuenta que el cacao se ha convertido en uno de los destinos más importantes para las transacciones de exportación en el contexto de la agricultura ecuatoriana. Algunas empresas chocolateras internacionales están apostando por la calidad de nuestro cacao, como es el caso de la multinacional Nestlé, que exporta 8.000 toneladas anuales a través de la gestión de sus filiales nacionales. Esta multinacional se ha interesado por el cacao nacional por sus propiedades nutricionales, que le permiten cumplir con los requisitos para producir chocolates de la más alta calidad.

1.2. Fundamentación epistemológica

Centro de acopio

Un punto de acopio es un lugar donde los empresarios que tienen dificultad para vender sus productos directamente por problemas de escala, recolectan o almacenan sus productos. Estos espacios de almacenamiento son utilizados por pequeños productores para reducir costos y negociar colectivamente para obtener más ganancias en la venta de sus productos.

Un centro de acopio debe cumplir los requisitos básicos para su correcto funcionamiento. Estos requisitos son los siguientes:

- El lugar de almacenamiento debe estar cubierto y protegido para evitar la contaminación.

- El lugar debe estar limpio y ordenado.
- Mantener alejado de fuentes de contaminación. Se deben considerar programas de limpieza e higiene en el lugar de almacenamiento.
- El producto no debe tocar el suelo. Debe colocarse en un estante para que no entre en contacto directo con el suelo.
- Se requiere agua potable o agua tratada.
- Debe tener una instalación sanitaria que funcione bien y lavarse con jabón o desinfectante. Bote de basura con tapa.
- Registro apropiado bajo la ley aplicable

Según el evaluador, las características de los centros de acopio funcionan de la siguiente manera: Organizar a los productores en la comercialización de los puntos de acopio. Elevar el nivel de ingresos de los productores desarrollando negociaciones con los productores en los puntos de acopio. Agilice sus canales de mercado actuales y logre una ventaja comparativa en el mercado final. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo productos a precios razonables y más uniformes.

El papel de los centros de acopio debe entenderse como uno de los medios para mejorar las ventas y la comercialización, aumentar la productividad y suministrar variedad de productos al mercado local. Puede distinguir entre tres tipos de puntos de acopio: primario, secundario y residual. El centro de acopio primario es el encargado de la recolección y almacenamiento de los productos agrícolas que luego pasan por los siguientes filtros de producción:

Los puntos de acopio secundario, integrados por asociaciones de carácter artesanal o industrial, tienen la función de gestionar la comercialización, y en el caso de la exportación, la recolección, el almacenamiento, la selección de productos terminados y el empaque de los productos elaborados.

Los centros de acopio de residuos están integrados por personas naturales o colectivos autorizados para la recogida de residuos resultantes de la conversión de productos agrícolas. Para ello, estos centros necesitan personal debidamente

formado para mantener el control de esta zona de producción. En algunos casos, se le asignará a un centro de reciclaje.

Plan de negocio

Las decisiones comerciales siempre deben basarse en la fuerza de la idea comercial, pero tomar una decisión es mucho más fácil si la idea se implementa de manera clara y concisa a través de un plan comercial bien escrito. Aclarar las estrategias, tácticas y procedimientos comerciales escritos garantiza un análisis riguroso y un pensamiento claro. Si no puede explicar su estrategia comercial de manera clara y convincente en papel, es poco probable que su estrategia realmente funcione (Vega & Guerrero, 2020).

Dos empresas no son lo mismo, y dos planes de negocios no son lo mismo, pero los buenos planes de negocios comparten un tema común. Ellos "cuentan una historia" y explican cómo una empresa logra sus objetivos de una manera coherente, equilibrado y vinculado. La "historia" se centra en los requerimientos de nuestros clientes (Mir Juliá, 2019). El plan identifica el mercado, su perspectiva de crecimiento, el cliente objetivo y su competencia clave. Debe basarse en un conjunto de apreciaciones fiables que la empresa debe identificar en función de las rentabilidades más sensibles.

Antes de realizar un plan de negocios es necesario establecer una idea, ya una vez establecida se lo puede desarrollar, según Zorita Lloreda & Huarte Martín (2016) afirman: "Lo primero que hay que tener la idea del negocio y mediante la aplicación de este modelo se determina para el éxito o el fracaso de la empresa". Esto significa que la participación de este modelo es de suma importancia donde se utiliza los puntos clave para desarrollar cualquier proyecto de emprendimiento.

De acuerdo a Pérez & González Tabares (2019) un plan de negocios tiene un listado de verificación q se indica de la siguiente manera:

- Cuenta una historia centrada en el cliente, consistente, consistente y consistente.
- Definir claramente el mercado, sus perspectivas, clientes, proveedores y competidores.
- Incluye cotizaciones y pronósticos confiables.
- Explica cómo la empresa logra una ventaja competitiva sostenible.
- Reconoce las estimaciones que tienen el mayor impacto en el éxito de su empresa, el riesgo potencial y las acciones que pueden mitigarlos. Reconoce el apoyo de sujetos relacionadas con el manejo empresarial.
- Contiene explicaciones de las personas involucradas en el funcionamiento de la empresa.
- Determina los fondos necesarios para su negocio.

Características de un plan de negocio

Los planes de negocios son herramientas desarrolladas para capturar la viabilidad de los proyectos implementados (Pérez Luyo & Alvarez Risco, 2020). Por lo que se deben tomar en consideración las siguientes particularidades:

Tabla 2.- Características del Plan de Negocio

CARACTERÍSTICA	DEFINICIÓN
Eficaz	Debe contener toda la información que el promotor utiliza para analizar en detalle el impacto en el lanzamiento del proyecto.
Estructurado:	Debe ser simple y fácil de entender.
Comprensible:	Debe describirse de forma clara y concisa, utilizando conceptos técnicos avanzados. Las figuras y tablas deben ser muy simples y fáciles de entender.

Fuente: Adaptado de (Zorita Lloreda & Huarte Martín, 2016)

Estructura de un plan de negocios

Dado que la economía empresarial está en constante evolución, las empresas no solo buscan beneficios económicos, sino también crean actividades innovadoras para crear valor agregado de manera sostenible a largo plazo. Por esta razón, las empresas necesitan establecer estrategias que permitan a las organizaciones diferenciarse de la competencia.

Del artículo de investigación de los autores (Baque Villanueva et al., 2020), se extrae la afirmación que la estructura que debe contener un plan de negocio es poseer un sentido lógico y de manera coherente, donde se relacionan cada uno de los puntos que lo conforma y son los siguientes:

Tabla 3.- Estructura de un Plan de Negocio

ESTRUCTURA	DETALLE
Presentación de la empresa	Perfil del proyecto
Presentación de los promotores	Cualquiera que lea el proyecto conocerá los beneficios y habilidades de los promotores.
Plan estratégico	Establecer la misión, visión, diseño, mercado y competencia que debe enfrentar la empresa.
Plan de marketing	Establece estrategias de implementación para lograr suficiente participación y posicionamiento de mercado.
Área Jurídica y Fiscal	Tipos de sociedades constituidas desde el punto de vista legal y organizativo (sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, unipersonales, etc.), organigramas internos, posibles departamentos y áreas definidas, y sus respectivas funciones.
Plan de operaciones	Incluye la estructura de la empresa, una descripción de los activos de la empresa y la implementación de todos

	los procesos que permiten la producción de un producto o servicio para un cliente.
Plan de recursos humanos	Esto le dará una idea de los requisitos funcionales cuando se fundó la empresa.
Plan de producción y de calidad	Proporciona los pasos que toma la empresa para planificar el desempeño y el tiempo que lleva hacerlo.
Plan de financiero	Recursos necesarios. Plan de financiación. Vialidad económica.
Plan de contingencia	Permite conocer algunas opciones y posibilidades en caso de que la empresa tenga alguna incidencia en el camino
Anexos	Información de soporte.

Fuente: Adaptado de (Rosas Landa Santiago et al., 2019)

Análisis del mercado

La investigación de mercado se define como el proceso de planificación, recopilación, análisis y comunicación de información relevante sobre cantidad, poder adquisitivo, perfiles de compradores y disponibilidad de proveedores. Todo esto está orientado a trabajar con el gerente de marketing de la empresa para beneficiar la toma de decisiones y gestionar las actividades de marketing en condiciones específicas de mercado (Mancheno-Saá & Albán-Bautista, 2019).

En pocas palabras, la investigación de mercado es un conjunto de tareas realizadas para encontrar la reacción del mercado (objetivo, distribuidor, competitividad) de un producto o servicio en particular. Huerta Rguez (2016), menciona que el estudio de mercado, es una investigación de tipo descriptiva, puesto que el análisis de mercado es un proceso investigativo definitivo que permite explicar un tema en particular (mercado) y revelar su especificidad y circunstancias relevantes.

Análisis de la comercialización del cacao a nivel mundial

La oferta lleva como objetivo evaluar la cantidad y las circunstancias bajo las cuales la economía consigue y pretende entregar un bien o servicio al mercado. La oferta y la demanda, están en función de factores como el costo del producto en el mercado, los procesos de producción, sustentos gubernativos a la generación de bienes o servicios, cantidad de productores, ubicación, capacidad de producción tanto instalada como la que se utiliza, calidad, planificaciones o proyecciones de expansión, cantidad de empleados, etc. (Prieto Herrera & Therán Barrios, 2018).

En cuanto a la oferta de cacao el Ecuador está ubicado entre los principales productores; para sustentar se presenta en el siguiente cuadro; cuadro donde se compara, su posición, la cantidad y porcentaje de cacao ofertado, en relación con otros países que son considerados principales proveedores de este producto.

Tabla 4.- Oferta de Cacao hacia el mercado extranjero

Países	Cantidad (Toneladas Métricas)
Costa de Marfil	2154
Ghana	812
Ecuador	322
Camerún	280
Nigeria	245
Indonesia	200
Brasil	174
Perú	115
República Dominicana	57
Colombia	55

Fuente: (CFN, 2021)

Por su parte, el cacao tiene una demanda, que lleva como finalidad el identificar y valorar qué fuerzas influyen en la demanda de un bien o servicio, incluso cuando se

trata de satisfacer la demanda actual o proyectada. Depende de una variedad de componentes como la demanda real, los precios, niveles de ingresos económicos en la sociedad y otros factores, por lo tanto, este análisis tendrá que tener en consideración la información de fuentes primarias y secundarias, tendencias, representaciones económicas, entre factores (Prieto Herrera & Therán Barrios, 2018).

Teniendo en consideración la demanda a nivel mundial del cacao, se muestra a continuación, una tabla representativa de los principales países con demanda de este producto; en esta tabla, se hace referencia mayormente a los países del continente Europeo, esto con la afirmación que son los lugares donde existe una mayor demanda de cacao para diferentes procesos de elaboración y posterior comercialización.

Tabla 5.- Demanda de Cacao en principales países consumidores

Países	Cantidad (Toneladas Métricas)
Estados Unidos	757,267
Alemania	324,778
Francia	229,556
Reino Unido	225,000
Rusia	197,056
Brasil	175,078
Japón	164,056
España	106,200
Italia	92,878
Canadá	84,378
Australia	66,978
México	62,778

Fuente: (CFN, 2021)

Generalidades del Marketing

Para (Juárez, 2018) el marketing es: “Un proceso social que abarca todas las actividades necesarias para que las personas y las organizaciones puedan obtener lo que desean y necesitan mediante intercambios con otros y para desarrollar

relaciones de intercambio permanentes”. Dicho de otra forma, el marketing pretende adoptar nuevos métodos de aprendizaje. Al desarrollar un producto o servicio, puede aceptarlo. El atractivo y la competitividad de los futuros clientes en el mercado objetivo.

Marketing estratégico, Según el autor (Espinosa, 2016, pág. 26) define como: “Una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto de competidores”. El marketing estratégico tiene como objetivo satisfacer las necesidades descubiertas en los mercados donde las empresas tienen la oportunidad de crecer económicamente. Esta herramienta permite la interacción de un producto o servicio con un cliente y también permite el desarrollo de nuevas estrategias para entregar el producto a la empresa en el futuro.

La Mercadotecnia según el autor (Muriel, 2019, pág. 75) es: “El conjunto de principios y prácticas que se realizan con el fin de aumentar las ventas de un negocio. Incluyéndose los procesos que se ponen en marcha y los recursos que se invierten para conseguir dicho fin”. La mercadotecnia permite que un producto o marca ingrese al mercado y satisfaga las necesidades y demandas de los consumidores a través de nuevas tecnologías y herramientas esenciales que se pueden usar para determinar el producto, el precio, la ubicación y los factores publicitarios.

Plan de marketing, Según los autores (Alcaide, y otros, 2013, pág. 75) define que el plan de marketing es: “Un documento de planificación imprescindible para el correcto funcionamiento de cualquier empresa, independiente de cuál sea su tamaño, del sector al que pertenece y de los recursos que dispone”. Esta herramienta de gestión básica utilizada por las empresas tiene como objetivo investigar la mejor manera de llevar un producto o servicio al mercado y si los consumidores se sienten atraídos y satisfechos con él.

Conclusiones del Capítulo I

Considerar aspectos desarrollados por otros autores en proyectos similares representa la base para integrar sus experiencias para sustentar nuevas investigaciones. La nueva investigación debe tener la característica de que los servicios de nueva creación deben tener un valor añadido para satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas.

La generación de nuevos servicios brinda plena aplicabilidad y satisfacción por parte de los usuarios para fidelizar, posibilitar la sustentabilidad de la empresa en el largo plazo e implícitamente promover relaciones ganar-ganar, debe ser el propósito principal.

Una correcta planificación es un factor importante para el buen desarrollo de la empresa. Esto requiere la consideración de todos los aspectos principales y complementarios de una idea de negocio, ya que la existencia de debilidades puede conducir tarde o temprano al declive y posterior declive. La integración paulatina de nuevos servicios significa una incorporación sistemática a la analítica para no confundir las ideas de negocio que confunden a los clientes, permitiéndoles mantener la esencia del negocio dirigido a un determinado segmento de negocio.

CAPITULO II.

PROPUESTA

2.1. Resumen ejecutivo

Ecuador ha sido reconocido como uno de los países más distinguidos a escala mundial en la producción de cacao fino, el cacao ecuatoriano es un producto que brinda una gran variedad de opciones para su consumo. El cacao ha sido un producto tradicional ecuatoriano desde la época colonial. El cacao y los productos procesados representan el 5,2% de las exportaciones y actualmente son el tercer producto agrícola más importante después del banano y el plátano con una participación el 26.50%; y, las flores con una participación del 7,8%. El cacao ecuatoriano tiene dos importantes ventajas competitivas: características organolépticas únicas (olor y sabor) y métodos de producción que respetan el medio ambiente y los aspectos sociales.

El potencial de producción de Cacao y Aromas del país no ha sido aprovechado en su totalidad; por el contrario, la imagen internacional del país y la competitividad interna se están en pérdida por factores relacionados con: deterioro de la calidad del cacao por mal manejo post-cosecha, humedad en la producción, la mezcla de variedades de cacao, el exceso de impurezas, la desorganización de los productores y su escasa integración en la cadena de comercialización, y externalidades que afectan a los productores y limitan sus posibilidades de desarrollo.

La propuesta de negocio que está inmersa en el proyecto de factibilidad en su estudio de mercado y diseño de investigación correspondiente, tienen como objetivo reconocer la factibilidad para la creación de un centro de acopio, para mejorar la comercialización a nivel interno de producción de cacao, considerando

variables en el análisis del mercado, por lo tanto, consiguiendo así, definir la calidad del cacao a comercializar.

El actual proyecto tiene el propósito de establecer un centro de acopio para las producciones de cacao del cantón Montalvo y sectores cercanos; con la propuesta de brindar servicios adicionales a quienes estén interesados. Además, pretende ver cuán factible resulta la inversión en el negocio desde el punto de vista financiero, social y legal, además de cuantificar los beneficios proyectados a futuro.

2.2. Idea del negocio

El centro de acopio que se planea establecer a través de este proyecto tiene como objetivo comprar cacao a pequeños productores a un precio razonable y calificarlos para sus procesos de producción; asimismo, pretende vender los productos adquiridos a las empresas y distribuidores de estos productos en la ciudad de Babahoyo y Guayaquil. Además, se tiene previsto realizar el proceso de secado, selección de productos y transportación, además del servicio de asesoría a quien desea o solicite recibirla.

El centro de acopio comercializará el cacao, dado que, en la zona de producción de Montalvo, los agricultores continúan cultivando métodos tradicionales y progresivos aplicados en el campo agrícola, y con suposición de la existencia de una gran variedad de cacao, que se beneficiara en la cosecha dándole alta productividad y beneficio económico.

Generalmente, el cacao es considerado local por las industrias que utilizan esta materia prima para la exportación o la transformación en productos semielaborados (vino o pasta, mantequilla, torta y cacao en polvo) y las industrias del chocolate, la chocolatería y la confitería. Las industrias procesadoras en el Ecuador definen al cacao bajo la clasificación CIIU (clasificación industrial uniforme internacional de actividades económicas) como la producción de otros productos alimenticios y la

producción de cacao, chocolate y otros productos alimenticios de confitería. El cacao en grano en su estado natural se comercializa en el mercado nacional y podemos mencionar las principales provincias con mayor producción: Guayas, Manabí, Esmeraldas, El Oro, Cañar y Cotopaxi.

La respectiva comercialización es favorecida a través de requerimientos técnicos que ven inmersa prueba de corte, calidad, clasificación y muestreo, por lo tanto, se reconoce que el centro de acopio se registrará en el control de la producción bajo condiciones de calidad de la norma técnica ecuatoriana INEN 176 quinta revisión 2018-02, en la que se muestran mencionados requisitos de calidad y muestreo respectivo que debe tener el cacao en grano.

Figura 1.- Requisitos físicos y calidad para los granos de cacao

Requisitos	Cacao Fino			Cacao CCN51		Método de ensayo
	A.S.S.S	A.S.S	A.S.E	C.S.S	C.S.C	
Humedad, máximo, %*	7	7	7	7	7	NTE INEN-ISO 2291
Peso de 100 granos, g	> 130	> 120 a 130	100 a 120	> 125	110-125	^a
Granos fermentados, mínimo, %	75	65	53	68	55	NTE INEN-ISO 1114
Granos violetas, máximo, %	15	21	25	18	26	NTE INEN-ISO 1114
Granos pizarrosos, máximo, %	9	12	18	12	15	NTE INEN-ISO 1114
Granos mohosos, máximo, %	1	2	4	2	4	NTE INEN-ISO 1114
TOTALES (análisis sobre 100 granos), mínimo	100	100	100	100	100	
Granos defectuosos, máximo, %	0	1	3	1	3	^b
Material relacionado al cacao, máximo, %	1	1	1	1	1	^b
Material extraño, máximo, %	0	0	0	0	0	^b

* El símbolo % (por ciento) representa al número 0,01, que expresa a la fracción másica.

^a masa determinada por medio de una balanza u otro instrumento equivalente.

^b determinado en 500 g de muestra.

NOTA. Se permite la presencia de granza solo en el Cacao A.S.E y en el Cacao C.S.C en un máximo del 1,5 %

Fuente: (CFN, 2021)

2.3. Definición del producto

De acuerdo al estudio de mercado en la zona identificada en el proyecto, la central de compras venderá la producción de cacao en grano seco CCN51 a las industrias, según el volumen respectivo como unidad de medida, así:

- CCN51 Granos de cacao secos (proceso de mantenimiento): La aceptación de la producción de cacao semi-seco se transferirá a un proceso de producción que brinde y beneficie condiciones de calidad, buenas configuraciones de procesamiento, clasificación adecuada, fermentado y secado, que produzca granos de cacao secos destinados a la venta en el mercado. mercado interno ecuatoriano.
- Cacao en grano CCN51 en estado seco (comprado directamente al productor): beneficia a los productores agrícolas en la etapa comercial del cacao impulsado industrialmente, ofreciéndoles buenos precios, calidad favorable y reduciendo muchos intermediarios existentes en la región.

2.4. Modelo de negocio

2.4.1. Segmentación de clientes

Para la Segmentación de Mercados se tomará en cuenta el criterio geográfico. La segmentación geográfica el mercado se divide por localidades. La teoría que sustenta dicha estrategia indica que las personas que viven en una misma área comparten ciertas necesidades y deseos similares, y que esas necesidades y deseos son diferentes de quienes viven en otras áreas.

El segmento de mercado al que se dirige el proyecto se basa principalmente en las fuerzas que asisten a la demanda y oferta tomando en cuenta el factor

geográfico. Teniendo en consideración que la población económicamente activa (PEA) en la provincia de Los Ríos es de 292.256, y que el cantón Montalvo posee una PEA del 9.920; este dato con tendencia mayoritaria de personas que se dedican a las actividades agrícolas (INEC, 2010). Con este dato se puede mencionar que existe una oferta, la cual servirá de base para las actividades del centro de acopio, vale indicar que en el cantón Montalvo, no hay existencia de empresas dedicadas a la compra de cacao a los productores locales.

En una conversación sostenida con la Lcda Ana Arias Palacios, quien se desempeña como presidenta de la Cámara de Comercio del cantón Babahoyo, supo mencionar que en la ciudad son pocas las empresas que se encuentran registradas con actividad de compra y venta de cacao en tipo mayoristas; también recalca que estas empresas en ocasiones son registradas como empresas pequeñas o medianas, pese a manejar cantidades grandes de producto.

Dejando de lado esta situación en la ciudad de Babahoyo y en sus sectores aledaños se encuentran las siguientes empresas, mismas que están afiliadas a la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), las empresas son las siguientes:

- Comercial Alberto Alvarado S.A. – Babahoyo
- Ruvicoa Cía. Ltda. – Vía Babahoyo – Guayaquil
- Rey Cacao – Vía Babahoyo – Ventanas
- Babahoyo Export S.A. – Babahoyo
- GoldCocoaExport – Pueblo Viejo

Con base a estos datos se conoce que el mercado para la venta de la producción del centro de acopio es finita y algo escasa, por lo tal se ampliara la comercialización hacia las empresas multinacionales Nestlé y La Universal, permitiendo tener una mayor rentabilidad en la comercialización.

2.5. Análisis del macro y micro entorno

2.5.1. Macro entorno

Análisis económico

En la perspectiva económica se puede indicar que el nivel de ventas y exportaciones de cacao han ido en incremento de manera porcentual; lo cual, representa una excelente oportunidad para los agricultores dedicados a la siembra de cacao y una oportunidad de negocio para el centro propuesto.

Figura 2.- Ventas y exportaciones de cacao en el Ecuador



Fuente: (CFN, 2021)

Análisis político

Las entidades gubernamentales, encargadas de regular el desarrollo y ejecución de proyectos concernientes con centros de acopio para el progreso de zonas agrícolas son:

El Ministerio de Agricultura y Ganadería, es aquel que regula las actividades del agro por medio de asistencias técnicas (equipamiento e insumos) para el desarrollo del mismo y por medio del estamento interno de este ministerio encargado de todo lo que tiene relación con la comercialización, y que a su vez se divide en 4 sub-direcciones como son: la Sub-Dirección de Comercialización; Sub-Dirección de Estudios Técnicos de Comercio; Sub-Dirección de Integración y Negociaciones Internacionales; y la Sub-Dirección de Inteligencia de Mercados, estas sub-direcciones labran enfocándose en la planeación estratégica para la producción agrícola, con base a los siguientes objetivos:

- Fortalecer la institucionalidad del sector agropecuario, para que contribuya al desarrollo competitivo, sostenible y equanimidad en los recursos productivos.
- Mejorar los medios de vida de los agricultores y las comunidades rurales a través de las siguientes estrategias: Inclusión social de pequeños y medianos productores. Conexión a mercados nacionales e internacionales. Acceso a los beneficios del desarrollo de servicios e infraestructura.
- A través del desarrollo productivo con el Ministerio de Agricultura y Ganadería, se potenciará la competitividad de la agricultura, se fortalecerá administrativa y técnicamente para lograr un alto nivel de productividad, bajo precio unitario y calidad, y tendrá una presencia estable de productores agrícolas nacionales y extranjeros.
- Establecer un sistema de seguimiento y calificación de la gestión agropecuaria que garantice la soberanía alimentaria y su desarrollo.
- Impulsar la modernización agrícola para el desarrollo sostenible, con enfoque de calidad, diferenciación y generación de valor en función de las necesidades, con miras a la revitalización productiva
- El desarrollo de factores de producción que generen condiciones humanas, naturales y materiales que mantengan una producción

competitiva a través de una mesa asesora enfocada en la cadena alimentaria que integre y modernice la agricultura.

El Ministerio de la Producción, Comercio Exterior e Inversiones, junto con la Secretaría de Estado de Comercio y Servicios, está liderando el desarrollo integral en la implementación de políticas industriales y artesanales para promover el desarrollo de la capacidad, el talento empresarial, humano y financiero; para facilitar el desarrollo, fortalecimiento y posicionamiento del sector industrial y agrícola en las áreas de servicios y mercadeo, la Secretaría Ejecutiva tiene tres direcciones: la dirección de desarrollo comercial, la dirección de servicios industriales y la dirección de investigación sectorial, entre sus objetivos tenemos:

- Incremento de la producción nacional por sustitución estratégica de importaciones en sectores prioritarios.
- Ampliar la gama de productos centrándonos en sectores prioritarios.
- Mayor capacidad para aumentar la productividad al enfocarse en sectores prioritarios.
- Fortalecer acciones en sectores prioritarios para mejorar la calidad de la producción industrial nacional.
- Mejora la eficiencia operativa.
- Incrementar el desarrollo del talento humano.
- Aumente el uso eficiente de su presupuesto.

La promoción de políticas productivas del sector agropecuario donde el gobierno promueva el desarrollo agropecuario, políticas nacionales que beneficien al sector agropecuario y la promoción del crecimiento sostenible de las actividades de los productores campesinos.

- Fortalecer los sistemas del sector público y privado.

- Desarrollo de la industria agrícola, el mercado, el sistema de comercialización nacional y exterior.
- Desarrollo integral de los pueblos indígenas, montubios, afroecuatorianos y campesinos en general.
- Vinculación de cadenas y territorios.
- Reglamentos y sistemas de sanidad e inocuidad agropecuaria.
- Financiamiento, inversión y uso de seguros para la agricultura.
- Difusión de información sobre Producción y Mercado.
- Investigación, transferencia de tecnología, formación personal.
- Manejo y conservación de los recursos naturales.
- Titularidad y regularización de la tierra.
- Cooperación internacional para el desarrollo del sector agropecuario.

2.5.2. Micro entorno

El presente proyecto será llevado a cabo en la ciudad de Montalvo en la provincia de Los Ríos; esta ciudad posee una población es de 28,720 habitantes, y tiene como límites al norte con Caluma, al sur con el cantón Babahoyo, oeste con Babahoyo y al este con San Miguel.

2.6. Análisis de la competencia

Analizando la falta de competitividad en la zona de producción, las negociaciones favorables con los productores de cacao y la distribución directa a los clientes permiten al centro de acopio potenciar las relaciones sociales y comerciales con los proveedores y el crecimiento empresarial, se considera una ventaja empresarial en el Cantón Montalvo.

Por tanto, no existen puntos de acopio que presten los servicios que se pretenden ofrecer en el emplazamiento propuesto. Sin embargo, existe competencia con los intermediarios que llegan al cantón para negociar y adquirir la producción de los

pequeños cacaocultores. Teniendo en cuenta este aspecto, los principales competidores son los intermediarios.

2.7. Propuesta de valor

- Compras a precios acorde al mercado
- Venta de producciones a empresas multinacionales
- Servicio de secado
- Servicio de almacenamiento
- Servicio de transportación
- Inspecciones fitosanitarias

Gráfico 1.- Matriz de Oportunidades y Amenazas

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• No existe competencia directa• Ubicacion demografica adecuada• Condiciones climaticas favorables para desarrollo del cacao• Demanda alta de exportacion	<ul style="list-style-type: none">• Intermediarios• Baja produccion• Agentes climatologico• Plagas

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

2.8. Canales

Para la determinación de los canales de distribución y difusión, se aplica los conocimientos básicos de marketing que permitan fomentar el fortalecimiento de la imagen y posicionamiento de la empresa, permitiendo así tener un mayor

alcance hacia otros cacaocultores de otros sectores y cantones cercanos a la ciudad de Montalvo.

Redes sociales: Facebook e Instagram

Difusión pendenciera en medios sociales digitales por medio del marketing de contenidos permitirá dar a conocer el centro de acopio.

Participación en eventos o ferias agrícolas de la localidad

Por medio de esto, se obtendrá un contacto real con las personas y agricultores locales, permitiendo así generar interés y confianza con los agricultores locales.

Difusión en medios tradicionales

Estrategias publicitarias en medios de comunicación tradicionales, esto permitirá no dejar de lado a personas que no posean elementos tecnológicos de vanguardia.

Convenios

Lograr convenios cooperativos y de comercialización con empresas relacionadas con la agricultura y cuestiones fitosanitarias; además, de agricultores que generen producciones de mayor calidad permitiendo asegurar esas producciones para el centro de acopio.

2.9. Tipo de relación con el cliente

Promociones

Estas se darán habitualmente durante las épocas en donde el influjo de la demanda se vuelve elevado.

Beneficios por volúmenes

Este dependerá del tipo de cacao, cantidad de producción y del precio del producto en el mercado.

Adaptación a las necesidades del cliente

Por medio de una comprensión de necesidades reales de los agricultores, se buscará el mecanismo que beneficie a ellos y al centro de acopio, lo cual da cabida a un beneficio paralelo.

2.10. Fuente de ingresos

Ventas

Principalmente será por medio de la venta de las producciones a las empresas exportadoras y comercializadoras cercanas, rubro que se recibirá en pagos en directos a la cuenta de la empresa, en modalidades de: transferencia, cheques certificados o depósitos.

2.11. Recursos claves

Servicio de secado

El centro de acopio brindará este servicio como un plus para sus proveedores permitiendo así, que sus producciones no posean exceso de humedad.

Servicio de almacenamiento

Siendo un punto básico en un centro de acopio, este se dará de manera específica a cada producción; asegurando, la calidad y conservación de las mismas.

Servicio de transportación

Para los agricultores que no posean medio para la transportación de sus producciones hacia el centro de acopio, se brindara el servicio de transportación por medio de una alianza estratégica con una compañía especializada en transportación de producciones agrícolas.

2.12. Actividades claves

Inspecciones fitosanitarias

Este será un recurso clave de relevancia, puesto que las inspecciones de índole fitosanitaria, se realizará con personal especializado y entendido en el tema; lo cual, permitirá que el pequeño agricultor mejore la calidad de sus producciones, asegurando así, que las producciones adquiridas en el centro de acopio sean de calidad para la comercialización y exportación.

2.13. Socios claves

Los socios claves para este centro de acopio serán los pequeños agricultores dedicados a la producción de cacao en el cantón Montalvo y sus lugares aledaños; además de las empresas comercializadoras y exportadoras más cercanas al cantón Montalvo, adicionalmente las empresas multinacionales Nestlé y La Universal.

2.14. Estructura de costos

En esta sección se tomará en cuenta los costos fijos de \$812.145,34 y variable de \$732.110,33 como base para el presupuesto, teniendo en consideración los gastos que se generen y estados relacionados con este aspecto para el desarrollo del presente proyecto del centro de acopio.

2.15. Cálculo de la muestra poblacional

Siendo una población de carácter finita se considerará la totalidad de la misma para el desarrollo del presente estudio; no obstante, se aplicara un muestreo probalístico aleatorio simple, mismo que es una modalidad de muestreo en la que todos los sujetos que conforman la población poseen iguales probabilidades de ser elegidos (Hernández-Sampieri, 2018). Por lo tal, con la aplicación del este tipo de muestreo se procede a efectuar el cálculo muestra, para obtener la muestra poblacional que permitirá la aplicación del instrumento de recolección de datos.

Para la aplicación de las encuestas se hará un cálculo previo para determinar el número exacto de personas a las cuales se les debe aplicar este instrumento de recolección de datos. Se hará uso de la fórmula de población finita, puesto que con base al Reporte de Coyuntura del Sector Agropecuario con datos del “Proyecto de Reactivación de Café y Cacao Nacional” del Ministerio de Agricultura y Ganadería,

se tiene conocimiento que en el cantón Montalvo y sus alrededores hay existencia de 200 agricultores dedicados a la siembra de cacao (MAG & BCE, 2020).

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza 95% = (1.96)

E = Margen de error 5%

p = Probabilidad de que ocurra el evento 0,9

q = (1-p) Probabilidad de que no ocurra el evento 0,1

$$n = \frac{200 * (1,96)^2 * (0,9) * (0,1)}{(0,05)^2 (200 - 1) + (1,96)^2 (0,9) * (0,1)}$$

$$n = \frac{200 * 3,8416 * 0,09}{0,0025 (199) + 3,8416 * 0,09}$$

$$n = \frac{69,1488}{0,4975 + 0,345744}$$

$$n = \frac{69,1488}{0,843244}$$

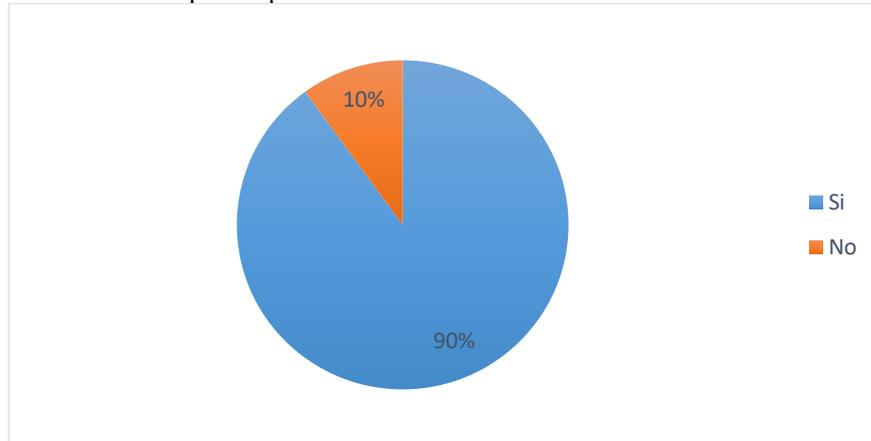
$$n = 82,003$$

$$n = 82$$

Una vez aplicada la fórmula para el cálculo de la muestra queda como resultado 82, es decir que esa será la cantidad de agricultores del cantón Montalvo y sus sectores aledaños, a quienes se les aplicará la encuesta.

2.15.1. Prueba piloto

Gráfico 2.- Resultados prueba piloto



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Con base a las 30 personas encuestadas se determina las posibilidades de éxito y de fracaso; en donde se obtiene como resultado: que el 10% no muestran interés hacia la creación o existencia de un Centro de Acopio en la localidad y un 90% se muestran interesados en la existencia de este centro como un medio de mejora para la comercialización de sus producciones de cacao.

2.15.2. Instrumento

Para esta muestra establecida para los proveedores, se tendrá en cuenta la aplicación de una encuesta y para los clientes se utilizará una entrevista. Vale mencionar que el segundo instrumento se aplicara por medio de formularios de google.

Tabla 6.- Instrumentos de recolección de datos

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Cuestionario

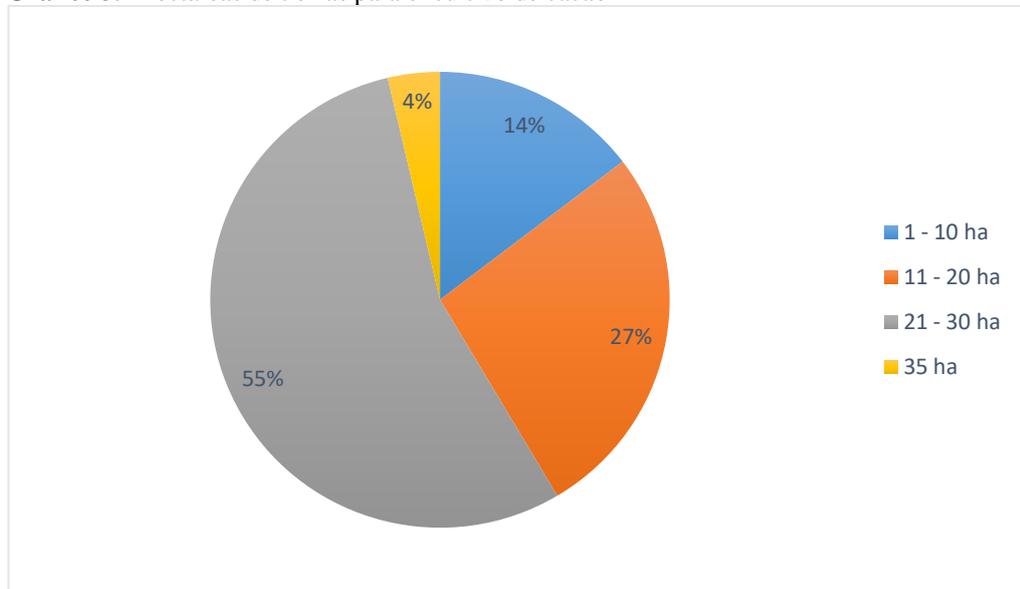
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

2.15.3. Análisis de los resultados

Análisis de la información recopilada por medio de la encuesta aplicada a los proveedores.

Pregunta # 1.- ¿Qué cantidad de hectáreas de tierra destina para el cultivo de cacao?

Gráfico 3.- Hectáreas de tierras para el cultivo de cacao



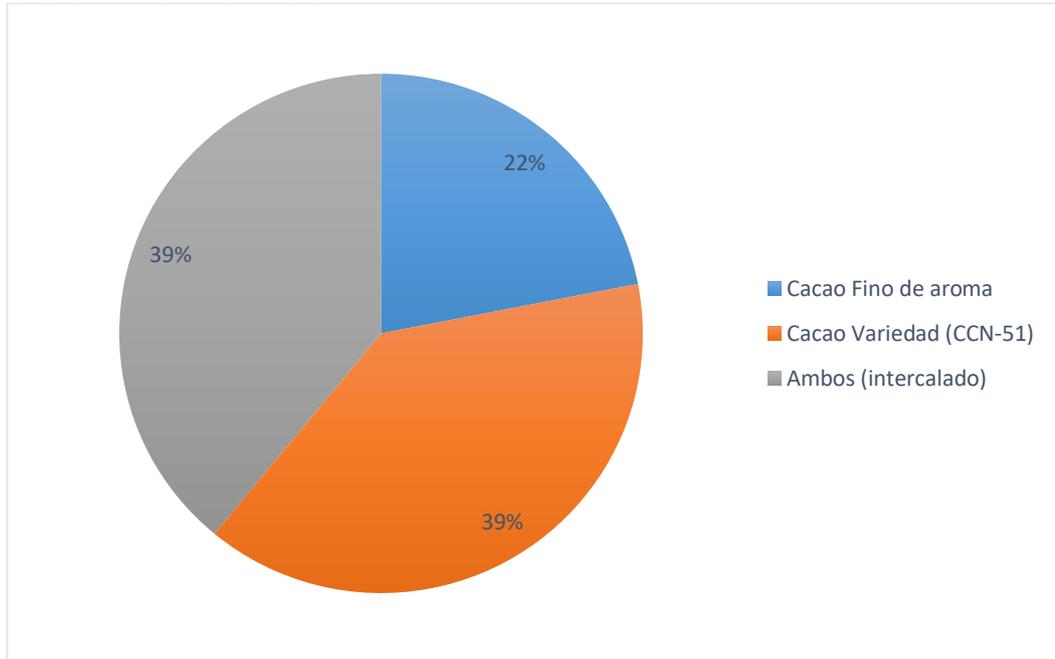
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Los proveedores objeto de la encuesta, supieron manifestar y se pudo deducir que en su mayoría poseen entre 21 a 30 hectáreas de terreno dedicadas específicamente al cultivo de cacao; no obstante, existen otros proveedores que poseen más rango de tierras y a su vez hay agricultores con menos cantidad de tierras destinadas al cultivo de cacao en el cantón Montalvo.

Pregunta # 2.- ¿Cuál es la variedad de cacao que siembra con mayor frecuencia?

Gráfico 4.- Variedad de cacao



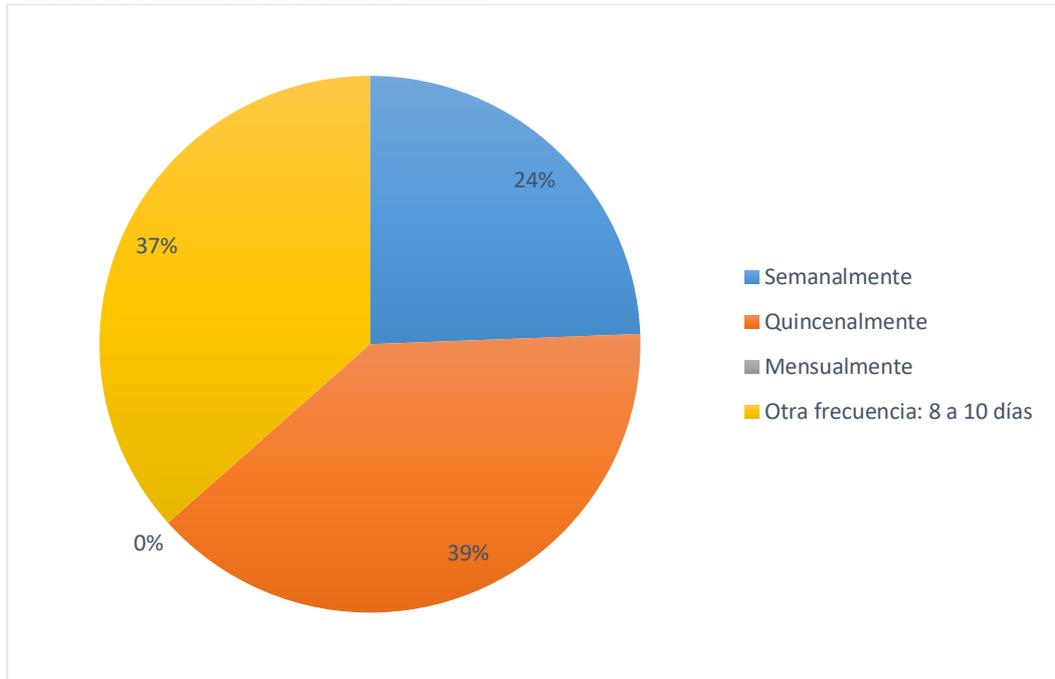
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Con los resultados obtenidos se puede especificar que existe una mayor tendencia hacia diversificar la siembra de cacao en el cantón Montalvo, de igual manera la variedad más sembrada en la CCN-51; no obstante, la variedad conocida como fino de aroma también es sembrada por los agricultores locales solo que en menor proporción.

Pregunta # 3.- ¿Con que frecuencia cosecha cacao?

Gráfico 5.- Frecuencia de cosechas de cacao



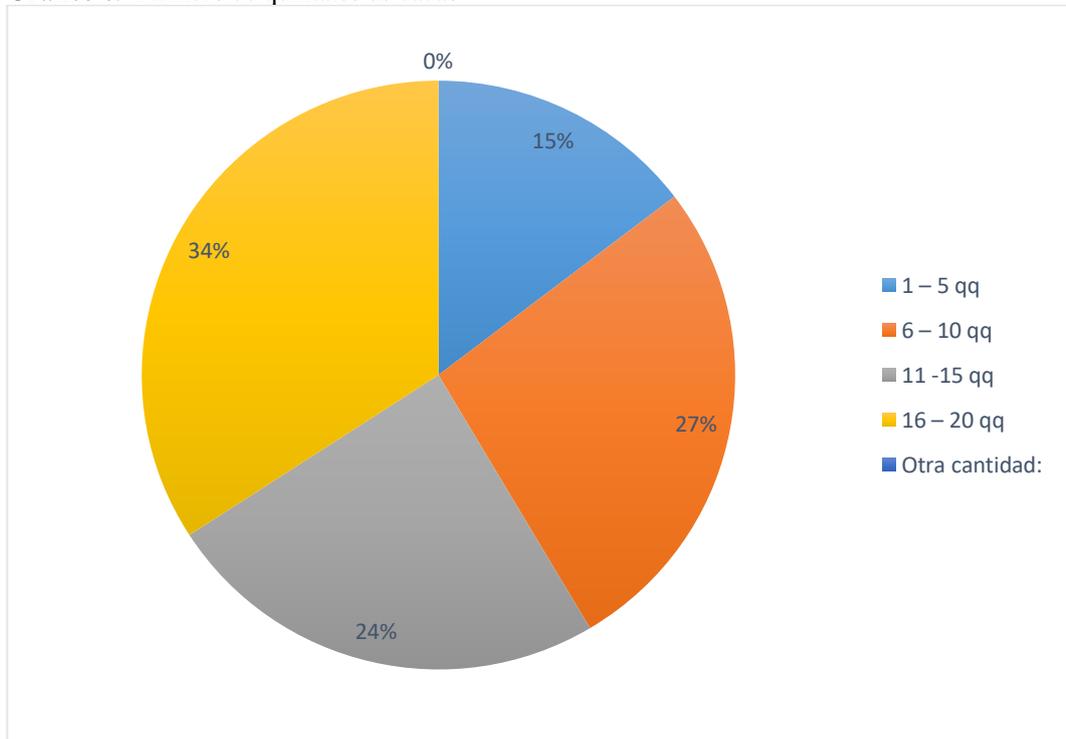
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

En lo que respecta a la frecuencia de cosechas de las producciones de cacao, se puede manifestar que hay un porcentaje mayoritario de agricultores que cosechan de forma quincenal; así mismo, con frecuencia de ocho a diez días, y un porcentaje no tan mínimo de agricultores cosechan de manera diaria, esto se debe a diferentes factores como variedad y cantidad de hectáreas sembradas.

Pregunta # 4.- ¿Cuál es el número de quintales de cacao que recoge en cada cosecha?

Gráfico 6.- Número de quintales de cacao



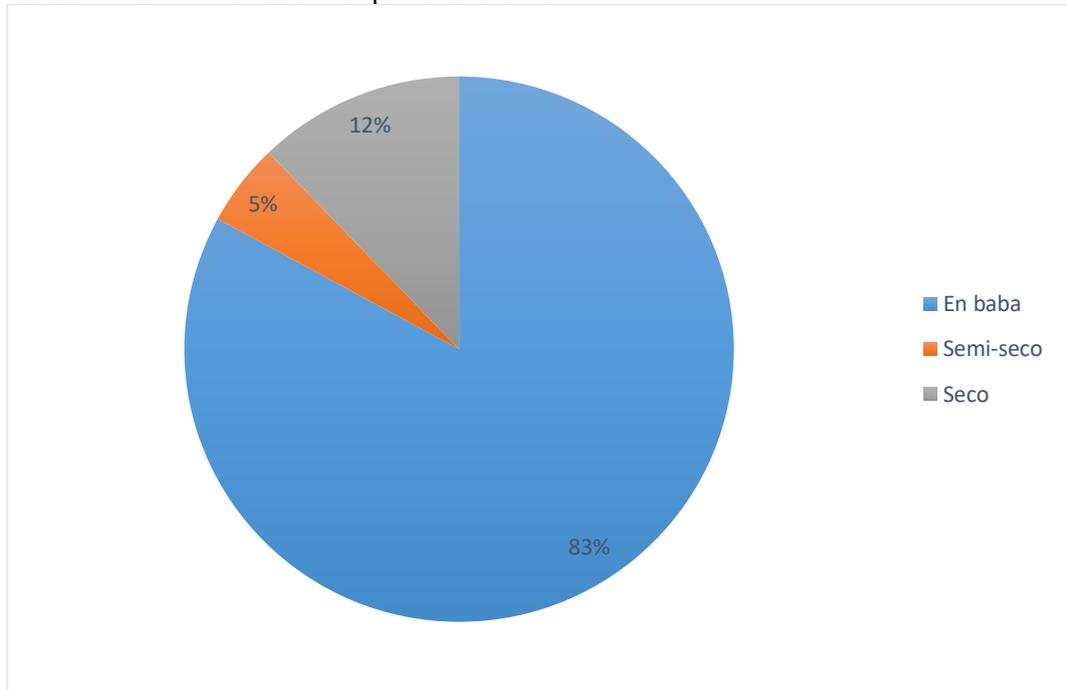
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Los resultados demuestran que en cada cosecha ciertos agricultores cogen entre 16 a 20 quintales, otros de 6 a 10, unos de 11 a 15 y así también hay quienes cosechan de 1 a 5 quintales por cada cosecha; estas cantidades también en relación a la frecuencia de las cosechas y la variedad sembrada por los agricultores del cantón Montalvo.

Pregunta # 5.- ¿Cuál es el estado del cacao que comercializa?

Gráfico 7.- Estado de venta de la producción de cacao



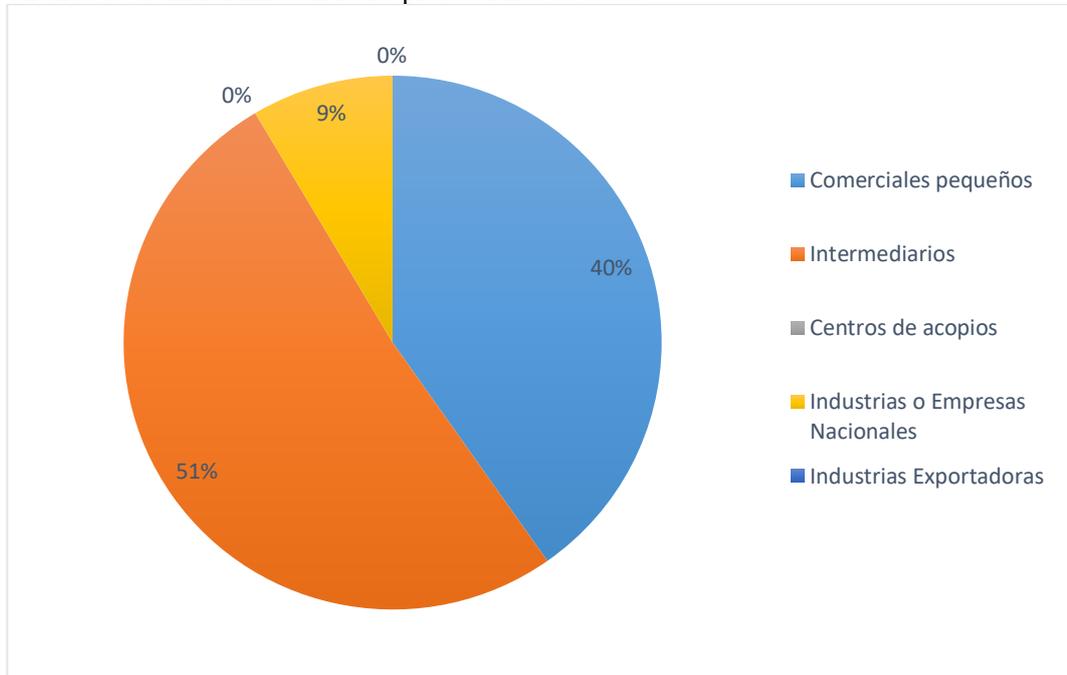
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Los agricultores encuestados diversificaron sus respuestas, puesto que dependiendo de la premura de sus ventas las producciones de cacao son comercializadas en baba principalmente, esto con la afirmación de que es más fácil y rápido venderlo en ese estado; no obstante, el venderlo en estado semi seco, es poco frecuente; al igual que seco, dando a comprender que para los tres estados de la producción de cacao hay compradores.

Pregunta # 6.- ¿A quién le comercializa la producción de cacao?

Gráfico 8.- Comercialización de las producciones de cacao



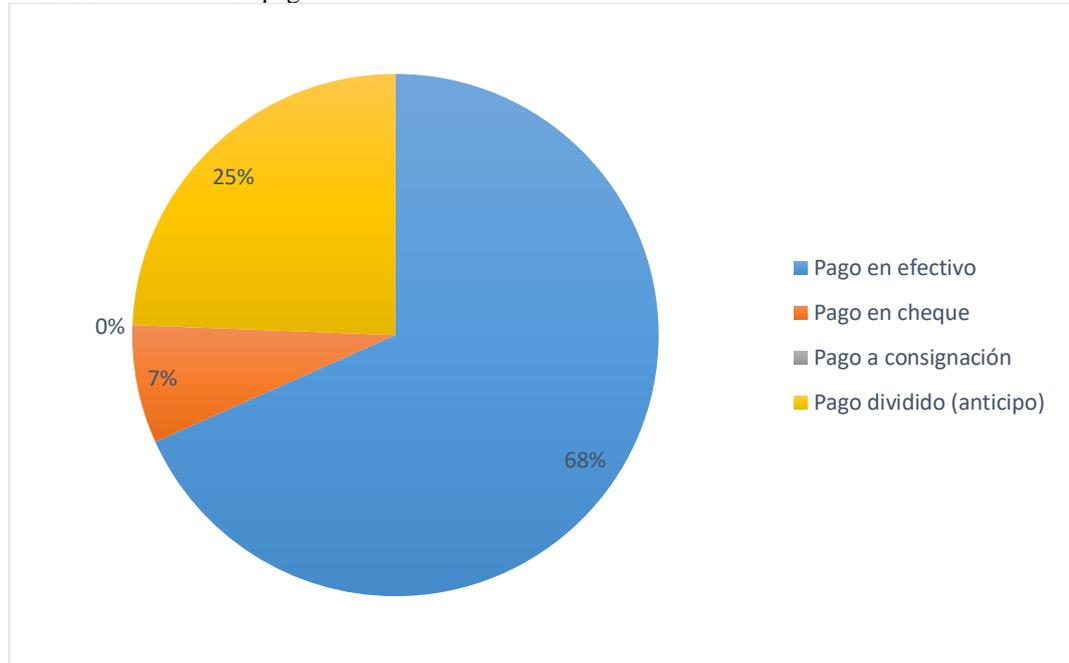
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

La mayoría de agricultores dedicados a la siembra y comercialización de cacao en el cantón Montalvo, venden sus producciones a través de intermediarios pese a que en ocasiones no se le paga el valor acorde a la tendencia del mercado. Algunos prefieren comercializar en comerciales pequeños de localidades cercanas, así tengan que recorrer varios kilómetros para concretar la venta de sus producciones y por otra parte un pequeño porcentaje vende a empresas comercializadoras de cacao de la ciudad de Babahoyo y Caluma.

Pregunta # 7.- ¿Qué método de pago prefiere al comercializar la producción de cacao?

Gráfico 9.- Método de pago



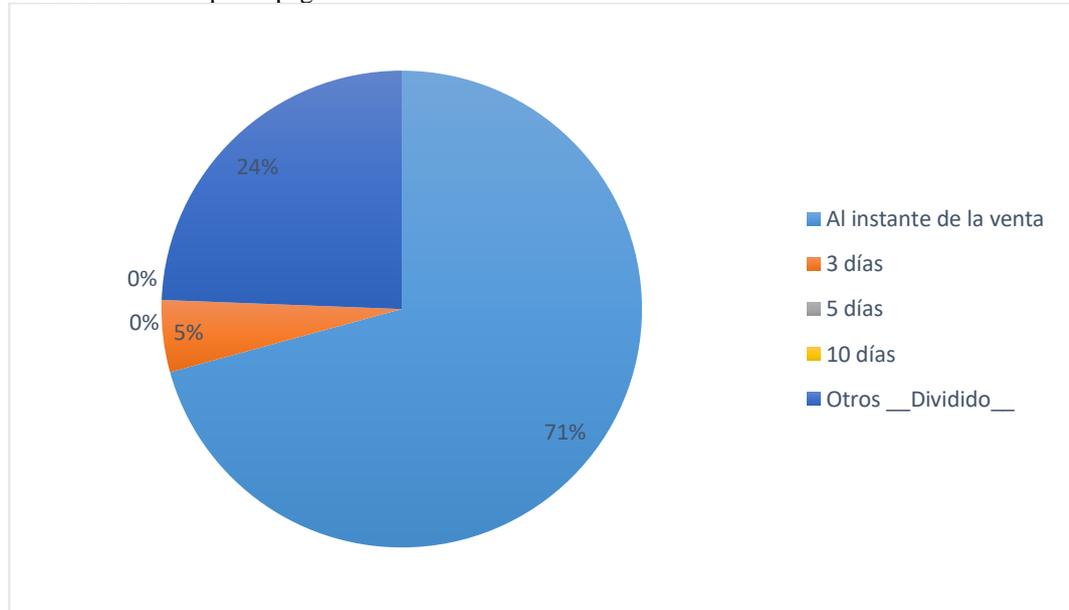
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

En lo que hace referencia al pago por las producciones de cacao comercializadas, los agricultores tienen mayor preferencia hacia el pago en efectivo y con un máximo de tres días de retraso; asimismo, hay productores de cacao que tienen tendencia hacia el pago dividido, que no es otra cosa que recibir un adelanto de dinero y la otra parte al entregar la totalidad de la producción al comprador. Vale mencionar que muy pocos agricultores prefieren el pago en cheque.

Pregunta # 8.- ¿En qué tiempo le realizan el pago de la producción de cacao vendida?

Gráfico 10.- Tiempo de pago



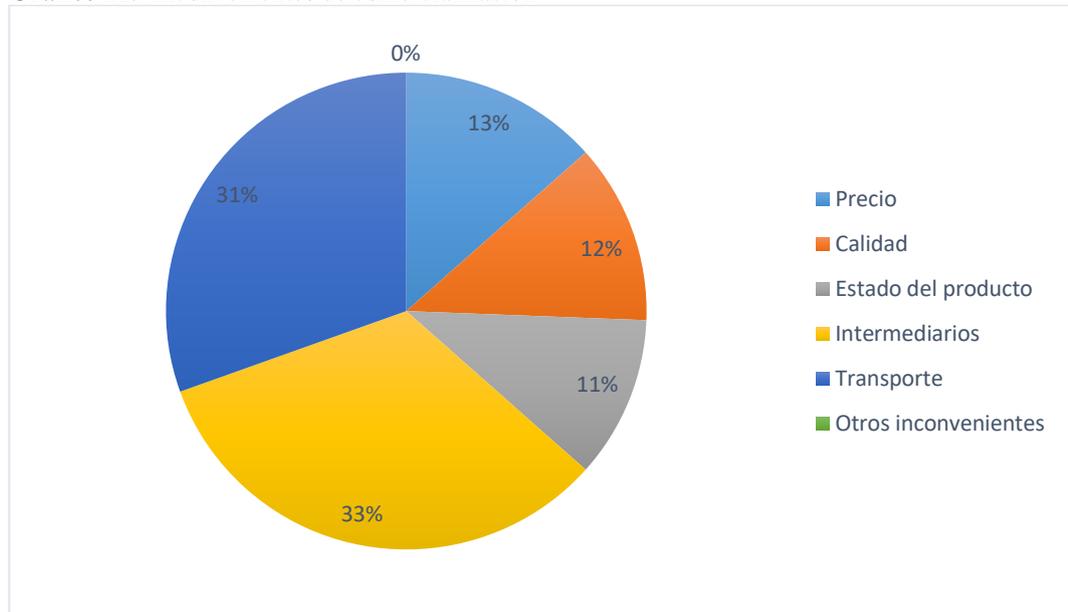
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Por medio de estos resultados, queda clarificado que los agricultores prefieren el pago en el mismo momento de la transacción, puesto que eso les permite volver a invertir y cubrir gastos a nivel personal, otro grupo de personas admiten que prefieren el pago dividido, recibiendo adelantos de valores para costear ciertos gastos imprevistos y un mínimo porcentaje se inclina por pagos hasta con un máximo de tres días de plazo.

Pregunta # 9.- ¿Cuál considera como principal inconveniente al momento comercializar la producción de cacao?

Gráfico 11.- Inconvenientes de comercialización



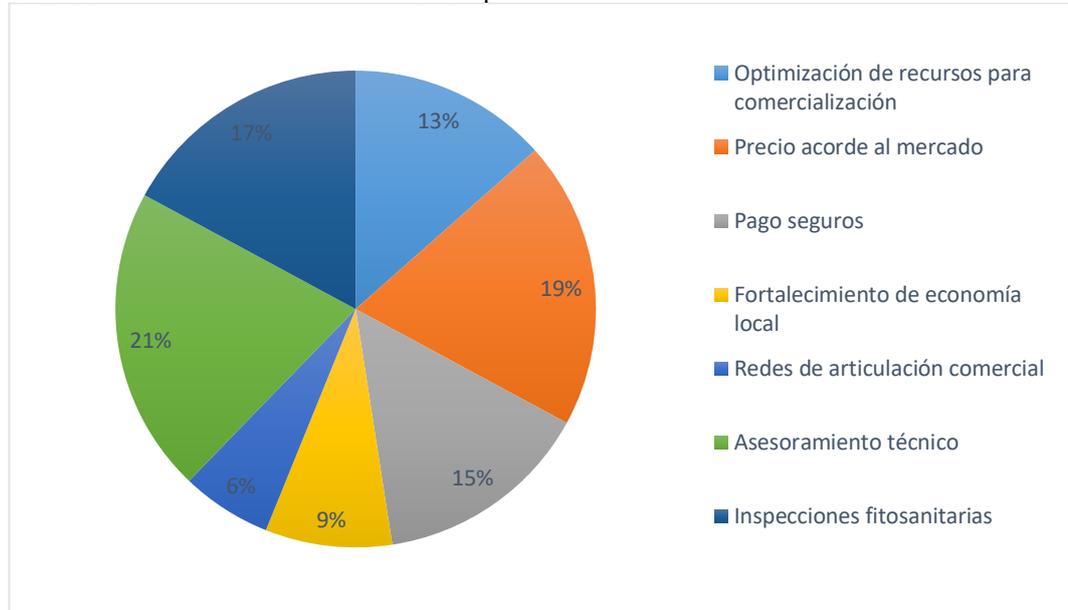
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Entre los inconvenientes que se les presentan a los agricultores del cantón Montalvo, predomina la presencia de intermediarios, quienes habitualmente no cancelan el precio correcto por las producciones de cacao; seguido de los medios de transportes, esto se debe a que los costos por transportación en ocasiones son altos; otro inconveniente es el precio de compra acorde al mercado; así también indican que el estado del producto, sabiendo que si la producción está en estado semi seco o seco implica la utilización de mayores recursos por parte de los pequeños agricultores y la calidad de las producciones es otro inconveniente reinante, puesto que en ciertas empresas a la mínima presencia de plaga o malogración de la producción, les rechazan sus producto.

Pregunta # 10.- ¿Cuáles son los beneficios que le proporcionaría el centro de acopio?

Gráfico 12.- Beneficios de un centro de acopio



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Interpretación

Los agricultores encuestados mencionan que desde su perspectiva empírica, pueden mencionar que los beneficios que les brindaría un centro de acopio en el cantón Montalvo, sería: brindar asesoramiento técnico, compras de producciones con precios acorde al mercado, el colaborar en la ejecución de inspecciones fitosanitarias, tener pagos seguros posterior a las ventas, optimización de recursos para la comercialización, estos aspectos permitirían que la economía local se fortalezca siendo ese otro beneficio y el conformar redes de articulación comercial. Considerando estos beneficios, los agricultores mencionan que la productividad de sus plantaciones mejoraría y por ende la calidad de vida.

Análisis de la entrevista aplicada.

Tabla 7.- Análisis de entrevista aplicada a clientes

Preguntas	Respuesta cualitativa	Respuesta Cuantitativa
<p>¿Qué aspectos considera relevantes al comprar las producciones de cacao?</p>	<p>Como principales aspectos que se tienen en cuenta al momento de comprar las producciones de cacao, son el estado de la pepa, si viene en baba, semi seco o seco, si tiene alguna plaga; es decir, en si se hace una breve revisión del grano, comprobando que sea viable para la venta posterior.</p> <p>Se debe mencionar que si se hace compras de cacao semi-seco o en baba, este debe ser sometido a procesos de secado y limpieza, para dejarlo apto para la venta y cumplir con los requerimientos de las empresas que nos compran.</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – se fija en todos los aspectos.</p> <p>Ruvicoa Cía. Ltda. – se fija en si trae plagas.</p> <p>Rey Cacao – se fija si trae plagas.</p> <p>Babahoyo Export S.A. - se fija en todos los aspectos</p> <p>GoldCocoaExport – se fija si trae plagas.</p>

<p>¿Cuál es la frecuencia de cacao que compra a sus proveedores?</p>	<p>Esto depende puesto que hay personas que venden semanalmente, otras personas vienen cada 10 días y por ahí algunos pocos en forma quincenal; son la mayoría de frecuencias que se hace las compras.</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – semanal y quincenal. Ruvicoa Cía. Ltda. – quincenal. Rey Cacao – al diario, cada 10 días y quincenal. Babahoyo Export S.A. – quincenal. GoldCocoaExport – quincenal.</p>															
<p>¿Cuál es la cantidad de toneladas de cacao que usted compra a sus proveedores?</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – 2.409 Tn Ruvicoa Cía. Ltda. – 2.955 Tn Rey Cacao – 1.450 Tn Babahoyo Export S.A. – 3.170 Tn GoldCocoaExport – 1.892 Tn</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1274 584 1686 628">Cientes</th> <th data-bbox="1686 584 1924 628">Toneladas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1274 628 1686 673">Comercial Alberto Alvarado</td> <td data-bbox="1686 628 1924 673">2.409</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 673 1686 718">Ruvicoa Cía. Ltda.</td> <td data-bbox="1686 673 1924 718">2.955</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 718 1686 762">Rey Cacao</td> <td data-bbox="1686 718 1924 762">1.450</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 762 1686 807">Babahoyo Export S.A.</td> <td data-bbox="1686 762 1924 807">3.170</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 807 1686 852">GoldCocoaExport</td> <td data-bbox="1686 807 1924 852">1.892</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 852 1686 896">PROMEDIO DE OFERTA</td> <td data-bbox="1686 852 1924 896">2.373</td> </tr> </tbody> </table>		Cientes	Toneladas	Comercial Alberto Alvarado	2.409	Ruvicoa Cía. Ltda.	2.955	Rey Cacao	1.450	Babahoyo Export S.A.	3.170	GoldCocoaExport	1.892	PROMEDIO DE OFERTA	2.373
Cientes	Toneladas																
Comercial Alberto Alvarado	2.409																
Ruvicoa Cía. Ltda.	2.955																
Rey Cacao	1.450																
Babahoyo Export S.A.	3.170																
GoldCocoaExport	1.892																
PROMEDIO DE OFERTA	2.373																
<p>¿Cuál es la cantidad de toneladas de cacao demandadas por sus clientes?</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – 3.451 Tn Ruvicoa Cía. Ltda. – 3.707 Tn Rey Cacao – 2.350 Tn Babahoyo Export S.A. – 4.076 Tn GoldCocoaExport – 2.404 Tn</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1274 971 1686 1016">Cientes</th> <th data-bbox="1686 971 1924 1016">Toneladas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1274 1016 1686 1061">Comercial Alberto Alvarado</td> <td data-bbox="1686 1016 1924 1061">3.451</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 1061 1686 1106">Ruvicoa Cía. Ltda.</td> <td data-bbox="1686 1061 1924 1106">3.707</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 1106 1686 1150">Rey Cacao</td> <td data-bbox="1686 1106 1924 1150">2.350</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 1150 1686 1195">Babahoyo Export S.A.</td> <td data-bbox="1686 1150 1924 1195">4.076</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 1195 1686 1240">GoldCocoaExport</td> <td data-bbox="1686 1195 1924 1240">2.404</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1274 1240 1686 1323">PROMEDIO DE DEMANDA</td> <td data-bbox="1686 1240 1924 1323">3.198</td> </tr> </tbody> </table>		Cientes	Toneladas	Comercial Alberto Alvarado	3.451	Ruvicoa Cía. Ltda.	3.707	Rey Cacao	2.350	Babahoyo Export S.A.	4.076	GoldCocoaExport	2.404	PROMEDIO DE DEMANDA	3.198
Cientes	Toneladas																
Comercial Alberto Alvarado	3.451																
Ruvicoa Cía. Ltda.	3.707																
Rey Cacao	2.350																
Babahoyo Export S.A.	4.076																
GoldCocoaExport	2.404																
PROMEDIO DE DEMANDA	3.198																

<p>¿Cuál es la forma de pago utilizada y en qué plazo cancela las producciones de cacao adquiridas?</p>	<p>Las formas de pago en su mayoría son en efectivo y con un máximo de pago a tres días; así también hay existencia de clientes a los cuales, se les facilita dinero a manera de adelanto para que procedan a cosechar y al momento que nos entregan las producciones se les cancela el restante.</p> <p>Muy poco acceden a aceptar pagos en cheques.</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – paga al instante. Ruvicoa Cía. Ltda. – paga al instante. Rey Cacao – plazo de 3 a 5 días de pago Babahoyo Export S.A. – pago dividido y en cheque. GoldCocoaExport – paga al instante y dividido</p>
<p>¿Qué canales de distribución tiene su empresa?</p>	<p>Mayormente el proveedor viene hacia nosotros, pero así también se tiene fianza con ciertas cooperativas de transporte pesado (camiones) que se les envía a los proveedores para que ellos nos envíen sus producciones. Esto se hace con una pre-aceptación de ambas partes.</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – envía transporte a ciertos clientes y espera que el cliente llegue. Ruvicoa Cía. Ltda. – espera que el cliente llegue. Rey Cacao – espera que el cliente llegue Babahoyo Export S.A. – envía transporte a ciertos clientes y espera que el cliente llegue. GoldCocoaExport – espera que el cliente llegue</p>

<p>¿Qué variedad de cacao adquiere con mayor frecuencia?</p>	<p>En lo que respecta a la variedad de cacao, esta es dividida puesto que dependiendo del proveedor traen la variedad, pero la más comprada es la CCN-51; no obstante, actualmente la mayoría de proveedores siembran intercalando producciones de manera que hay variedad en las compras.</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – diversificado. Ruvicoa Cía. Ltda. – variedad CCN-51 preferentemente. Rey Cacao – variedad CCN-51 preferentemente Babahoyo Export S.A. – diversificado. GoldCocoaExport – diversificado</p>
<p>¿Qué beneficio como empresa brinda hacia sus proveedores de cacao?</p>	<p>La mayoría de empresas en su mayoría solo brinda el servicio de transporte, pero esto es a ciertos proveedores. Un beneficio que reciben mayoritariamente es el pago seguro de sus producciones vendidas.</p> <p>Supieron expresar que como empresas no pueden proporcionar mayor beneficio, puesto que ellos están sujetos a la demanda de la empresa comercializadora.</p>	<p>Comercial Alberto Alvarado – transporte a ciertos clientes. Ruvicoa Cía. Ltda. – pagos seguros. Rey Cacao – pagos seguros Babahoyo Export S.A. – transporte a ciertos clientes GoldCocoaExport – pagos seguros</p>

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

2.16. Plan de Marketing

Para la determinación de las estrategias de marketing, se aplica el marketing de posicionamiento, donde se destaca el dar a conocer la empresa propuesta, demostrando su diferenciación y beneficios destacables de la misma en comparación con otras empresas en el mercado. Esto con base a la propuesta de valor que presenta este centro de acopio para los cacaocultores del cantón Montalvo.

Tabla 8.- Matriz general de marketing

Estrategia	Objetivos Específicos	Meta	Acciones	Recursos	Plazo	Responsable
Diseñar una novedosa presentación del centro de acopio y sus servicios.	Mejorar el nivel de compra y venta, para generar mayor beneficio a la microempresa	Aumento de compra y venta de los productos en un 90%	Presentación de la empresa y los servicios que esta ofrecerá.	Servicios ofertados	Control mensual de nivel de compra y ventas	Administrador
Diversificar los servicios brindados al cliente	Generar mejor posicionamiento comercial de la microempresa	Obtener mejor posicionamiento en el mercado en un 80%	Obtener la satisfacción del proveedor y cliente	Trabajadores Producción	Control de complacencia y preferencia del proveedor y cliente	Gerente Investigador

Diseñar plan de difusión por medio de redes sociales y prensa, ofertando servicios.	Generar una mejor campaña publicitaria por medio de estrategias de marketing mix	Lograr publicidad que impulse el logro de objetivos en un 100%	Incremento de compras y ventas mejorando el posicionamiento	Estrategias de marketing	Tres meses	Gerente Investigador
---	--	--	---	--------------------------	------------	----------------------

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 9.- Matriz de plan de estrategias de marketing mix

Nº	ESTRATEGIA	ACCIONES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
PRODUCTO				
1	Estrategia de Penetración: Lanzamiento del Centro de Acopio	Evento de Lanzamiento del Centro de Acopio, destacando los servicios que se brindara.	1.500,°°	1.500,°°
PRECIO				
2	Estrategia de Fijación de Precio por Alineamiento: Mantener el Precio a medida	Mantener el precio a medida, cuidando que el usuario se sienta conforme con los precios de compra y venta; y los servicios brindados.	-----	-----

PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN				
3	Estrategia de publicidad: Colocación de publicidad en puntos estratégicos del cantón	Colocar publicidad impresa en diferentes sectores estratégicos del cantón dando a conocer el Centro de Acopio y servicios prestados (trimestral).	450,00	1.200,00
4	Estrategia de promoción comercial: Aumentar el reconocimiento del Centro de Acopio, por medio de Publicidad en medios tradicionales y digitales	Publicidad trimestral en medios tradicionales Implementación de chatbot Campaña publicitaria en Facebook e Instagram	450,00 120,00 40,00	1.300,00 1.050,00 480,00
5	Estrategia de promoción comercial: Catálogos digitales e impresos	Manejo de catálogos impresos y digitales para hacer conocer los servicios prestados por el Centro de Acopio	450,00	450,00
6	Estrategia de comunicación: Capacitaciones o Asesoramientos técnicos	Capacitaciones enfocadas en la mejora de las producciones de cacao	150,00	1,500,00

PLAZA (DISTRIBUCIÓN)				
7	Estrategia de presión (PULL): Creación de contenido para campañas en medios masivos, y establecimiento de una línea grafica identificativa para el Centro de Acopio.	Línea gráfica Papelería corporativa	600,00 800,00	600,00 800,00
			TOTAL	\$ 8.880,00

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

3. Estudio Técnico

Resulta imperioso efectuar el estudio técnico para establecer las dimensiones adecuadas, ubicación, selección de recursos y tecnología requerida, y poder brindar la atención y servicio adecuado para los clientes del centro de acopio.

3.1. Localización del proyecto

3.1.1. Macro localización

El presente proyecto será llevado a cabo en la ciudad de Montalvo en la provincia de Los Ríos; esta ciudad posee una población es de 28,720 habitantes, y tiene como límites al norte con Caluma, al sur con el cantón Babahoyo, oeste con Babahoyo y al este con San Miguel. Siendo esta ciudad un punto clave en la vía Guaranda – Babahoyo, por su clima esta ciudad es un lugar adecuado para el cultivo de cacao en sus áreas rurales, teniendo en cuenta que hay un alto número de personas que se dedican a la plantación cacao.

Tabla 10.- Macro localización del Centro de Acopio

País	Ecuador
Región	Costa
Zona	5
Provincia	Los Ríos
Ciudad	Montalvo

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Grafico 13.- Macro localización del Centro de Acopio



Fuente: (Google Maps, 2022b)

3.1.2. Micro localización

Con base al tipo de actividad que se pretender efectuar en el centro de acopio, se ubicaron tres posibles locaciones con puntos fáciles de identificación y con vías de acceso rápida, para esto se optó por hacer la selección por medio de puntuación teniendo en cuenta diferentes factores relevantes para un adecuado funcionamiento del centro de acopio.

En donde se cuantifica el peso como la relevancia del factor analizado en la ubicación seleccionada, la calificación se da de acuerdo al criterio del investigador, por el conocimiento de la zona, como resultado la ponderación se por la multiplicación del peso con la calificación, dando un valor porcentual que permite obtener la calificación final de evaluación.

Tabla 11.- Locación 1.- Calles 6 de Octubre y San Antonio

Factor	Peso	Calificación	Ponderación
Servicio de energía eléctrica	0,05	6	0,30
Servicio de agua potable	0,30	6	1,80
Medio de comunicación	0,10	6	0,60
Seguridad vial	0,10	8	0,80
Condiciones de clima	0,05	7	0,35
Cerca a los productores	0,15	6	0,90
Disponibilidad de mano de obra	0,25	7	1,75
TOTAL	1,00	-----	6,50

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 12.- Locación 2.- Kilometro 1.5 vía Montalvo - Babahoyo

Factor	Peso	Calificación	Ponderación
Servicio de energía eléctrica	0,05	7	0,35
Servicio de agua potable	0,30	8	2,40
Medio de comunicación	0,10	7	0,70
Seguridad vial	0,10	9	0,90
Condiciones de clima	0,05	9	0,45
Cerca a los productores	0,15	9	1,35
Disponibilidad de mano de obra	0,25	9	2,25
TOTAL	1,00	-----	8,40

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 13.- Locación 3.- Kilometro 1 vía Montalvo - Balsapamba

Factor	Peso	Calificación	Ponderación
Servicio de energía eléctrica	0,05	7	0,35
Servicio de agua potable	0,30	7	2,10
Medio de comunicación	0,10	7	0,70
Seguridad vial	0,10	6	0,60
Condiciones de clima	0,05	7	0,35
Cerca a los productores	0,15	7	1,05
Disponibilidad de mano de obra	0,25	8	2,00
TOTAL	1,00	-----	7,15

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Para la selección de la locación elegida se efectuó un análisis de puntos, el cual arrojó una puntuación aceptable, esto en base a los factores más concluyentes para la elección de la ubicación adecuada para el centro de acopio propuesto, determinando que este centro de acopio este ubicado en la salida del cantón Montalvo; orientando sus servicios a los productores del cantón Montalvo y lugares aledaños.

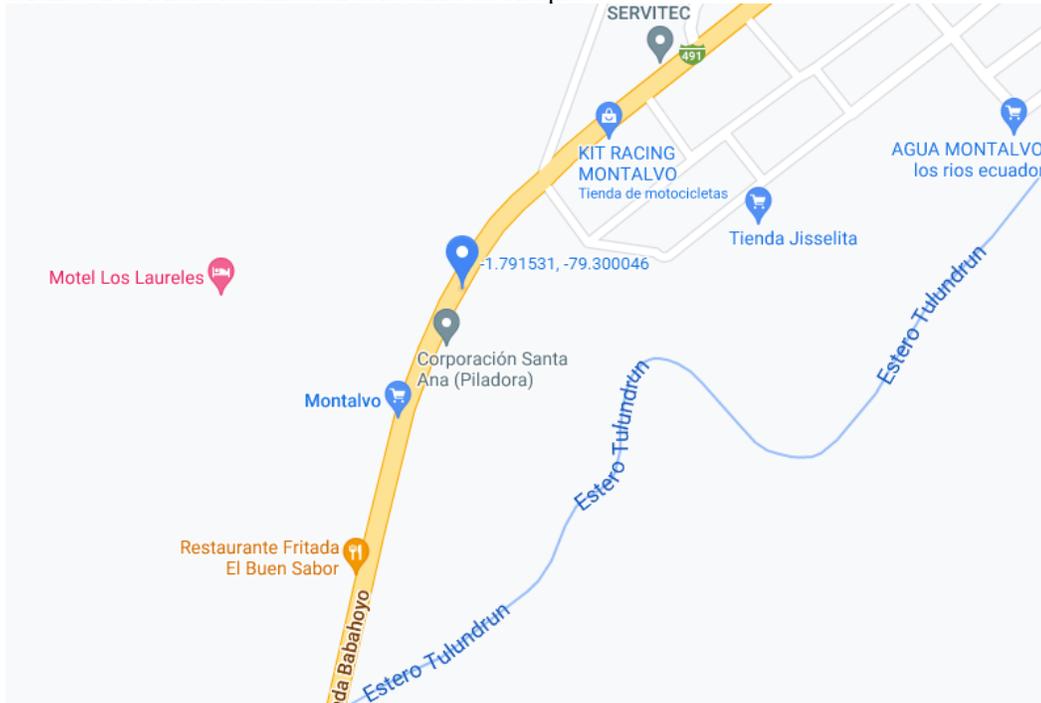
El Centro de Acopio estará ubicado la salida del cantón Montalvo, exactamente en el Kilómetro 1.5 de la vía Montalvo – Babahoyo, a un costado de la Corporación Santa Ana, lugar donde se ubicará la oficina central y sus áreas de almacenamiento, descarga y embarque de las producciones de cacao.

Tabla 14.- Micro localización del Centro de Acopio

Cantón	Montalvo
Calle principal	Vía Montalvo - Babahoyo
Kilometro	1.5

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Gráfico 14.- Micro localización del Centro de Acopio



Fuente: (Google Maps, 2022a)

Tabla 15.- Ventajas de la localización del Centro de Acopio

Ventajas de la localización actual	Transito	Sitios de interés	Parqueadero	Costo
Oficina	Alto y continuo	Vía de salida e ingreso rápida al Centro	Parqueo interno y externo	El arriendo es conveniente y acorde con la ubicación
Áreas de almacenamiento, carga y descarga	Alto y continuo	Acceso y salida rápida del centro	Parqueo interno y externo	El arriendo es conveniente y acorde con la ubicación

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Esta ubicación fue seleccionada por encontrarse en la vía de acceso y salida del cantón; por lo tal, no habrá ningún inconveniente, con los diferentes medios de transporte que lleguen al centro de acopio a descargar o embarcar las producciones de cacao.

3.2. Determinación de la oferta y la demanda

La producción del cacao en el país se ha establecido como un relevante sector en la economía ecuatoriana, especialmente por su importante contribución en la generación de divisas por medio de las exportaciones. Actualmente el Ecuador se ubica entre los principales exportadores de cacao en el sector agrícola local.

Para la obtención de los datos históricos de la oferta y demanda se utilizó la exportación de cacao según la Ficha Sectorial Cacao y Chocolate de la Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios de la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2021); en conjunto con la aplicación del método de incremento porcentual, mismo que es de 1,09%; y además, se procedió a realizar el cálculo de la demanda insatisfecha con sus proyecciones para los próximos 5 años.

Tabla 16.- Variación en la exportación de cacao anualmente

Años	Exportación (Tn, miles)	Variaciones de la Exportaciones (%)
2016	253,02	
2017	308,27	1,22
2018	321,91	1,04
2019	297,07	0,92
2020	353,90	1,19
2021	387,23	1,09
2022	423,70	1,09
2023	463,61	1,09
2024	507,28	1,09
2025	555,06	1,09
2026	607,34	1,09

Fuente: (CFN, 2021)

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

La oferta del cacao ecuatoriano, a través de los años ha estado en tendencia al alza, esto con base a que posee característica de inigualables como su sabor, aroma y calidad, esto significa que el Ecuador posee claras ventajas competitiva; siendo por lo tal, altamente reconocido en el mundo.

En lo que refiere a la demanda la actual situación del cacao ecuatoriano, se trata de sus primordiales nichos de consumo que se ubican en el ámbito internacional; puesto que, es a donde se comercializa cerca del 75% de las producciones de cacao, sea en grano, elaborados y semi - elaborados.

En similitud a otras cadenas productivas, el cacao ha sido aprovechado y sigue siendo aprovechado principalmente por los intermediarios, quienes habitualmente cancelan a los pequeños productores hasta un 40% menos del precio normal de mercado, esto sumado a las desventajas en pesaje. Lo cual deriva en faltantes para cubrir la demanda total de cacao en mercados locales e internacionales.

Tabla 17.- Oferta, Demanda y Demanda insatisfecha de cacao de los clientes

Años	Oferta (Tn)	Demanda (Tn)	Demanda Insatisfecha (Tn)
2016	2506	3027	521
2017	2476	3064	589
2018	2450	3096	647
2019	2428	3125	698
2020	2399	3163	764
2021	2373	3198	825
2022	2399	3233	834
2023	2425	3268	843
2024	2452	3304	852
2025	2479	3340	862
2026	2506	3377	871
2027	2533	3414	881

Fuente: (CFN, 2021)

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Vale mencionar que, conforme a la recolección de datos de la entrevista aplicada a los clientes, se determinó que existe una oferta y demanda en incremento, pudiendo establecer la presencia de una demanda insatisfecha en el mercado de comercialización de cacao, mismos datos que serán utilizados para los cálculos que la requieran dentro del plan financiero de la empresa propuesta.

3.3. Tamaño del proyecto

Para la determinación del tamaño del proyecto, se toma como referencia los datos obtenidos de la pregunta # 2 de la encuesta aplicada a los proveedores; y se puede determinar que con un cálculo promedial de la cantidad de quintales que producen y comercializan, pudiendo cubrir la demanda insatisfecha en un 100%; esto con, base a la siguiente tabla:

Tabla 18.- Tamaño del proyecto

Cantidad de proveedores	Promedio de quintales a comprar (cada 15 días)	Total de ventas (qq)
12	3	37
22	8	177
20	13	256
28	18	502
Promedio total de venta del centro de acopio		874,53 qq

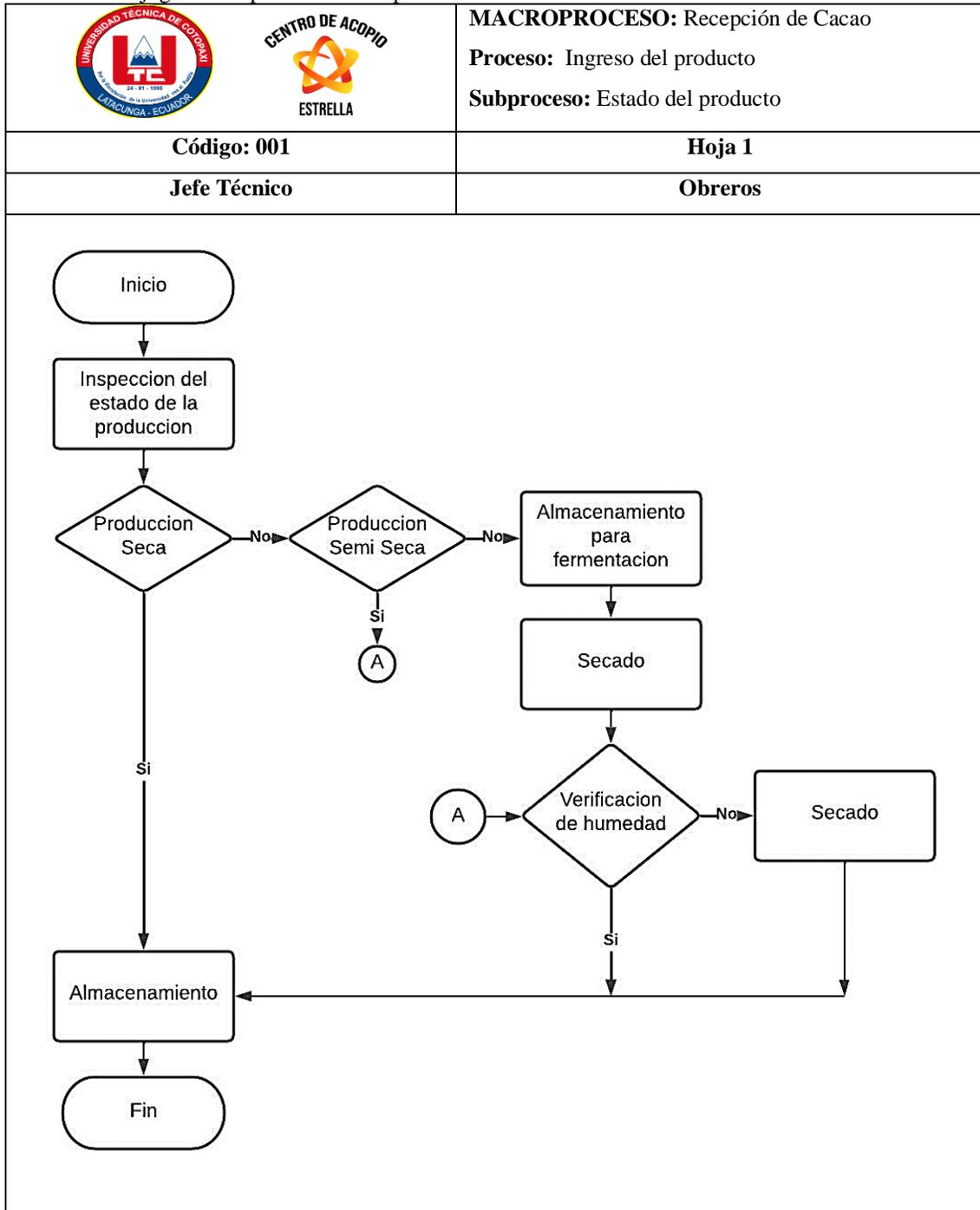
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

3.4. Ingeniería del proyecto

Para la ingeniería del proyecto se procede a detallar los elementos requeridos para brindar un adecuado funcionamiento y atención a interno del centro de acopio propuesto en este trabajo, así como también permitirá un adecuado desarrollo de las

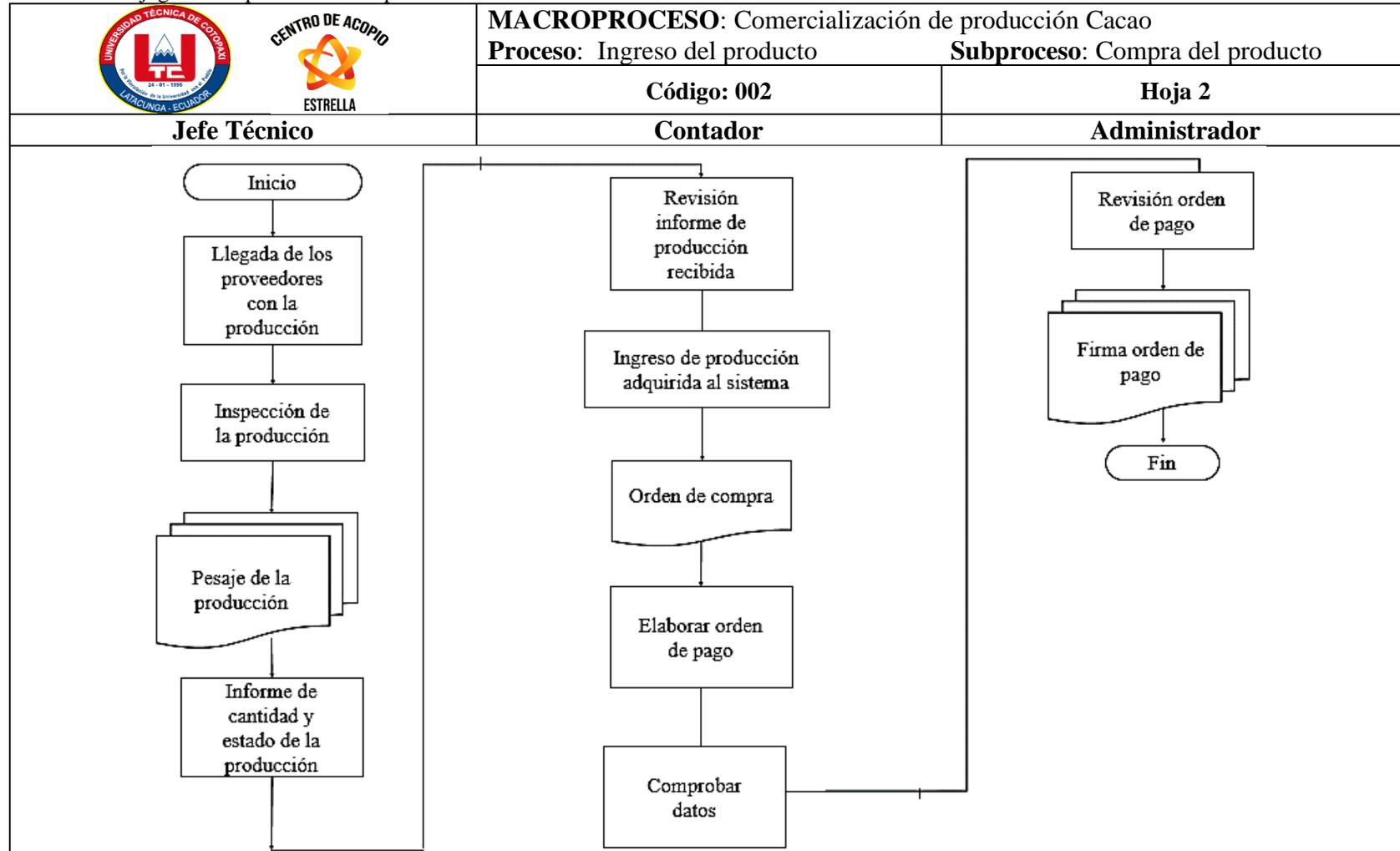
actividades que se desarrollen. Se presenta así también los flujogramas de los procedimientos de las actividades del centro de acopio Estrella.

Tabla 19.- Flujograma de proceso de recepción de cacao



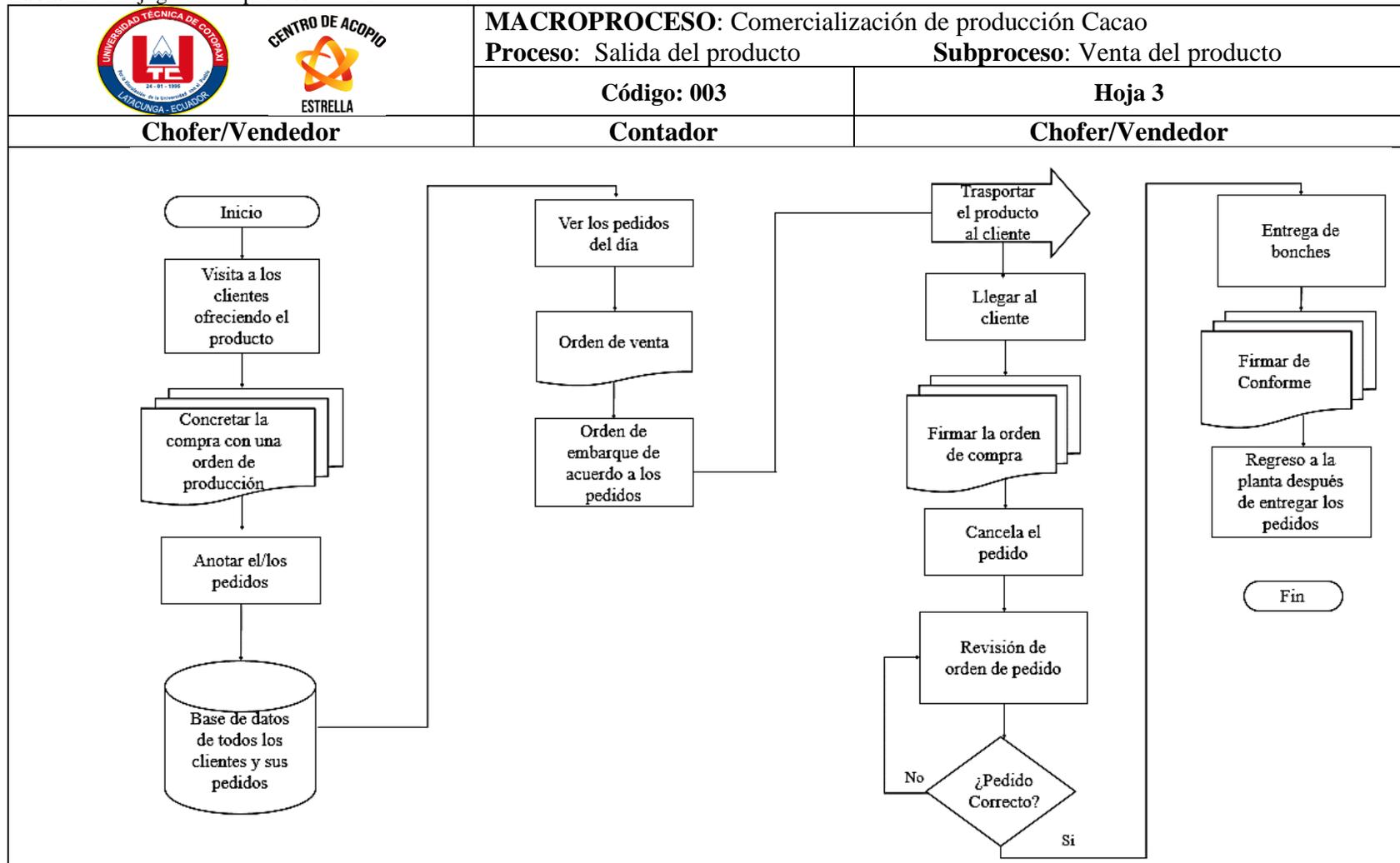
Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 20.- Flujograma de proceso de compra de cacao



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

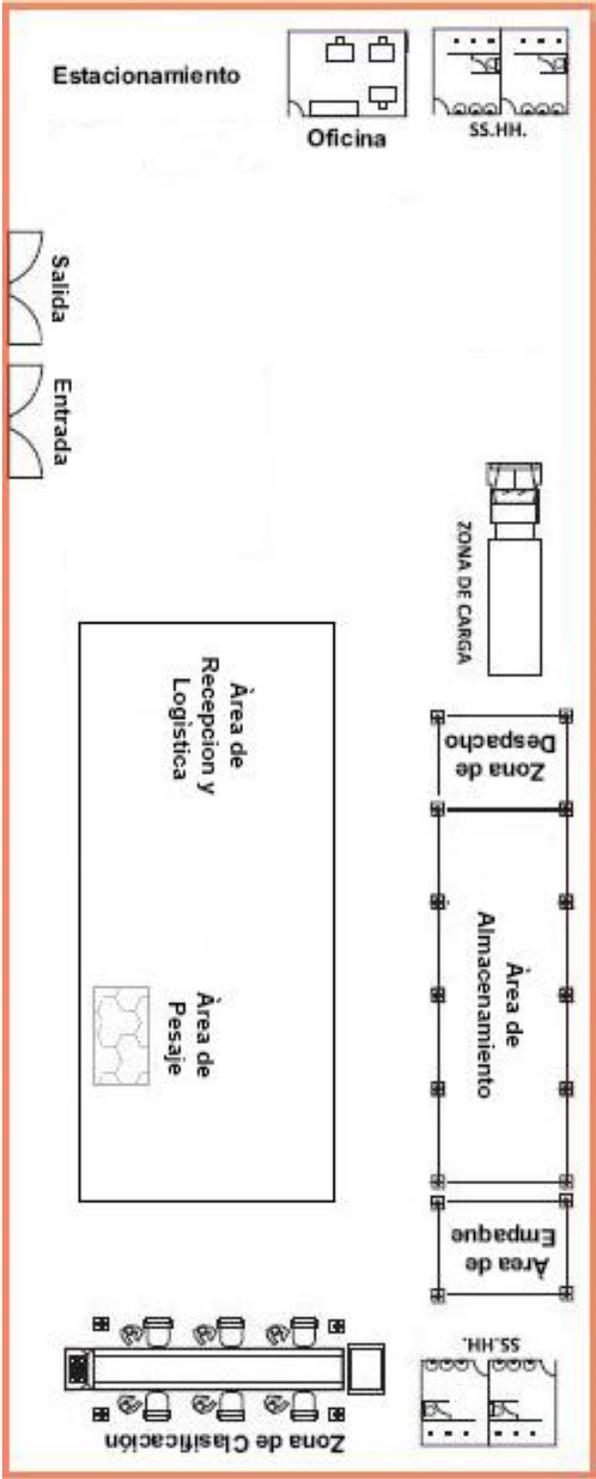
Tabla 21.- Flujograma de proceso de venta de cacao



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

3.5. Distribución del centro de acopio

Gráfico 15.- Representación estimada de la ubicación de las zonas en el Centro de Acopio Estrella



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

4. Estudio Administrativo

4.1. Nombre

El nombre elegido para esta empresa es: Centro de Acopio Estrella, haciendo alusión hacía que el cacao es algo que destaca en la economía del país, y siendo considerado una de las producciones estrellas del Ecuador.

4.2. Logotipo del centro de acopio

Gráfico 16.- Logotipo



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

4.3. Diseño organizacional

4.3.1. Misión del centro de acopio

Somos una empresa dedicada a la comercialización de cacao en grano, con producciones que poseen óptimas condiciones de calidad, y que generan una buena rentabilidad, para fortalecer y promover el desarrollo del sector cacaotero y las condiciones sociales de los cacaocultores del cantón Montalvo.

4.3.2. Visión del centro de acopio

En el 2027 lograr un destacado posicionamiento empresarial a nivel local y provincial, liderando la comercialización y distribución de las producciones de cacao al mercado; a través de la aplicación de modelos organizacionales y de negocio que promuevan la sustentabilidad empresarial y la sostenibilidad en las actividades económicas agropecuarias de las zonas de producción.

4.3.3. Valores corporativos del centro de acopio

- Equidad
- Solidaridad
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Ética
- Labor eficiente
- Lealtad
- Amabilidad

4.4. Requerimiento del talento humano

La demanda del personal que se encontrará en el Centro de Acopio Estrella, será de 6 personas, mismas que cumplirán diferentes funciones. Dentro de esas seis personas está considerada el Administrador del Centro de Acopio. Para ser ms específicos el requerimiento del talento humano cubrirá las siguientes vacantes:

- Contador
- Jefe Técnico
- Chofer/Vendedor
- Obreros

Este personal cumplirá funciones específicas acorde a su cargo, estas están especificadas en los organigramas adjuntos en la sección de anexos.

5. Estudio financiero

La importancia de este plan es identificar recursos económicos, identificar costos reales, conocer inversiones iniciales y los requerimientos de financiamiento. Esto debe ser hecho por la empresa para iniciar el proyecto. Se debe mencionar que este plan, requiere actualizar las estrategias de producción y comercialización.

5.1. Inversión inicial

Las tablas expuestas en el presente estudio son ineludibles para la factibilidad del proyecto de creación del centro de acopio; por lo cual, se debe tener en consideración los datos expresados en las mismas.

Tabla 22.- Resumen de inversiones

Activo Fijo	Características	Cant.	Costo Total
Terreno	Ubicado en el cantón Montalvo, en la vía Montalvo – Babahoyo km 1.5	1500 m ²	\$ 25.000,00
INVERSIÓN TOTAL			\$ 25.000,00

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

El Centro de Acopio “ESTRELLA” cuenta con un activo propio que es el terreno que cuenta con 1500 m² y está ubicada en la vía Montalvo – Babahoyo km 1.5, cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, gracias a este activo la empresa no deberá comprar (Ver Anexo 3).

Tabla 23.- Activos fijos del centro de acopio

ACTIVOS FIJOS	CARACTERÍSTICAS	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EDIFICIOS				
Edificio	Oficina de la empresa, de una planta, y almacenamiento de la maquinaria.	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Total de Edificio				\$ 40.000,00
VEHÍCULOS				
Camión CHEVROLE T HFC NLR511 EIV	HFC 1120 KN, Capacidad de carga 2,8ton, Motor 3,800cc, Combustible Diésel, Transmisión Manual 6 Velocidades. Medidas, 4.85m*3.45	1	\$ 25.950,00	\$ 25.950,00
Total de Vehículos				\$ 25.950,00
MUEBLES DE OFICINA				
Escritorios Málaga	Marca SM, escritorio de madera, medidas 120cmx 59 cm x 75.3cm, ancho 120cm, alto 75,3cm	2	\$ 199,00	\$ 398,00
Sillas giratorias ginebra	Marca Oem, ancho 52cm, resistencia en kilos 100Kg profundidad 52cm	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Mesas de reuniones de vidrio	estructura de cristal templados de 12 mm	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Basurero tacho recipiente decorativo ratán tapa vaivén	Marca Houseware, material plástico, colores surtidos, alto 30 cm, diámetro 19 cm, profundidad de 36 cm	5	\$ 4,25	\$ 21,25
Sillas de espera	Sillas de espera secretaria oficina escritorio ática	6	\$ 32,00	\$ 192,00
Sillas de espera triple personal	Estructura metálica cromada, patas metalizas en acero cromado con niveladores, apoya brazos en metal cromado, asiento tri-personal, espesor asiento y espaldar 1,5 mm	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Archivadores Metálicos	Formato A4, dimensión de dos huecos son 43.4 x 75 x 32.8 cm y en 9 huecos son 23.2 x 75 x 32.8 cm	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Total de Muebles de Oficina				\$ 1.346,25

EQUIPO DE OFICINA				
Calculadora científica Casio Fx-82ms	Cambridge, niveles GCDE, AS, A, cantidad de funciones 240 10+2 dígitos.	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Cámara IP Inalámbrica robótica wifi vigila en celular audio	Multiplataforma soporte IOS Android, 720 Hdip cámara, grabaciones de video HD.	8	\$ 49,89	\$ 399,12
Teléfono de casa inalámbrico uniden detector	pantalla LCD con iluminación, altavoz en auricular, hasta 50 contactos 6 idiomas disponibles 2 pilas AAA recargables ni-mh , peso base 80 g, peso portátil 130 g	2	\$ 23,00	\$ 46,00
Total de Equipo de Oficina				\$ 465,12
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadoras Escritorio	P.coreI3- 7100 3.90 GJZ 1151 7MA GEN, Memoria FFR4 4GB Kingston Pc2133, Teclado, mouse y parlantes, monitor 15,6 lef Samsung LS20F300NH VGA.	2	\$ 460,00	\$ 920,00
Impresoras Epson Xp 340 con sist. Continuo L575 + wifi	tinta continúa, disponible con wifi, configuración automática y wifi directo para impresoras inalámbricas y sin necesidad de red	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Total de Equipo de Computación				\$ 1.220,00
EQUIPO Y MAQUINARIA				
Báscula mecánica portátil	Báscula mecánica portátil para piso, 19" x 28", capacidad de 2,000 lb	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Medidor de unidad de granos	Medidor portátil de humedad chino TK25G para 25 tipos de granos ,incluido el cacao entre otros.	2	\$ 215,00	\$ 430,00
Secadora de Cacao	Ventilador de alta eficiencia, poco consumo de energía y gas y sistema automático de mezclado, capacidad de 30 qq, material de acero inoxidable, medidas 4 metros de	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00

	largo x 3 de ancho, altura de 2 metros.			
Tanque de gas	Peso 10 t, tanque (20cbm), marca, trustioil	1	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00
Pala de llenado de una pieza para alimentos	Mango D, Longitud 111 cm x 110 cm	6	\$ 55,00	\$ 330,00
Cosedora o remalladora de sacos marca orient	Frecuencia 50/60Hz, potencia del motor 90Watts, rango de puntadas 6,5 mm fijos, motor bobina de cobre.	2	\$ 102,99	\$ 205,98
Saco de yute	Saco de yute para almacenar alimentos secos, medidas de 1 metro de alto por 75 centímetros de ancho, capacidad de 1 qq	200	\$ 0,75	\$ 150,00
Aguja de coser a mano	Aguja de Acero inoxidable de 12 centímetros con punta doblada.	12	\$ 0,25	\$ 3,00
Balanza electrónica industrial Jontex 300 Kg	2 intensidades de la luz, panel plegable, mediado de base de 50 cm x 40 cm 7 memorias.	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Total de Equipo y Maquinaria				\$ 18.318,98
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	(Comprenden la sumatoria de los totales de Vehículos, Muebles y Enseres, Muebles de Oficina, Equipo de Cómputo y Maquinaria y Equipo)			\$ 87.300,35

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 24.- Depreciación de activos fijos

ACTIVO	VALOR TOTAL \$	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DE DEP. ANUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS EXPRESADOS EN DÓLARES (\$)					VALOR RESIDUAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Edificio	\$40.000,00	20	5%	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$30.000,00
Vehículos	\$25.950,00	5	20%	\$5.190,00	\$5.190,00	\$5.190,00	\$5.190,00	\$5.190,00	\$0,00
Muebles de Oficina	\$1.346,25	10	10%	\$134,63	\$134,63	\$134,63	\$134,63	\$134,63	\$673,13
Equipo de Computo	\$1.220,00	3	33,33%	\$406,63	\$406,63	\$406,63	\$406,63	\$406,63	\$0,12
Reposición de Equipo de Computo	\$1.256,97	3	33,33%				\$418,95	\$418,95	\$1.256,97
Equipo de Oficina	\$1.346,25	10	10%	\$134,63	\$134,63	\$134,63	\$134,63	\$134,63	\$673,13
Equipo y Maquinaria	\$18.318,98	10	10%	\$1.831,90	\$1.831,90	\$1.831,90	\$1.831,90	\$1.831,90	\$9.159,49
TOTAL DEPRECIACIÓN				\$7.697,77	\$7.697,77	\$7.697,77	\$8.116,72	\$8.116,72	\$11.762,83

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los activos fijos del Centro de Acopio expuestos en la tabla 23, con el tiempo, su valor disminuirá. Por lo tanto, este es un egreso anual para la empresa, esta depreciación se calcula con base a la tabla SRI. (Ver anexo 4).

Tabla 25.- Reposición de equipo de cómputo

PERÍODO	VALOR DEL ACTIVO	CÁLCULO DEL VALOR ADICIONAL	RESULTADO DEL INCREMENTO	ANÁLISIS	CÁLCULO VALOR ACTUALIZADO	VALOR ACTUALIZADO
Ahora	\$1.220,00					\$1.220,00
Año 1	\$ 1.220,00 más 1% adicional	\$ 1.220,00 * 1%	\$12,20	Es decir, costará \$12.20 más	\$1.220,00 + \$12,20	\$1.232,20
Año 2	\$ 1.232,20 más 1% adicional	\$1.232,20 * 1%	\$12,32	Es decir, costará \$12.32 más	\$1,232.20 + \$12,32	\$1.244,52
Año 3	\$ 1.244,52 más 1% adicional	\$1.244,52 * 1%	\$12,45	Es decir, costará \$12.45 más	\$1.244,52 + \$12,45	\$1.256,97

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

La reposición de los equipos de cómputo, consiente reemplazar los equipos antiguos que la empresa posee desde el inicio; por lo tanto, conociendo que estos activos se deprecian en su totalidad al tener 3 años y considerando que la proyección de la empresa es para 5 años, es ineludible adquirir equipos de cómputo actualizados para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 26.- Inversión de activos diferidos

RUBRO	COSTO TOTAL (\$)
Estudio de factibilidad	\$1.000,00
Gastos de Constitución	\$ 300,00
Patentes y Marcas	\$ 1.012,00
Gastos de instalación y puesta en Marcha	\$ 3.000,00
Sistema Informático (para gestión y contabilidad)	\$ 1.400,00
TOTAL	\$ 5.712,00

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los activos diferidos para la empresa se determinan a través de las investigaciones realizadas y estos son los costos que asume la empresa, y se puede confirmar que estos activos son irrecuperables una vez pagados. Estos activos dependen de las necesidades de la empresa que se instituye, considerando el tiempo en que se va ejecutar el proyecto, puesto que el valor varía.

Tabla 27.- Amortización de activos diferidos para 5 años

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)	% DE AMORTIZACIÓN	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN POR AÑO EXPRESADO EN DÓLARES				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estudio de factibilidad	\$1.000,00	20%	5	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
Gastos de Constitución	\$300,00	20%	5	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Patentes y Marcas	\$1.012,00	20%	5	\$202,40	\$202,40	\$202,40	\$202,40	\$202,40
Gastos de instalación y puesta en marcha	\$3.000,00	20%	5	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Sistema informático (para gestión y contabilidad)	\$1.400,00	20%	5	\$280,00	\$280,00	\$280,00	\$280,00	\$280,00
TOTAL	\$6.712,00			\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

La amortización de los activos intangibles, ayuda a que el valor invertido sea recuperado en el lapso de 5 años, por medio de los ingresos que esta empresa tendrá.

5.2. Gastos operacionales

Para establecer el capital inicial, se debe tener el cálculo de los gastos administrativos, de producción y venta, incluidos los costos de servicios básicos, publicidad, promociones, artículos de limpieza y alquiler de máquinas.

Tabla 28.- Gastos operativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Sueldo (Mes)	Requerimiento	Consulta
Sueldo a un administrador general	\$448,13	1	De acuerdo a la investigación en la tabla salarial del ministerio de trabajo
Sueldo a un contador	\$433,65	1	De acuerdo a la investigación en la tabla salarial del ministerio de trabajo
Suministro de oficina	\$14,47		
GASTOS DE VENTA			
Pago de servicios básicos de las oficinas (luz, agua, teléfono, internet.	\$120,00		\$120,00 (de acuerdo a la investigación del sector)
Trabajadores (Secada, descarga y carga, multifuncional)	\$426,49	4	Mas comisiones (Según la tabla de sueldos mínimos según el sector)
Vendedor junio / ejecutivo de ventas junior al por mayor y menor	\$395,72	1	Mas comisiones (Según la tabla de sueldos mínimos según el sector)
Chofer para el camión	\$653,27	1	Mas comisiones (Según la tabla de sueldos mínimos según el sector)
Plan Marketing (Seminarios, publicidad, talleres, catálogos, etc.)	\$740,00	1	De acuerdo al Plan de Marketing
Suministros de limpieza	\$5,33	1	

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

A continuación, se expone los gastos operativos que demanda la empresa para un adecuado funcionamiento, tanto en el área administrativa y de producción.

Tabla 29.- Gastos administrativos

CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL	CÁLCULO
Sueldo y salarios personal administrativo		\$10.581,36	Sumatoria de los sueldos anuales del área administrativa
Sueldo a un administrador general	\$5.377,56		Sueldo multiplicado para 12 meses
Sueldo a un contador	\$5.203,80		Sueldo multiplicado para 12 meses
BENEFICIOS DE LEY		\$4.186,60	Rubros calculados de acuerdo a lo dispuesto por la ley
Décimo tercer sueldo	\$881,78		Corresponde a un sueldo adicional o bono navideño que se paga en Diciembre
Décimo cuarto sueldo	\$2.125,00		Corresponde a un sueldo básico unificado adicional lo que se cancela en el mes de Septiembre
Aporte patronal		\$1.179,82	De acuerdo a lo que establece el IESS 11,15%
Sueldo a un administrador general	\$599,60		
Sueldo a un contador	\$580,22		
Fondos de Reserva			Todos los trabajadores tienen el derecho de los fondos de reserva después de sus años de trabajo
Vacaciones			Tiene derecho todos los trabajadores a partir del año de trabajo son 15 días de vacaciones
Suministros de oficina		\$173,60	Es el valor inicial multiplicado para 12 meses.
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$14.941,56	Sumatoria anual de los gastos del área administrativa

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los gastos administrativos son responsables de administrar la empresa, lograr los objetivos establecidos, tomar decisiones y desarrollar nuevas estrategias para que la empresa ingrese al mercado. Los salarios se fijan de acuerdo a la tabla de salarios mínimos departamentales establecidos por el Ministerio del Trabajo. (Ver anexo 5)

Tabla 30.- Calculo de los gastos de venta anualmente

CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL	CÁLCULO
Pago de servicios básicos de las oficinas (luz, agua, teléfono, internet.		\$1.440,00	\$2.000,00 *12 meses
Sueldo y salarios personal de producción y ventas		\$33.059,40	Sumatoria de los sueldos anuales del área de venta
Trabajadores (Secada, descarga y carga, multifuncional)	\$20.471,52		(((\$ 393,41 *5)*12), sueldo acorde a Ministerio de trabajo
Vendedor junio / ejecutivo de ventas junior al por mayor y menor	\$4.748,64		(((\$ 395,72 *1)*12), sueldo acorde a Ministerio de trabajo
Chofer para el camión	\$7.839,24		(((\$ 593,32 *1)*12), sueldo acorde a Ministerio de trabajo
BENEFICIOS DE LEY		\$8.991,07	Rubro que se calcula de acuerdo a disposiciones de la ley
Décimo tercer sueldo	\$2.754,95		Corresponde a un sueldo adicional o bono navideño que se paga en Diciembre
Décimo cuarto sueldo	\$2.550,00		Corresponde a un sueldo básico unificado adicional lo que se cancela en el mes de Septiembre
Aporte Patronal		\$3.686,12	De acuerdo a lo que establece el IESS 11,15%
Trabajadores (Secada, descarga y carga, multifuncional)	\$2.282,57		
Vendedor junio / ejecutivo de ventas junior al por mayor y menor	\$529,47		
Chofer para el camión	\$874,08		
Fondos de Reserva			Todos los trabajadores tienen el derecho de los fondos de reserva después de sus años de trabajo
Vacaciones			Tiene derecho todos los trabajadores a partir del año de trabajo son 15 días de vacaciones
Publicidad y promociones		\$8.880,00	(\$65,00* 2 semestre)
Suministros de limpieza		\$64,00	(\$10,00* 4 trimestral)
TOTAL GASTOS DE VENTA		\$52.434,47	Sumatoria anual de los gastos del área comercial

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los gastos de venta y producción, que la empresa tiene que pactar se determinan a través del equipo de trabajo, sabiendo que cada requerimiento es fundamental para la producción. Los costos presentados como los salarios de cada empleado están figurados en la tabla del Ministerio del Trabajo (Ver anexo 5), y los costos adicionales se determinaron de acuerdo a la investigación propia.

Tabla 31.- Gasto operativos anual

TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS AL AÑO	
Gastos administrativos	\$14.941,56
Gastos de producción y venta	\$52.434,47
TOTAL	\$67.376,03

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los gastos operacionales conciernen al primer año de cancelación de los gastos administrativos y producción, los cuales son detallados (Ver tabla 29, 30).

Tabla 32.- Gasto no operacional

GASTOS NO OPERACIONALES			
CONCEPTO	PARCIAL	PRESUPUESTO ANUAL	CÁLCULO
Gastos financieros		\$250,00	Sumatoria de gastos financieros, en este caso solo hay un rubro, por lo tanto, se repite el valor.
Servicios y comisiones bancarias	\$250,00		
Otros gastos no operacionales		\$3.368,80	Sumatoria de gastos no operacionales
Imprevistos	\$3.368,80		Se calcula el 5% del total de gastos operacionales
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$3.618,80	Sumatoria del total de gastos no operacionales

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los gastos no operacionales son las imposiciones de los bancos por mantenimiento de cuenta, los imprevistos que pertenece al 5% del total de gastos operacionales

esto personifica si hay preexistencia de inconvenientes al instante de cubrir los pagos planeados.

5.3. Plan de ventas

Todos los costos de materia prima y los costos indirectos de fabricación deben estar integrados para llevar a cabo el plan de ventas. Esto le permite determinar el precio unitario de cada producto y obtener un pronóstico de 5 años.

Tabla 33.- Calculo de producción

DESCRIPCIÓN	TOTAL	CÁLCULO
Producción Quincenal	375	Promedio total de compra de cacao por los clientes
Producción Anual	8.250	(375*22), El valor del promedio por las 22 quincenas que existe anualmente.
Compra de cacao en baba	6998,17	(8.250*83%) Los cálculos se obtienen multiplicando la producción anual por los resultados de la encuesta.
Compra de cacao semi-seco	421,58	(8.250*5%) Los cálculos se obtienen multiplicando la producción anual por los resultados de la encuesta.
Compra de cacao seco	1011,78	(8.250*12%) Los cálculos se obtienen multiplicando la producción anual por los resultados de la encuesta.
Compra de cacao en baba por lata	34237,50	(6847,5*5) Los cálculos se obtienen multiplicando la producción anual por las 5 latas que se compra para obtener un quintal seco.
Compra de cacao semi-seco	34990,84	(412,5*2) Los cálculos se obtienen multiplicando la producción anual de cacao semi-seco por 2 ya que se compra por el 50% del valor de cacao en seco.
Compra de cacao seco	1011,78	Este valor depende del grado de humedad del cacao varía entre el 3% al 0% y no afecta mucho al valor total.

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 34.- Materia prima

MATERIA PRIMA DIRECTA				
Insumos	Descripción	Valor Unitario	Unidades de compra anual	Anual
Cacao en lata	50 libras	15	34991	\$524.862,65
Cacao semi seco con el 50% de humedad	1 Quintal	40	843	\$33.726,11
Cacao seco	1 Quintal	90	1012	\$91.060,51
Total de materia prima directa				\$649.649,27
MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Saco de yute	1 Quintal	0,75	500	\$375,00
Aguja	5 libras	0,03	4900	\$147,00
Saco tejido	10 libras	0,05	5000	\$250,00
Saco tejido	25 libras	0,08	3000	\$240,00
Saco tejido	1 Quintal	0,1	7000	\$700,00
Piola de algodón	Rollo de 10000 mts	7	35	\$245,00
Total de materia prima indirecta				\$1.957,00
Total de materia prima				\$651.606,27

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los costos de las materias primas son anuales para determinar el insumo directo de materias primas, como el material necesario para la producción de cacao. La cantidad de insumos indirectos de materia prima que se debe comprar para nuestros productos estuvo determinada por la producción de cacao (Ver tabla 33).

Tabla 35.- Costos indirectos de producción

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Detalle	Descripción	Valor Unitario	Unidades de compra anual	Anual
Mantenimiento del Vehículo	Diésel \$120,00 x mes	\$120,00	12	\$1.440,00
	Cambio de aceite (\$60,00 Cada 5000 km. Aproximadamente cada 6 meses, incluye cambio de filtros)	\$60,00	2	\$120,00
	Mantenimiento \$20,00 (ABC cada 3 meses)	\$20,00	4	\$80,00
Mantenimiento de maquinaria (Secadora de cacao)	Diésel \$600,00 anual	\$600,00	1	\$600,00
	Aproximadamente cada año, incluye: engrasada, cambio de pernos, rulimanes etc.	\$100,00	1	\$100,00
	Mantenimiento \$20,00 (ABC cada 3 meses)	\$20,00	4	\$80,00
Pago servicios básicos	Agua, luz, teléfono e internet	\$120,00	12	\$1.440,00
Plan de marketing	Según tabla # 9	\$8.880,00	1	\$8.880,00
Suministros de Oficina cada 3 meses	Perforadora	\$6,50	2	\$13,00
	Tableros Plásticos	\$5,99	2	\$11,98
	Caja de Borrador	\$8,79	4	\$35,16
	Sacapuntas	\$0,50	1	\$0,50
	Cinta de adhesiva	\$0,35	8	\$2,80
	Grapadora	\$3,10	2	\$6,20
	Bandeja porta Papeles	\$5,00	1	\$5,00
	Cuaderno Académicos	\$1,00	2	\$2,00
	Caja de Clips	\$1,50	4	\$6,00
	Portalápices	\$2,50	2	\$5,00
	Caja de Lápiz	\$6,90	4	\$27,60
	Resma de papel A4	\$2,99	12	\$35,88
	Caja de esferos	\$4,80	4	\$19,20
	Saca Grapas	\$1,08	1	\$1,08
	Caja de Grapas	\$0,55	4	\$2,20
Suministros de limpieza	Desinfectantes	\$5,00	12	\$60,00
	Escobas	\$1,00	2	\$2,00
	Palas	\$1,00	2	\$2,00
TOTAL				\$12.977,60

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los datos presentados, son con base a la propia investigación; por lo tal, se ha considerado los gastos que se asumirán de modo anual, todos estos elementos son necesarios para la operación anual de empresa.

Tabla 36.- Costos de producción por quintal

DETALLE	Costo Anual	Costos x Quintal (Lata)	Costos x Quintal (Semi - Seco)	Costos x Quintal (Secado)
Materia prima directa	\$649.649,27	\$75,00	\$80,00	\$90,00
Materia prima indirecta	\$1.957,00	\$0,23	\$0,23	\$0,23
Mano de obra administrativa	\$14.767,96	\$1,75	\$1,75	\$1,75
Mano de obra de producción y ventas	\$45.736,60	\$5,42	\$5,42	\$5,42
Transporte	\$7.021,90	\$0,83	\$0,83	\$0,83
Mantenimiento	\$2.420,00	\$0,29	\$0,29	\$0,29
Pago servicios Básicos	\$1.440,00	\$0,17	\$0,17	\$0,17
Publicidad	\$8.880,00	\$1,05	\$1,05	\$1,05
Suministros de oficina	\$173,60	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Suministros de limpieza	\$64,00	\$0,01	\$0,01	\$0,01
TOTAL	\$732.110,33	\$84,78	\$89,78	\$99,78008

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Para establecer el costo de producción es preciso circunscribir los costos generados por la empresa al producir, con este detalle de gastos, se procede a dividir el valor anual para la cantidad de quintales a producirse en el año.

Tabla 37.- Costos del producto

Detalle	Presentación	Costo a introducir en el mercado	Unidades a producir al mes	Unidades a producir al año	Costo anual de la mercancía
Costos x quintal (Lata)	1 Quintal	\$84,78	583	6998	\$593.305,33
Costos x quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$89,78	35	422	\$37.849,17
Costos x quintal (Secado)	3 Quintal	\$99,78	84	1012	\$100.955,83
COSTO TOTAL AL AÑO					\$732.110,33

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

El costo anual del producto, va relacionado al costo de producción por unidad (quintal) y multiplicando por las unidades producidas en un año.

Tabla 38.- Costos de ingreso y costo de producción de un año

Ítems	Cont.	Costo de fabricación por unidades	Precio a los Clientes	Cant.	Ingresos	Costo de la mercadería
Costos x quintal (Lata)	1 Quintal	\$84,78	\$102,78	6998	\$719.272,36	\$593.305,33
Costos x quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$89,78	\$102,78	422	\$43.329,66	\$37.849,17
Costos x quintal (Secado)	3 Quintal	\$99,78	\$102,78	1012	\$103.991,18	\$100.955,83
TOTAL					\$866.593,21	\$732.110,33

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

El costo de producción y el ingreso que se muestra, se obtiene por medio del costo de producción por unidad (quintal) (Ver tabla 36); y para determinar el precio de venta se lo efectúa con base a la información vigente del mercado cacaotero.

Tabla 39.- Resumen del capital de trabajo

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO			
RUBRO	EGRESO		ANÁLISIS DE CÁLCULOS
	ANUAL	MENSUAL	
Inventario de mercancías	\$16.521,20	\$1.376,77	El egreso presupuestado anual dividido para 12 con el fin de conocer el rubro mensual.
Gastos Operacionales	\$67.376,03	\$5.614,67	El egreso presupuestado anual dividido para 12 con el fin de conocer el rubro mensual.
Gastos no Operacionales	\$3.618,80	\$301,57	El egreso presupuestado anual dividido para 12 con el fin de conocer el rubro mensual.
TOTAL	\$87.516,04	\$7.293,00	Sumatoria del inventario más gastos operacionales y no operacionales.
Cálculo del capital de trabajo para tres meses		\$29.172,01	Egreso mensual por cuatro meses de requerimiento para capital de trabajo

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

El capital de trabajo está compuesto por los gastos de producción asumidos por la empresa en el proceso de producción (Ver tabla 32, 33), y además se determinan

los gastos operacionales y no operacionales (Ver tabla 29, 30), los datos expuestos incumben a la producción de un año.

Tabla 40.- Inversión del capital de trabajo

RESUMEN DE INVERSIONES		
CONCEPTO	RUBRO	REFERENCIA
Inversión de activos fijos	\$ 87.300,35	Activos de la empresa
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 5.712,00	Tabla de Amortización
Inversión en capital de trabajo	\$ 29.172,01	Capital de trabajo
INVERSIÓN TOTAL	\$ 122.184,36	

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

En esta tabla constan los gastos que asumirá la empresa para el inicio de sus actividades, estableciendo los activos fijos, activos diferidos e intangibles y la inversión del capital de trabajo (Ver tabla 38).

5.4. Proyecciones

Estas proyecciones permiten la planificación o suposición de ventas, gastos e inversiones que la empresa asumirá en los próximos 5 años, estas proyecciones de gastos se realizaron con base a la tasa de inflación y crecimientos salariales de cada empleado.

5.4.1. Proyección de ingreso y costo de producción

Tabla 41.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2023

Ítems	Cont.	Costo de fabricación por unidad	Precio a los Clientes	Cant.	Ingresos	Costo de la mercadería
Costos quintal (Lata)	1 Quintal	\$84,78	\$102,78	6998	\$719.272,36	\$593.305,33
Costos quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$89,78	\$102,78	422	\$43.329,66	\$37.849,17
Costos quintal (Secado)	3 Quintal	\$99,78	\$102,78	1012	\$103.991,18	\$100.955,83
TOTAL					\$849.711,06	\$718.123,56

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 42.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2024

Ítems	Cont.	Costo de fabricación por unidad	Precio a los Clientes	Cant.	Ingresos	Costo de la mercadería
Costos quintal (Lata)	1 Quintal	\$85,98	\$103,98	7075	\$735.599,68	\$608.254,33
Costos quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$91,05	\$103,98	426	\$44.313,23	\$38.802,82
Costos quintal (Secado)	3 Quintal	\$101,19	\$103,98	1023	\$106.351,76	\$103.499,53
TOTAL					\$859.836,60	\$728.249,10

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 43.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2025

Ítems	Cont.	Costo de fabricación por unidad	Precio a los Clientes	Cant.	Ingresos	Costo de la mercadería
Costos quintal (Lata)	1 Quintal	\$87,19	\$105,19	7152	\$752.318,75	\$623.580,00
Costos quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$92,33	\$105,19	431	\$45.320,41	\$39.780,50
Costos quintal (Secado)	3 Quintal	\$102,61	\$105,19	1034	\$108.768,98	\$106.107,32
TOTAL					\$906.408,13	\$769.467,82

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 44.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2026

Ítems	Cont.	Costo de fabricación por unidad	Precio a los Clientes	Cant.	Ingresos	Costo de la mercadería
Costos quintal (Lata)	1 Quintal	\$88,42	\$106,42	7230	\$769.439,20	\$639.291,81
Costos quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$93,63	\$106,42	436	\$46.351,76	\$40.782,82
Costos quintal (Secado)	3 Quintal	\$104,06	\$106,42	1045	\$111.244,22	\$108.780,82
TOTAL					\$927.035,18	\$788.855,45

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 45.- Proyecciones de ingresos y costos de producción del año 2027

Ítems	Cont.	Costo de fabricación por unidad	Precio a los Clientes	Cant.	Ingresos	Costo de la mercadería
Costos quintal (Lata)	1 Quintal	\$89,66	\$107,66	7310	\$786.970,95	\$655.399,50
Costos quintal (Semi - Seco)	2 Quintal	\$94,95	\$107,66	440	\$47.407,89	\$41.810,39
Costos quintal (Secado)	3 Quintal	\$105,53	\$107,66	1057	\$113.778,93	\$111.521,68
TOTAL					\$948.157,77	\$808.731,56

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

5.4.2. Proyección de gastos operativos**Tabla 46.-** Proyecciones de gastos administrativos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios personal administrativos					
Sueldo a un administrador general	\$5.377,56	\$5.453,38	\$5.530,28	\$5.608,25	\$5.687,33
Sueldo a un contador	\$5.203,80	\$5.277,17	\$5.351,58	\$5.427,04	\$5.503,56
Beneficios de ley					
Décimo tercer sueldo	\$881,78	\$894,21	\$906,82	\$919,61	\$932,57
Décimo cuarto sueldo	\$2.125,00	\$2.154,96	\$2.185,35	\$2.216,16	\$2.247,41
Aporte patronal	\$1.179,82	\$1.196,46	\$1.213,33	\$1.230,44	\$1.247,78
Fondos de reserva	\$0,00	\$893,86	\$906,46	\$919,24	\$932,20
Vacaciones	\$0,00	\$37,26	\$37,78	\$38,32	\$38,86
Suministros de oficina	\$173,60	\$176,05	\$178,53	\$181,05	\$183,60
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$14.941,56	\$16.083,35	\$16.310,13	\$16.540,10	\$16.773,32

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

La proyección de valores se efectuó con base al crecimiento salarial de acuerdo al 2,07% anual establecido por el Ministerio de Trabajo, los valores adicionales se los cálculo de acuerdo al promedio anual de a tasa de inflación según el INEC, se

considera también el aporte patronal y fondos de reserva de acuerdo al Código de Trabajo.

Tabla 47.- Gastos de ventas

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago de servicios básicos de las oficinas (luz, agua, teléfono, internet.	\$1.440,00	\$1.460,30	\$1.480,89	\$1.501,77	\$1.522,95
Sueldos y salarios personal de ventas					
Trabajadores (Secada, descarga y carga, multifuncional)	\$20.471,52	\$20.760,17	\$21.052,89	\$21.349,73	\$21.650,76
Vendedor junio / ejecutivo de ventas junior al por mayor y menor	\$4.748,64	\$4.815,60	\$4.883,50	\$4.952,35	\$5.022,18
Chofer	\$7.839,24	\$7.949,77	\$8.061,87	\$8.175,54	\$8.290,81
BENEFICIOS DE LEY					
Décimo tercer sueldo	\$2.754,95	\$2.793,79	\$2.833,19	\$2.873,14	\$2.913,65
Décimo cuarto sueldo	\$2.550,00	\$2.585,96	\$2.622,42	\$2.659,39	\$2.696,89
Aporte patronal	\$3.686,12	\$3.738,10	\$3.790,80	\$3.844,25	\$3.898,46
Fondos de reserva	\$0,00	\$2.130,46	\$2.160,50	\$2.190,96	\$2.221,86
Vacaciones	\$0,00	\$116,41	\$118,05	\$119,71	\$121,40
Publicidad y promociones	\$8.880,00	\$9.005,21	\$9.132,18	\$9.260,95	\$9.391,52
Suministros de limpieza	\$64,00	\$64,90	\$65,82	\$66,75	\$67,69
TOTAL GASTOS EN VENTAS	\$52.434,47	\$55.420,67	\$56.202,10	\$56.994,55	\$57.798,17

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

La proyección de valores se efectuó con base al crecimiento salarial de acuerdo al 2,07% anual establecido por el Ministerio de Trabajo, los valores adicionales se los cálculo de acuerdo al promedio anual de a tasa de inflación según el INEC, se considera también el aporte patronal y fondos de reserva de acuerdo al Código de Trabajo.

Tabla 48.- Gastos no operacionales

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Financieros					
Servicios y comisiones bancarias	\$250,00	\$253,53	\$257,10	\$260,72	\$264,40
Otros Gastos no Operacionales					
Imprevistos	\$3.368,80	\$3.416,30	\$3.464,47	\$3.513,32	\$3.562,86
Total Gastos no Operacionales	\$3.618,80	\$3.669,83	\$3.721,57	\$3.774,05	\$3.827,26

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los gastos no operacionales se proyectan con base al promedio de la tasa de inflación según el INEC (1,02%).

Tabla 49.- Resumen de egresos

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Egreso Variables					
Costo de Ventas	\$732.110,33	\$750.556,69	\$769.467,82	\$788.855,45	\$808.731,56
Egresos Fijos					
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$14.941,56	\$16.083,35	\$16.310,13	\$16.540,10	\$16.773,32
Gastos de Venta	\$52.434,47	\$55.420,67	\$56.202,10	\$56.994,55	\$57.798,17
Depreciaciones	\$7.697,77	\$7.697,77	\$7.697,77	\$8.116,72	\$8.116,72
Amortizaciones	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40
Gastos No Operacionales					
Gastos Financieros	\$250,00	\$253,53	\$257,10	\$260,72	\$264,40
Otros Gastos No Operacionales	\$3.368,80	\$3.416,30	\$3.464,47	\$3.513,32	\$3.562,86
Egreso Fijo Total	\$812.145,34	\$834.770,71	\$854.741,80	\$875.623,26	\$896.589,43

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Los datos expuestos son con base a proyecciones de costos anteriores y que la empresa asumirá en el lapso de 5 años, esta proyección se efectuó con el promedio de la tasa de inflación, que es de 1,02% para los años siguientes.

5.5. Estructura financiera

Con esta herramienta, se puede determinar cuánto dinero invertirá una empresa en su creación y lanzamiento, además de su propio capital, y cuánto dinero necesita solicitar de la entidad financiera.

Tabla 50.- Estructura financiera de la empresa

Detalle	Monto Inversión	Porcentaje de Inversión
Capital propio	\$ 10.000,00	10%
Capital Financiado	\$ 90.305,35	90%
Total	\$ 100.305,35	100%

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

El 11% del capital será aportado por el propietario de la empresa, y el 89% será de forma financiada por una entidad bancaria.

Tabla 51.- Tabla de amortización de crédito

Periodos	Capital	Interés	Cuota Fija	Amortización	Monto Adeudado	Observaciones
1	\$ 90.305,35	\$ 10.141,29	\$ 24.575,48	\$ 14.434,18	\$ 75.871,17	Cálculo Anual
2	\$ 75.871,17	\$ 8.520,33	\$ 24.575,48	\$ 16.055,14	\$ 59.816,03	
3	\$ 59.816,03	\$ 6.717,34	\$ 24.575,48	\$ 17.858,14	\$ 41.957,89	
4	\$ 41.957,89	\$ 4.711,87	\$ 24.575,48	\$ 19.863,60	\$ 22.094,29	
5	\$ 22.094,29	\$ 2.481,19	\$ 24.575,48	\$ 22.094,29	\$ -	
TOTAL	\$ 90.305,35	\$ 32.572,02	\$ 122.877,38	\$ 90.305,35		

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

El capital financiado es de \$ 90.305,35 esto se realiza mediante una tabla de amortización de pagos por año, considerando que el prestamos será pagado en 5 años con la tasa de interés al 11,23% anuales, por medio del método francés, esto es establecido por medio del Banco Central.

5.6. Estados de resultados

Tabla 52.- Estado de ganancias y pérdidas proyectadas de la empresa

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales	\$866.593,21	\$886.264,68	\$906.408,13	\$927.035,18	\$948.157,77
(-) Costo de Ventas	\$732.110,33	\$750.556,69	\$769.467,82	\$788.855,45	\$808.731,56
(=) Resultado Bruto en Ventas	\$134.482,88	\$135.707,99	\$136.940,30	\$138.179,73	\$139.426,20
(-) Gastos Operacionales	\$76.416,21	\$80.544,19	\$81.552,40	\$82.993,77	\$84.030,61
(-) Gastos Administrativos	\$14.941,56	\$16.083,35	\$16.310,13	\$16.540,10	\$16.773,32
(-) Gastos de Ventas	\$52.434,47	\$55.420,67	\$56.202,10	\$56.994,55	\$57.798,17
(-) Depreciaciones	\$7.697,77	\$7.697,77	\$7.697,77	\$8.116,72	\$8.116,72
(-) Amortizaciones	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40	\$1.342,40
(=) Resultado Operacional	\$58.066,67	\$55.163,80	\$55.387,90	\$55.185,96	\$55.395,59
(+) Ingresos No Operacionales					
(+) Ingreso por Ventas de Activos Depreciados	-	-	\$1.256,97	-	-
(-) Gastos No Operacionales	\$14.010,09	\$12.443,68	\$10.696,01	\$8.746,64	\$6.572,85
(-) Gastos Financieros	\$10.391,29	\$8.773,86	\$6.974,44	\$4.972,60	\$2.745,59
(-) Otros Gastos No Operacionales	\$3.618,80	\$3.669,83	\$3.721,57	\$3.774,05	\$3.827,26
(=) Resultado Antes de Participación a Trabajadores	\$44.056,58	\$42.720,11	\$45.948,86	\$46.439,32	\$48.822,74
(-) 15% Participación a Trabajadores	\$6.608,49	\$6.408,02	\$6.892,33	\$6.965,90	\$7.323,41
(=) Resultado Antes de Impuestos	\$37.448,09	\$36.312,10	\$39.056,53	\$39.473,42	\$41.499,33
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$9.362,02	\$9.078,02	\$9.764,13	\$9.868,36	\$10.374,83
(=) Resultados Antes de Reservas	\$28.086,07	\$27.234,07	\$29.292,40	\$29.605,07	\$31.124,50
(-) 5% Reserva Legal	\$1.404,30	\$1.361,70	\$1.464,62	\$1.480,25	\$1.556,22
(=) Resultado Neto en el Ejercicio	\$26.681,77	\$25.872,37	\$27.827,78	\$28.124,81	\$29.568,27

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

En este reporte económico se basa en el lapso de 5 años, donde se detallan ingresos y gastos que la empresa generará anualmente, con la finalidad de obtener el resultado neto por año.

5.7. Estado de situación inicial

Esta herramienta permite conocer la situación financiera de la empresa durante el primer año de funcionamiento, permitiendo conocer lo que tiene la empresa.

Tabla 53.- Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
Empresa "Estrella"			
Al 31 de Diciembre del 2023			
<u>ACTIVOS</u>			
CORRIENTE			\$ 7.293,00
Capital de Trabajo		\$ 7.293,00	
NO CORRIENTE			\$ 94.012,35
Propiedad Planta y Equipo		\$ 87.300,35	
Edificio	\$ 40.000,00		
Vehículos	\$ 25.950,00		
Muebles de Oficina	\$ 1.346,25		
Equipo de Oficina	\$ 465,12		
Equipo de Cómputo	\$ 1.220,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 18.318,98		
Diferidos e Intangibles		\$ 6.712,00	
Estudio de factibilidad	\$ 1.000,00		
Gastos de Constitución	\$ 300,00		
Patentes y Marcas	\$ 1.012,00		
Gastos de instalación y puesta en Marcha	\$ 3.000,00		
Sistema Informático (para gestión y contabilidad)	\$ 1.400,00		
TOTAL ACTIVOS			\$ 101.305,35
<u>PASIVO</u>			\$ 0.305,35
PASIVO CORRIENTE			
NO CORRIENTE		\$ 90.305,35	
Préstamo Bancario a largo plazo	\$ 90.305,35		
<u>PATRIMONIO</u>			\$ 11.000,00
Capital Social		\$ 1.000,00	
Fondos de Operación	\$ 11.000,00		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO=			\$ 101.305,35

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

5.8. Cálculo del TMAR, VAN y TIR

Este cálculo permite determinar si el proyecto posee viabilidad, tomando atención los valores del resultado neto (Ver tabla 51), además restando la inversión inicial (Ver tabla 49).

Tabla 54.- Cálculo del TMAR

TMAR			
FINANCIADO POR	APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
CAPITAL PROPIO	10%	7,25%	0,72279%
CRÉDITO BANCARIO	90%	11,23%	10,11042%
TMAR GLOBAL			10,79%

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 55.- Cálculo del VAN

TMAR	10,79%					
Años	0	1	2	3	4	5
Flujos Netos de Fondos en Dólares	-\$90.305,35	\$26.681,77	\$25.872,37	\$27.827,78	\$28.124,81	\$29.568,27
Valor Actual Neto	\$11.587,94					

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 56.- Cálculo del TIR

TMAR	10,79%					
Años	0	1	2	3	4	5
Flujos Netos de Fondos en Dólares	-90305,35	26681,77	25872,37	27827,78	28124,81	29568,27
Valor Actual Neto	16%					

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Efectuados los cálculos se determina que se tendrá un crecimiento de \$ 11.587,94 y una tasa de retorno del 16%, por lo tanto, se considera viable el proyecto.

5.9. Análisis de rentabilidad

Por medio de este análisis se puede medir la capacidad de utilidad que la entidad comercial tiene y relacionado con sus costos y beneficios que se relacionarían con el proyecto a desarrollar; pudiendo así determinar puntualmente la rentabilidad de esta investigación.

Tabla 57.- Costo y beneficio (RCB)

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	COEFICIENTE DE ACTUALIZACIÓN	BENEFICIO ACTUALIZADO (Ingresos/coeficiente)	COSTO ACTUALIZADO (Egresos/coeficiente)
0		\$ 100.305,35	1,0000	\$ -	\$ 100.305,35
1	\$ 866.593,21	\$ 732.110,33	1,1083	\$ 781.889,47	\$ 660.551,40
2	\$ 886.264,68	\$ 750.556,69	1,2284	\$ 721.478,85	\$ 611.003,45
3	\$ 906.408,13	\$ 769.467,82	1,3615	\$ 665.754,39	\$ 565.172,09
4	\$ 927.035,18	\$ 788.855,45	1,5090	\$ 614.350,96	\$ 522.778,55
5	\$ 948.157,77	\$ 808.731,56	1,6724	\$ 566.932,06	\$ 483.564,94
Total				\$ 3.350.405,73	\$ 2.943.375,78
B/C		1,14			

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

De acuerdo a los indicadores del costo de beneficio, si el resultado es superior a 1 se debe considerar el proyecto; es decir, que en este proyecto por cada \$ 1, [∞] invertido se ganara 0,14 ctvs.

5.10. Cálculo del punto de equilibrio

Con este método se puede determinar la cantidad de producción exacta que la empresa tiene que comercializar, y demostrar un punto exacto en el cual no haya ni pérdida ni ganancia.

Tabla 58.- Ponderación de precios

((1))	((2))	((3))	((4))	((5))	((6))	((7))	((8))
Producto	Contenido	Cantidad Comercializada por Año en Unidades	Porcentaje de Comercialización Anual	Precio de Venta Unitario	Precio Ponderado (4x5)	Costo Variable Unitario	Costo Variable Ponderado (4x7)
COSTOS X QUINTAL (Lata)	1 Quintal	6998	83,00%	\$102,78	\$85,31	\$84,78	\$70,37
COSTOS X QUINTAL (Semi - Seco)	2 Quintal	422	5,00%	\$102,78	\$5,14	\$89,78	\$4,49
COSTOS X QUINTAL (Secado)	3 Quintal	1012	12,00%	\$102,78	\$12,33	\$99,78	\$11,97
TOTALES		\$8.431,53	100%	\$308,34	\$102,78	\$274,34	\$86,83

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Tabla 59.- Calculo De punto de equilibrio en unidades y dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
PE	$PE = \frac{\text{costo fijo}}{\text{Precio ponderado} - \text{costo variable unitario ponderado}}$
PE	$= \frac{\$80.035,01}{102,78 - 86,83}$
PE	$= \frac{\$80.035,01}{\$15,95}$
PE	= 5018
PE	= 5018 UNIDADES/HORAS
PE UNIDADES	
5018	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	
PE	$= \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO UNITARIO PONDERADO}}{\text{PRECIO PONDERADO}}}$
PE	$= \frac{80035,01}{1 - \frac{86,83}{102,78}}$
PE	= \$ 515.737,00 DÓLARES
PE DÓLARES	
\$ 515.737,00	

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

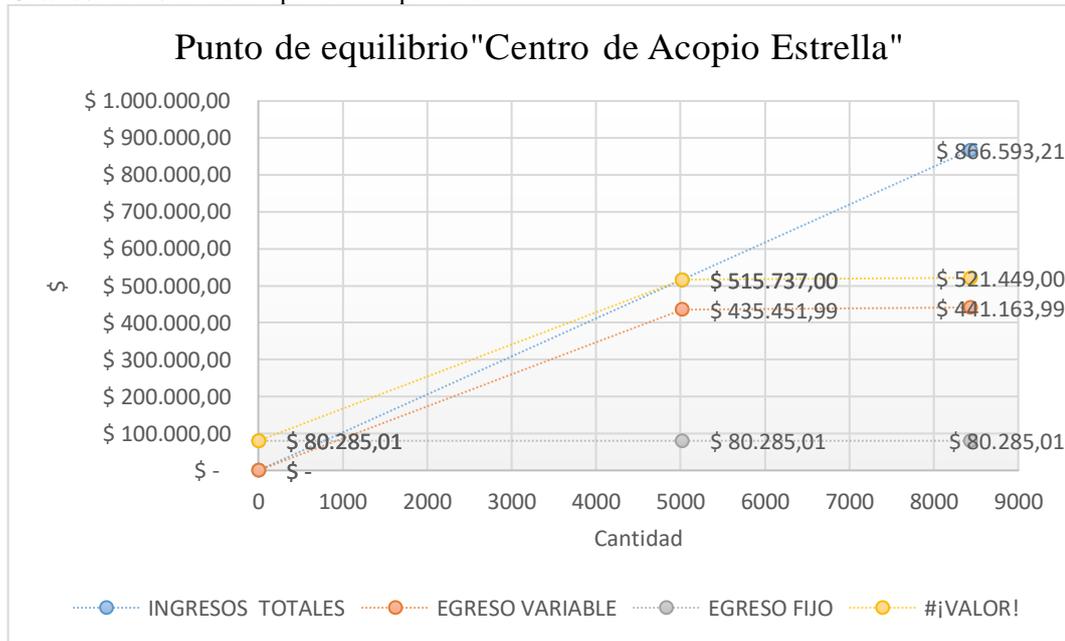
El Centro de Acopió Estrella para alcanzar un punto de equilibrio tendrá que vender 5018 quintales de cacao, lo que equivale a \$ 515.737,00 lo que permitirá cubrir todos los gastos de producción.

Tabla 60.- Punto de equilibrio

CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	EGRESO VARIABLE	EGRESO FIJO	TOTAL
0	\$ -	\$ -	\$ 80.285,01	\$ 80.285,01
5.018	\$ 515.737,00	\$ 435.451,99	\$ 80.285,01	\$ 515.737,00
8.432	\$ 866.593,21	\$ 441.163,99	\$ 80.285,01	\$ 521.449,00

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Grafico 17.- Grafico del punto de equilibrio



Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

5.11. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Por medio de este indicador se calcula el tiempo en que se recuperara la inversión realizada.

Tabla 61.- Periodo de recuperación de la inversión

INVERSIÓN INICIAL		\$ 100.305,35	
Año	Flujo de Fondos	Flujo de Fondos Acumulado	
1	\$ 26.681,77	\$	26.681,77
2	\$ 25.872,37	\$	25.872,37
3	\$ 27.827,78	\$	27.827,78
4	\$ 28.124,81	\$	28.124,81
5	\$ 29.568,27	\$	29.568,27
CALCULO Y ANÁLISIS DEL PRI			
\$ 80.381,91	FAMI: Es el flujo acumulado menor a la inversión, se obtiene del total de flujos acumulados por simple observación, en el presente proyecto se observa que para comenzar a recuperar la inversión sería a partir del quinto año.		
\$ 108.506,73	FAS: Es el flujo del año siguiente al FAMI, tomemos en cuenta que se trata del flujo de año siguiente, no del flujo acumulado del año siguiente por lo tanto si FAMI se encontró en el cuarto año, FAS estará en el 5to pero en la columna de flujos.		
3	T: Número de años		
APLICACIÓN DE LA FORMULA			
PRI	=	II - FAMI	
		FAS	
PRI	=	100305,35 -	80381,91 + 3
		108506,73	
PRI	=	19923,44	3
		108506,73	

PRI	=	0,18	+	3	
PRI	=	3,184			
DETERMINEMOS CUANTO PRESENTA ESTO EN AÑOS, MESES Y DÍAS					
AÑOS TRANSCURRIDOS: 3 años					
La parte entera del resultado representa los años.					
MESES TRANSCURRIDOS: 2 meses					
Si la unidad de tiempo utilizada corresponde a años, el 3,184 significa 3 años que corresponde la parte entera y los 184 se obtiene mediante este cálculo: $12 \times 0,184 = 2,208$, significa que a 2 meses recupera lo invertido.					
Total de meses que tiene el año			12,00		
Decimales de PRI			0,184		
Meses:			2,208		
DÍAS TRANSCURRIDOS: 6 días					
Para determinar los días se obtiene de los resultados del cálculo de meses donde el entero representa los meses exacto transcurridos, por lo tanto, la parte decimal representa parte de un mes en días multiplicando por 30, ya que 30 días tiene un mes tomando referencia como el mes comercial.					
Total de días en un mes:			30		
Decimales del cálculo del mes:			0,208		
Días:			6,24		
PRI = 3 años, 2 meses y 6 días					

Elaborado por: Gilo Estrella Paredes

Por medio del cálculo del Periodo de recuperación de la inversión (PRI) nos permitió medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivos de la inversión del Centro de Acopio "Estrella" recupere su costo o inversión inicial, se obtuvo que en 3 años, 2 meses y 6 días la empresa recupera su inversión inicial.

6. Estudio legal

Requisitos constitución de empresa.

Inscripción compañía - Superintendencia de compañía (2022)

- Reservación de denominación o nombre de la empresa en superintendencia de compañías, para no forzar error de razón social existente en el mercado.
- Elaboración de estatutos sociales que describa el contrato social de la compañía, debidamente respaldado a través de una minuta firmada por un abogado.
- Presentar el nombramiento del administrador de la compañía, establecidos en el estatuto social, elegido mediante reunión de junta de accionistas.
- Apertura de una cuenta integración de capital en una institución bancaria del país, requiriendo un capital mínimo de \$400, adjuntado oficio de socios con descripción de su participación individual, copia de cedula de identidad y certificado de votación.
- Elaborar una escritura pública mediante un notario indicando la reserva del nombre de compañía, la cuenta de integración de capital y la minuta de los estatutos sociales.
- Proporcionar la escritura pública a la superintendencia de compañías, para su respectiva validación mediante resolución emitida por dicha institución.
- Publicación en un diario de circulación nacional, extracto de la aprobación de la compañía.

Inscripción compañía – Dirección Nacional de Registros Públicos (2022)

- Presentar tres testimonios originales firmados por notario que emitió escritura pública y adjuntar:
- Resolución aprobatoria de superintendencia de compañía.
- Publicación del extracto de aprobación de la compañía.
- Escritura de constitución de la compañía.

- Inscripción nombramiento representante compañía (Registro Mercantil)
- Presentar tres ejemplares de nombramiento de representante de compañía, debidamente firmados, que describa:
 - Fecha de otorgar nombramiento.
 - Nombre de compañía y representante legal a ejercer en la compañía.
 - Cargo o función del representante y su aceptación de ser elegido en compañía.
 - Periodo de duración en cargo del representante.
 - Detalle si el representante ejercerá funciones solo o en grupo con otros administradores.
 - Fecha de resolución del órgano estatutario que favoreció designación, aprobación de escritura pública que describa designación del representante, autorización del notario que aprobó escritura y fecha inscripción en registro mercantil.

Obtención del RUC compañía – Servicio de Rentas Internas (2022)

- Presentar formulario Ruc 01-A, firmado por el representante de la compañía.
- Presentar original y copia de escritura pública de constitución de la compañía.
- Emitir información general de constitución de la empresa, según registros de la Superintendencia de compañías.
- Emitir original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Presentar original y copia de cedula de identidad del representante de la compañía.
- Presentar original y copia de certificado de votación del representante de la compañía.

Requisitos permisos de funcionamiento

- Obtención de permiso o patente municipal compañía (Municipio cantón Montalvo)
- Presentar permiso de funcionamiento del cuerpo de bombero.
- Presentar original y copia escritura constitución compañía.
- Presentar original y copia nombramiento de representante legal de compañía, cedula de identidad y certificado de votación del administrador.
- Presentar formulario de registro patente municipal.
- Presentar registro único de contribuyente validado para compañía.
- Obtención de permiso cuerpo de bombero (Benemérito Cuerpo de Bombero Municipio Montalvo)
- Presentar solicitud de realizar inspección de las instalaciones de la compañía.
- Presentar copia cedula de identidad y certificado de votación del representante de compañía.
- Presentar registro único de contribuyente de compañía.

Requisitos de registros centros de acopio cacao.

Obtención registro de centros de acopio (Agrocalidad, 2011)

- Oficio de solicitud de registro dirigida al coordinador provincial Agrocalidad
- Copia del ruc de compañía
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del administrador compañía
- Copia de estatutos que constituyen compañía
- Copia de inscripción y nombramiento de administrador de compañía
- Informar teléfono de persona de contacto, ubicación del centro de acopio de cacao
- Emitir listado de los productores de cacao que se realiza compra producción.

- Emitir listado de empresas de cacao que se realiza venta producción
- Comprobante de pago de servicios ofrecidos de Agrocalidad.

Requisitos de certificaciones técnicas centro acopio cacao

Obtención registro certificación técnica de centros de acopio (Agrocalidad, 2011)

- Las instalaciones de los centros de acopio deben ser de bloques revestidos, piso de cemento, buena iluminación y aireación, identificación de letreros visibles de áreas, diseños de buena infraestructura en almacenamiento para prevenir ingreso de insectos y roedores
- Los centros de acopio deben tener básicamente: área administrativa, área de fermentación, área de secado y marquesinas, área almacenamiento según variedad de producción, área de almacenamiento materiales, área de recepción y clasificación variedad
- Disponer servicios básicos agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico y servicio de internet.

Obtención certificaciones técnicas centros de acopio (Agrocalidad, 2011)

- Almacenar variedades de producción de cacao por separado
- Llevar un registro de proveedores de cacao indicando variedad de compra
- Llevar un registro de venta de producción de cacao según variedad
- Garantizar calidad fitosanitaria de granos de cacao
- Emisión de guía de movilización producción de cacao respectiva para respaldar la comercialización
- Equipos que garantice el buen mantenimiento de temperatura y humedad de granos de cacao.
- Recurso humano en área técnica calificado en operaciones de acopio, almacenamiento, control de mezclas e impurezas.

- Obtención certificaciones buenas prácticas agrícolas cacao centros de acopio (Agrocalidad)
- Presentar solicitud a Agrocalidad para inspeccionar las inmediaciones del centro de acopio aplicando manual procedimientos para implementación de sistemas de gestión de la inocuidad y procedimientos para el registro de predios que cumplen con buenas prácticas agrícolas
- Posterior aprobación de certificación, los predios agrícolas y comerciales de cacao deberán registrarse en base de datos de Agrocalidad denominada “Registro de centros de producción agrícola cumpliendo con buenas prácticas agrícolas”

7. Conclusiones Capítulo II

Establecer la segmentación del mercado para este centro de acopio es primordial; ya que, esto permite enfocarse y definir de manera clara la clientela objetiva al cual nos debemos dirigir para la comercialización de las producciones de cacao.

Contar con el personal adecuado para el funcionamiento del centro de acopio, es un punto relevante; lo cual, permitirá brindar una atención y prestación de servicios conveniente, en beneficio de los proveedores, clientes y la empresa en sí.

Implementar el centro de acopio Estrella, requerirá una inversión de \$ 100.305,35 dólares americanos, cantidad en la cual el capital propio equivale al 10% de la inversión total y el restante 90% será financiado para poder instaurar el centro de acopio.

Concordando con los cálculos financieros efectuados, en donde el cálculo del VAN da como resultado \$11.587,94, con un 16% obtenido del TIR, un periodo de recuperación interna de 3 años, 11 meses y 6 días con un beneficio costo de 0,14 centavos por cada venta, dando un punto de equilibrio favorable para la ejecución de este proyecto de instauración del Centro de Acopio Estrella en el cantón Montalvo.

CAPÍTULO III.

APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Para verificar la factibilidad de la propuesta, realizamos una encuesta a personas relacionadas con el tópico general del trabajo, como es un propietario de una empresa comercializadora de cacao y un agricultor dedicado a la siembra y venta de cacao, y quienes nos proporcionaron sus comentarios en base a cuestionarios estandarizados. Gracias a su experiencia, contribuyen a la verificación de esta propuesta.

Experto 1. Msc. Verónica Salvador Moran (Validación teórica)

Experto 2. Sr Alberto Alvarado (Gerente propietario de empresa Comercial Alberto Alvarado) Validación práctica

Experto 3. Sr Gabriel Peralta (Agricultor) Validación empírica Punto de vista de cliente

Estas personas proceden a contestar en forma individual, apeándose al formato facilitado, detallando los ítems a calificar y que están relacionados al trabajo investigativo y la propuesta formulada. La escala de valoración es la siguiente:

Denominación	Excelente (4)	Muy buena (3)	Buena (2)	Mala (1)
Proceso investigativo	Se presenta la información de forma clara y concreta.	Se presenta la información de forma clara y concreta, pero se debe modificar ciertos aspectos.	Requiere de modificaciones esenciales en el contenido y estructura.	No cumple con las expectativas y lineamientos básicos.

3.1. Evaluación de expertos.

La propuesta sometida a validación por parte de la Magister en Administración de Empresas Verónica Salvador Morán, Administradora Financiera de la Federación Nacional de Triatlón y Contadora particular de una empresa comercializadora de Cacao y Arroz, su trabajo centrado en el área de Administración. Una vez que se sostuvo una conversación telefónica con la mencionada profesional, se hizo llegar por correo electrónico el documento para que sea revisado por ella, y de su punto de vista teórico, solicitando un plazo de tres días para poder proporcionar su criterio y observaciones.

INFORME DE VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

EXPERTO ACADÉMICO

El presente informe de expertos de la propuesta corresponde a la MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, en lo referente a la validación de la modalidad INFORME DE INVESTIGACIÓN, de conformidad a los lineamientos, contenidos y estructura definida por la Universidad Técnica de Cotopaxi y la Dirección de posgrado.

Es así que en lo referente al trabajo:

Título: Plan de negocio para la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos.

Autor: Gilo Estrella Paredes

Tutora: Borja Brazales Yadira Paola, MBA

COMPONENTES A EVALUAR	EXPERTO 1		
	Puntaje X Comp.	%	% Por Comp.
El título guarda relación con el tema central del trabajo investigativo y da solución a la problemática	3,8	13,29	0,13
El objetivo guarda relación con la situación esperada teóricamente	4	13,99	0,14
La justificación esta delineada apegándose a la pertinencia y actualidad.	3,2	11,19	0,11
La fundamentación es suficiente para demostrar la pertinencia de la misma.	4	13,99	0,14
El desarrollo proporciona dar cumplimiento a los elementos relevantes del Centro propuesto	3,5	12,24	0,12
Las estrategias tienen por finalidad lograr el cumplimiento de los aspectos necesarios para la implementación del centro propuesto	3,7	12,93	0,13
Las conclusiones poseen relevancia y relación con la finalidad del trabajo	3,6	12,58	0,13
La evaluación de resultados permite la evaluación de la propuesta de implementación del centro mencionado	2,8	9,79	0,10
TOTAL	28,6	100	1

La persona en cuestión que realizó su respectiva evaluación, considera que la mayoría de los aspectos a evaluar están acorde a lo que se dese efectuar, no obstante, para la evaluación de resultados se debía hacer unas correcciones para que esta se ajuste más a lo planteado para la instauración del centro de acopio en el cantón Montalvo.

3.2. Evaluación de usuarios

Para la evaluación de usuarios se aplicó el formato al Sr. Peralta como agricultor de varios años, quién procedió a realizar una validación empírica desde su punto de vista como cliente.

COMPONENTES A EVALUAR	EXPERTO 2		
	Puntaje X Comp.	%	% Por Comp.
El título guarda relación con el tema central del trabajo investigativo y da solución a la problemática	4	12,25	0,12
El objetivo guarda relación con la situación esperada teóricamente	4	12,25	0,12
La justificación esta delineada apegándose a la pertinencia y actualidad.	4	12,25	0,12
La fundamentación es suficiente para demostrar la pertinencia de la misma.	4	12,25	0,12
El desarrollo proporciona dar cumplimiento a los elementos relevantes del Centro propuesto	4	12,25	0,13
Las estrategias tienen por finalidad lograr el cumplimiento de los aspectos necesarios para la implementación del centro propuesto	4	12,25	0,13
Las conclusiones poseen relevancia y relación con la finalidad del trabajo	4	12,25	0,13
La evaluación de resultados permite la evaluación de la propuesta de implementación del centro mencionado	4	12,25	0,13
TOTAL	32	100	1

Como agricultor con experiencia la personas que realizo la validación empírica, supo mencionar que la propuesta de un centro de acopio con los servicios que se proponen, sería muy beneficioso para los pequeños agricultores locales; puesto que, se está asegurando la comercialización de las producciones con precios justos y pagos asegurados; además, de proporcionar servicios de asesorías que permiten mejorar los cultivos.

3.3. Evaluación de impactos o resultados

Para la evaluación de impacto se tomó la opinión de un propietario de una empresa comercializadora de cacao, quien por su conocimiento da conocer su apreciación personal.

COMPONENTES A EVALUAR	EXPERTO 3		
	Puntaje X Comp.	%	% Por Comp.
El título guarda relación con el tema central del trabajo investigativo y da solución a la problemática	4	12,25	0,12
El objetivo guarda relación con la situación esperada teóricamente	4	12,25	0,12
La justificación esta delineada apegándose a la pertinencia y actualidad.	4	12,25	0,12
La fundamentación es suficiente para demostrar la pertinencia de la misma.	4	12,25	0,12
El desarrollo proporciona dar cumplimiento a los elementos relevantes del Centro propuesto	4	12,25	0,13
Las estrategias tienen por finalidad lograr el cumplimiento de los aspectos necesarios para la implementación del centro propuesto	4	12,25	0,13
Las conclusiones poseen relevancia y relación con la finalidad del trabajo	4	12,25	0,13
La evaluación de resultados permite la evaluación de la propuesta de implementación del centro mencionado	4	12,25	0,13
TOTAL	32	100	1

3.4. Resultados de la evaluación

De acuerdo al formato presentado a los evaluadores, emitieron su análisis de donde se obtuvo el siguiente resultado:

Validación	Puntaje X Comp.	% X Comp.
Validación teórica	28,6	30%
Validación practica	32	40%
Validación empírica	32	30%
Total	92,6	100%
Promedio general	92,6	93%

En concordancia al promedio general, se consigue un porcentaje cercano al 100%, esto con base a las personas que evaluaron la propuesta, determinando que esta es “ACEPTABLE”, dando vialidad a la ejecución de la propuesta.

3.5. Conclusiones del III Capitulo

- Se establece que los parámetros son relevantes para el desarrollo de la puntuación obtenida, en cada aspecto calificado de la presente propuesta.
- Por medio de la validación de expertos, se logró obtener una garantía certificada de validez y pertinencia de esta propuesta presentada.
- Acorde a la calificación obtenida del 93%, se puede reconocer la aceptación del presente proyecto con una puntuación de 92,6.

CONCLUSIONES

Mediante el análisis financiero para la propuesta de negocio se determina que el proyecto es factible con una tasa interna de retorno del 16% lo que demuestra que al invertir en el proyecto existirá utilidades, de igual manera al hacer la relación de costo beneficio se determina que por cada dólar invertido se obtendrá de ganancia \$0,14 centavos de dólar, lo cual representa un resultado favorable al crecimiento económico.

En el estudio de mercado se identificó que el Ecuador, está considerado entre uno de los principales exportadores de cacao, lo cual permite establecer que hay mercado para compra y venta de cacao.

El precio fue determinado a través del análisis del costo del mercado cacaoero y de diferentes aspectos influyentes en este aspecto, permitiendo que la empresa se mantenga en el mercado y obtenga ingresos rentables.

RECOMENDACIONES

Dentro del plan financiero es importante el análisis de la tasa interna de retorno ya que en este punto permite saber si es recomendable invertir el dinero en el proyecto a realizarse. Al momento de realizar el costo beneficio es importante saber cuánto se va a ganar por cada dólar que se invertirá en la empresa, dependiendo de los resultados se pondrá en marcha su desarrollo.

Hay que tener en cuenta que en el mercado se debe buscar nuevas estrategias de comercialización, precio, promoción y producto, por lo que la empresa deberá estar en constante innovación de técnicas de comercialización y negociación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agrocalidad. (2011). *Manual de procedimientos para el registro y certificación de Centros de Acopio y Bodegas de almacenamiento de Cacao - Agrocalidad*. <https://www.yumpu.com/es/document/read/32352438/manual-de-procedimientos-para-el-registro-y-certif-agrocalidad>
- ANECACAO. (2017). Socios fundadores de ANECACAO buscaban la unidad. *Sabor Arriba - Revista Especializada en CACAO*, 12va(I), 1-44. <http://www.anecacao.com/uploads/magazine/12-sabor-arriba-junio-2017.pdf>
- Baque Villanueva, L., Viteri Intriago, D., Álvarez Gómez, L., & Izquierdo Morán, A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400120&script=sci_arttext&tlng=pt
- Carrión-Astudillo, J. M., Álvarez-Gavilanes, J. E., & Olivo-Olivo, M. A. (2021). Calidad en los procesos de comercialización de cacao en marco de emergencia sanitaria COVID 19. *CIENCIAMATRIA*, 7(12), 97-123. <https://doi.org/10.35381/CM.V7I12.422>
- CFN. (2021). *FICHA SECTORIAL CACAO Y CHOCOLATE SUBGERENCIA DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf>
- DINARP, D. N. de R. P. (2022). *Inscripción de Constitución de Compañías o Sociedades*. <https://www.gob.ec/dinarp/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Google Maps. (2022a). *Montalvo - Google Maps*. Mapa de Montalvo. <https://www.google.com.ec/maps/place/Montalvo/@-1.7937505,-79.2992522,16z/data=!4m5!3m4!1s0x91d329f91eb536a5:0xc8e2872ffd81ec18!8m2!3d-1.7879521!4d-79.2873953?hl=es>
- Google Maps. (2022b, abril 20). *Los Ríos - Google Maps*. Mapa de Los Ríos. <https://www.google.com.ec/maps/place/Los+Ríos/@-1.3346521,-80.041119,9z/data=!4m5!3m4!1s0x902b4e73e884a797:0xb3bb7910dd319fb>

c!8m2!3d-1.0230607!4d-79.4608897!5m1!1e2?hl=es

Hernández-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (McGraw-Hill Interamericana (ed.)). McGraw-Hill.

http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Huerta Rguez, I. (2016, enero 26). El Estudio de Mercado en las Empresas - Tip Empresarial. *TIP Empresarial*, Edicion OnLine. <https://nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>

INEC. (2010). *Resultados Censo 2010 - Fascículo Provincial Los Rios*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/los_rios.pdf

Juárez, F. (2018). *Principios de marketing*. Editorial Universidad del Rosario. https://books.google.com/books/about/Principios_de_marketing.html?hl=es&id=fxp9DwAAQBAJ

MAG, & BCE. (2020). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario Banco Central del Ecuador*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc202002.pdf>

Mancheno-Saá, M. J., & Albán-Bautista, M. L. (2019). Competitividad Sistémica Empresarial, un término que define el rendimiento de mercados modernos. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 4(4), 559-577. <https://doi.org/10.23857/FIPCAEC.V4I4.154>

Ministerio del Trabajo. (2022). *ESTRUCTURAS OCUPACIONALES-SUELDOS Y SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES Y TARIFAS SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES 2022 ANEXO 1: ESTRUCTURAS OCUPACIONALES-SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES Y TARIFAS* (Anexo 1). https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/01/3.-SMS-2022-_Rev-_21_dic_-FINAL.pdf

Mir Juliá, J. (2019). *Cómo crear un plan de negocio útil y creíble: guía para*

elaborar un plan de negocio Iterativo a través de la escucha activa del mercado (1ra ed.). Libros de Cabecera.
https://books.google.com/books/about/Cómo_crear_un_Plan_de_Negocio_útil_y_c.html?hl=es&id=8PK0DwAAQBAJ

- Morales Intriago, F. L., Carrillo Zenteno, M. D., Ferreira Neto, J. A., Peña Galeas, M. M., Briones Caicedo, W. R., & Albán Moyano, M. N. (2018). Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Ciencia y Tecnología*, 11(1), 63-69.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6550318>
- Pérez, D., & González Tabares, R. (2019). *Así se hace un plan de empresa*. Editorial Tébar Flores. <http://dspace.urbe.university/home/handle/123456789/44>
- Pérez Luyo, R. G., & Alvarez Risco, A. R. (2020). El Plan de Negocios: Apuntes. *Revista de Carrera de Negocios Internacionales - Universidad de Lima*, 1-20.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12010/Perez_Luyo_Alvarez_Rojas_Plan_de_negocios.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Prieto Herrera, J. E., & Therán Barrios, I. (2018). *Administración, teorías, autores, fases y reflexiones*. Ediciones de la U.
<https://books.google.com/books/about/Administración.html?hl=es&id=DzSjDwAAQBAJ>
- Rosas Landa Santiago, O. A., Rivera Aguirre, C. A., & Cardoso Torres, S. L. (2019). Plan y modelo de negocios. *Jovenes en la Ciencia*, 5, 1-10.
<http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/3613>
- SRI, S. de R. I. (2022). *Portal Servicio de Rentas Internas*. Requisitos para tramites.
<https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>
- Supercias, S. de C. (2022). *Portal Constitucion de Compañías*.
<https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Vega, T., & Guerrero, L. A. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico. *Revista Espacios*, 41(45), 247-260. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p20>
- Zorita Lloreda, E., & Huarte Martín, S. (2016). *El plan de negocio : herramienta para analizar la viabilidad de una iniciativa emprendedora*. ESIC Editorial.
<http://www.marcialpons.es/libros/el-plan-de-negocio/9788473569392/>

ANEXOS

Anexo 1.- Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de la Encuesta

1. ¿Qué cantidad de hectáreas de tierra destina para el cultivo de cacao?

- 1 – 10 ha
- 11 – 20 ha
- 21 – 30 ha
- Otra cantidad ____ ha

2. ¿Cuál es la variedad de cacao que siembra con mayor frecuencia?

- Cacao Fino de aroma
- Cacao Variedad (CCN-51)
- Ambos (intercalado)

3. ¿Con que frecuencia cosecha cacao?

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Otra frecuencia _____

4. ¿Cuál es el número de quintales de cacao que recoge en cada cosecha?

- 1 – 5 qq
- 6 – 10 qq
- 11 – 15 qq
- 16 – 20 qq
- Otra cantidad ____ qq

5. ¿Cuál es el estado del cacao que comercializa?

- En Baba
- Semi-Seco
- Seco

6. ¿A quién le comercializa la producción de cacao?

- Comerciales pequeños
- Intermediarios
- Centros de acopios
- Industrias o Empresas Nacionales
- Industrias Exportadoras

7. ¿Qué método de pago prefiere al comercializar la producción de cacao?

- Pago en efectivo
- Pago en cheque
- Pago a consignación
- Pago dividido (con anticipo)

8. ¿En qué tiempo le realizan el pago de la producción de cacao vendida?

- Al instante de la venta
- 3 días
- 5 días
- 10 días
- Otros _____

9. ¿Cuál considera como principal inconveniente al momento comercializar la producción de cacao?

- Precio
- Calidad
- Estado del producto
- Intermediarios
- Transporte
- Otros inconvenientes _____

10. ¿Cuáles son los beneficios que le proporcionaría el centro de acopio?

- Optimización de recursos para comercialización
- Precio acorde al mercado
- Pagos seguros
- Fortalecimiento de economía local
- Redes de articulación comercial
- Asesoramiento técnico
- Inspecciones fitosanitarias
- Otros _____

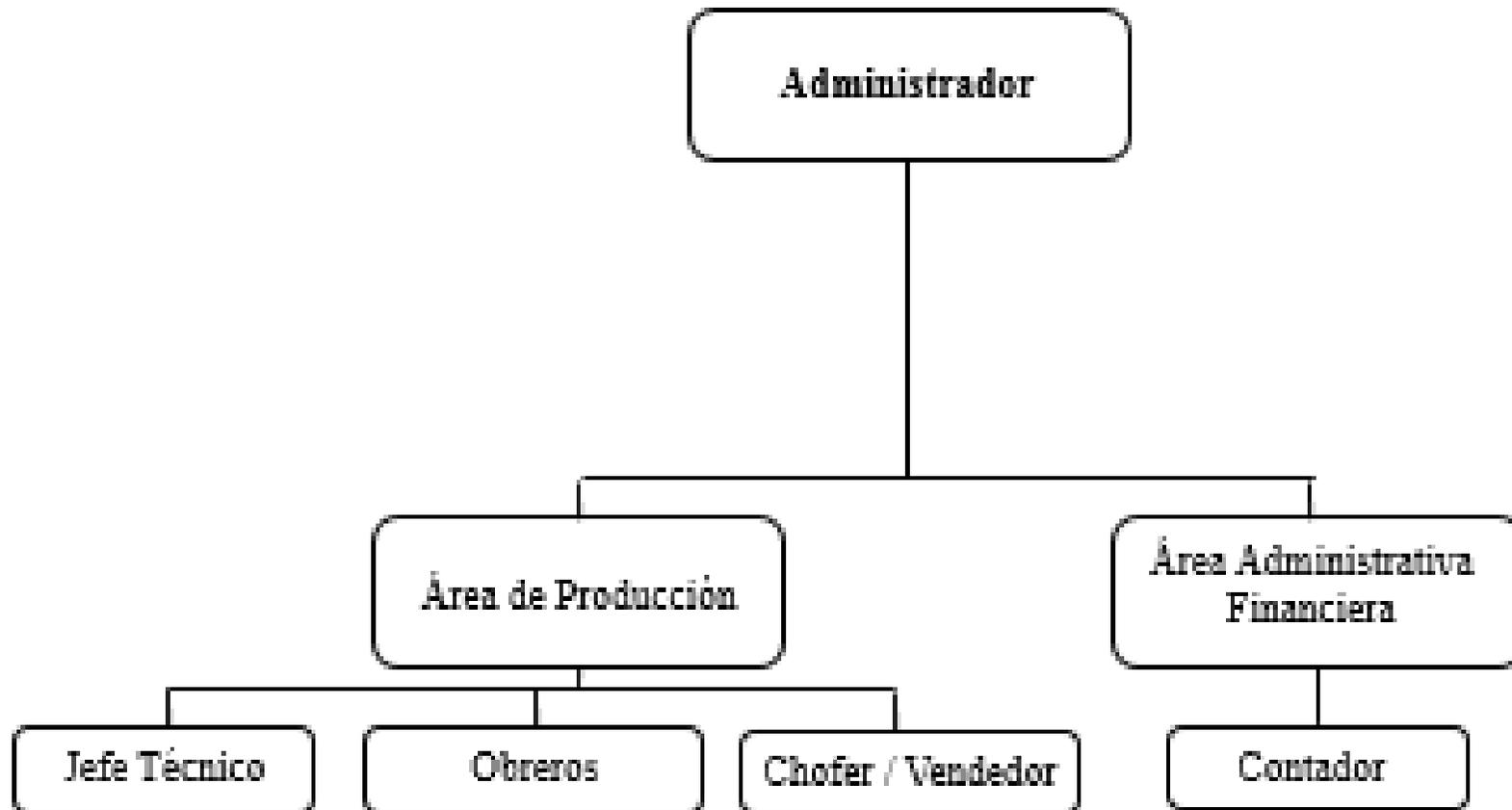
Nombre de la prueba	Encuesta
Autores	Ing. Fanny Jomaira Rojas Sandoval (Obtenida del repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Esmeraldas), libre acceso. Mera Dicado Carlos Ray (Obtenida del repositorio de la Universidad de Guayaquil), libre acceso.
Adaptada por	Ing. Gilo Paredes Estrella.
Procedencia	Ecuador
Administración	Individual
Ámbito de aplicación	Pequeños productores de cacao del cantón Montalvo.
Significación	Esta encuesta está conformada por 10 ítems, por medio de esta explorará la percepción de los pequeños agricultores de cacao del cantón Montalvo y zonas aledañas.

Cuestionario de la Entrevista

- ¿Qué aspectos considera relevantes al comprar las producciones de cacao?
- ¿Cuál es la frecuencia de cacao que compra a sus proveedores?
- ¿Cuál es la cantidad de toneladas de cacao que usted compra a sus proveedores?
- ¿Cuál es la cantidad de toneladas de cacao demandadas por sus clientes?
- ¿Cuál es la forma de pago utilizada y en qué plazo cancela las producciones de cacao adquiridas?
- ¿Qué canales de distribución tiene su empresa?
- ¿Qué variedad de cacao adquiere con mayor frecuencia?
- ¿Qué beneficio como empresa brinda hacia sus proveedores de cacao?

Nombre de la prueba	Entrevista
Autores	Ing. Fanny Jomaira Rojas Sandoval (Obtenida del repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Esmeraldas), libre acceso.
Adaptada por	Ing. Gilo Paredes Estrella.
Procedencia	Ecuador
Administración	Individual
Ámbito de aplicación	Propietarios de empresas comercializadoras de Cacao.
Significación	Esta entrevista está conformada por 8 ítems, por medio de esta explorará la percepción de los propietarios de empresas de compra y venta de cacao del cantón Babahoyo y zonas aledañas.

Anexo 2.- Organigrama del Centro de Acopio Estrella



Funciones de miembros del Centro de Acopio Estrella

Administrador

- Contratar el respectivo recurso humano para la empresa.
- Desarrollar la planificación estratégica adecuada en propósito de lograr objetivos y metas de la empresa.
- Dirigir relaciones comerciales con proveedores y clientes del centro de acopio.
- Analizar resultados alcanzados con directores de los departamentos.
- Establecer planes de acción para el alcance de propósitos del departamento.

Contador

- Establecer planes de acción para el alcance de propósitos del departamento.
- Realizar estados financieros a la fecha correspondientes para posteriores análisis resultados.
- Realizar la facturación de compra-venta a los clientes del centro de acopio.
- Emitir el detalle de producción para comercializar cacao.

Jefe Técnico

- Reconocer la cadena productiva del cacao.
- Reconocer la variedad de cacao al momento de compra y establecer los análisis respectivos a la producción.
- Aprobar la calidad de producción de cacao.
- Registrar y evaluar el volumen de producción que los proveedores proporcionan al centro de acopio.
- Analizar y controlar los precios de mercado del cacao.
- Controlar la capacidad de producción y comercialización disponible en el área de almacenamiento.

Obreros

- Realizar procesos de beneficiado al cacao en el área operativa.
- Controlar las diferentes etapas inmersas en el proceso de producción cacao.

- Empacar y sellar la producción disponible para almacenamiento.
- Mantener en condiciones favorables el área operativa de cacao.

Chofer/Vendedor

- Transportar las producciones de cacao hacia la industria.
- Promover ficha de comercialización de cacao a la industria.
- Gestionar la compra de producción cacao.

Anexo 3.- Impuesto predial del terreno

Nº 0312461

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTON MONTALVO
DEPARTAMENTO FINANCIERO

Montalvo
Gobierno Municipal

CONTRIBUYENTE: PAREDES SOLANO - GIANNINA ASUNCION

IMPUESTO PREDIAL URBANO

TITULO DE CREDITO: 2021-003534-PU

CLAVE CATASTRAL: 120050103048014000

PLUGA: 20210725

Dircción: Ombúquia

VALORES:

Terreno	10,340.15
Construcción	15,232.35
Valor de la propiedad	24,072.50

Roberto Herrerera
Base Imponible: 24,072.50

Fecha de Emisión: 03/07/2021
Fecha de Expiración: 24/07/2021

CANCELADO
21 JUL 2021

RHO AUTONOMO DECENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTON MONTALVO

EFECTIVO: \$ 47.90

RECIBO DE PAGO

Montalvo
Sr. Montalvo Herrerera Diaz
RECIBO DE PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL

SECRETARIO

RESERVA

DIRECTOR FINANCIERO

CONTRIBUYENTE

Anexo 4.- Depreciación de activos según el código tributario del SRI

Es deducible de IR la depreciación de activos fijos, conforme a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil, a la corrección monetaria, y la técnica contable.

•Inmuebles (Excepto Terrenos)	5% anual
•Instalaciones	10% anual
•Vehículos	20% anual
•Equipos de cómputo y software	33% anual

En casos de revaluación de activos únicamente es deducible la depreciación calculada en relación al valor histórico.

**GASTO DEPRECIACIÓN
VIDA ÚTIL Y PORCENTAJES MÁXIMOS**



Anexo 5.- Tabla Salarial



Ministerio del Trabajo

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:				
3.- PLANTACIONES DE CACAO, INCLUYE ESCOGIDA DE CACAO DESTINADO PARA LA EXPORTACIÓN				
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2022
TRABAJADOR DEL AGRO: TUMBA DE CACAO, UNTADA DE CACAO, DESVENADA O SACADA DEL CACAO, SECADA EN EL TENDAL, SOCOLA, DESCHUPADA, SIEMBRA Y RESIEMBRA, FUMIGADOR, COSECHADOR, ROSADOR DE MANGA, PODADOR, NIVELADOR DE ESTAQUILLA PARA SIEMBRA Y TENDALERO	E2		0101011310029	426,49
RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:				
4.- PLANTACIONES DE CAFÉ INCLUYE ESCOGIDA DE CAFÉ, DESTINADO PARA LA EXPORTACIÓN				
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2022
TRABAJADOR FITOSANITARIO	E2		0101011311031	426,49
TRABAJADOR DEL AGRO: SEMILLISTA, SEMBRADOR, COSECHADOR, RECOGEDOR, TRANSPLANTADOR, PODADOR; Y OTRAS LABORES CULTURALES	E2		0101011311032	426,49
RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:				
5.- SILVICULTURA, EXTRACCIÓN DE MADERA Y ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO CONEXAS				

Anexo 6.- Validación de instrumentos de recolección de datos

Pertinencia del instrumento:

Para emitir su criterio acerca de la Pertinencia de la estructura del cuestionario propuesto, sus componentes y contenido, marque con una (X) en la casilla correspondiente al valor asignado por Ud., teniendo como referencia la escala siguiente:

Muy Pertinente	Pertinente	Medianamente Pertinente	Medianamente Pertinente	Nada Pertinente
X				

Coherencia del instrumento:

Sobre la Coherencia e interrelación existente entre los componentes del cuestionario propuesto (principios, objetivos, premisas, enfoques, cualidades y momentos), marque con una (X) en la casilla que corresponda, según su criterio, teniendo en cuenta la escala de referencia siguiente:

Muy Coherente	Coherente	Medianamente Coherente	Poco Coherente	Nada Coherente
X				

Validez del instrumento:

Sobre la validez y relación existente entre los componentes del cuestionario propuesto (principios, objetivos, premisas, enfoques, cualidades y momentos), marque con una (X) en la casilla que corresponda, según su criterio, teniendo en cuenta la escala de referencia siguiente:

Muy Válido	Valido	Medianamente Válido	Poco Válido	Nada Válido
X				

Lo certifico,



Nombres: Mercedes Mercy Terán Mindiola
Cédula: 1205501404

Grado académico: Master Universitario De Formación Y Perfeccionamiento Del Profesorado
Especialidad Dificultades De Aprendizaje

Pertinencia del instrumento:

Para emitir su criterio acerca de la Pertinencia de la estructura del cuestionario propuesto, sus componentes y contenido, marque con una (X) en la casilla correspondiente al valor asignado por Ud., teniendo como referencia la escala siguiente:

Muy Pertinente	Pertinente	Medianamente Pertinente	Medianamente Pertinente	Nada Pertinente
X				

Coherencia del instrumento:

Sobre la Coherencia e interrelación existente entre los componentes del cuestionario propuesto (principios, objetivos, premisas, enfoques, cualidades y momentos), marque con una (X) en la casilla que corresponda, según su criterio, teniendo en cuenta la escala de referencia siguiente:

Muy Coherente	Coherente	Medianamente Coherente	Poco Coherente	Nada Coherente
X				

Validez del instrumento:

Sobre la validez y relación existente entre los componentes del cuestionario propuesto (principios, objetivos, premisas, enfoques, cualidades y momentos), marque con una (X) en la casilla que corresponda, según su criterio, teniendo en cuenta la escala de referencia siguiente:

Muy Válido	Valido	Medianamente Válido	Poco Válido	Nada Válido
X				

Lo certifico,



Grado académico: Espe

Comunicación de Datos

Anexo 7.- Prueba piloto aplicada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI **DIRECCIÓN DE POSGRADO** **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Prueba piloto para la creación de un Centro de Acopio en el cantón Montalvo

Esta encuesta tiene por finalidad conocer el interés de los pequeños agricultores dedicados a la producción de cacao en el cantón Montalvo, sobre la creación de un Centro de Acopio en el cantón.

Por favor marque con una X la respuesta de su preferencia.

¿Considera interesante y conveniente la creación de un centro de acopio de cacao en el cantón Montalvo?

Sí

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

