



BALZALITO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS
(PUCESE)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO

“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio, secado y comercialización de cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalito del cantón Muísne provincia de Esmeraldas”

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN
PRODUCTIVIDAD.

AUTORA:
PAULINA DANIELA GARRIDO DELGADO

ASESOR DE TESIS:
ING. ELÍAS SALAZAR DONOSO

ESMERALDAS - 2015

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD.

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR DE ESCUELA

DIRECTOR DE TESIS

Esmeraldas, _____

AUTORÍA

Yo, PAULINA DANIELA GARRIDO DELGADO, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

.....
Paulina Garrido Delgado
C.I. 080308985-3

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico de manera muy especial a mi padre Celestial por ayudarme en todo tiempo, por brindarme su amor y acompañarme todos los días de mi vida.

A mis padres por ser personas únicas, ejemplares, quienes con su apoyo han sabido mostrarme el camino del bien para así poder tomar buenas decisiones.

A mis tíos Elio, y Magna quienes siempre estuvieron ahí ayudándome incondicionalmente.

Paulina Garrido D.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por regalarme el privilegio de contar con su presencia en mi vida, por darme sabiduría para emprender esta carrera y de la misma manera poder culminarla, y por brindarme su apoyo en todo lo que hago.

A mis padres, gracias a quienes he podido culminar con éxito una de mis metas trazadas a lo largo de todo este tiempo, ellos han sabido guiarme en el trayecto de mi carrera, también gracias a su apoyo sobrehumano me he convertido en una persona capaz de tomar las decisiones acertadas que en adelante me permitirá ser una persona ejemplar para mis futuras generaciones

Mis más profundos agradecimientos a la Pontificia Universidad Católica Sede Esmeraldas, Escuela de Administración de Empresas, por haber sido una fuente de conocimientos que me ha permitido alcanzar la carrera profesional.

Un sincero reconocimiento también a mis profesores quienes con sus valiosos aportes fueron de gran ayuda para la culminación de este trabajo.

Paulina Garrido D.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDOS	PÁGINAS
Presentación	i
Tribunal de graduación	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice	vi
Listas de cuadros, tablas, imágenes,	ix
Resumen	x
Abstract	xi
 1. INTRODUCCIÓN	 1
 2. MATERIALES Y MÉTODOS	 5
 3. RESULTADOS	 7
3.1 Estudio de Mercado	7
3.1.1 Características del producto	7
3.1.2 Elementos del estudio de mercado	7
3.1.2.1 Segmentación del mercado	8
3.1.2.2 Análisis de la demanda del cacao ecuatoriano en el mercado extranjero	8
3.1.2.3 Demanda Actual	9
3.1.3 Análisis de la Oferta	10
3.1.3.1 Oferta Actual	10
3.1.3.2 Oferta proyectada	12
3.1.3.3 Demanda proyectada	13
3.1.3.4 Demanda insatisfecha	14
3.1.3.5 Clientes	14
3.1.3.6 Mercado competidor	15
3.1.3.7 Comparación con la competencia	15
3.1.3.8 Ventajas competitivas	15
3.1.3.9 Barreras de entrada	16
3.1.3.10 Mercado proveedor	16
3.1.4 Análisis de comercialización	17
3.1.4.1 Canales de comercialización	17
3.1.4.2 Descripción de comercialización	18
3.1.5. Marketing	18
3.1.5.1 Estrategias	18
3.1.6 Promoción y Publicidad	19
3.1.6.1 Promoción	19

3.1.6.2. Publicidad	19
3.2. ESTUDIO TECNICO – ADMINISTRATIVO – LEGAL	19
3.2.1. Producto	19
3.2.1.1 Descripción del producto	19
3.2.2. Proceso productivo	20
3.2.2.1. Proceso de preparación del grano	21
3.2.2.2. Proceso productivo	22
3.2.2.3. Capacidad instalada o tamaño	23
3.2.2.4. Tecnologías necesarias para la producción	23
3.2.3 Control de calidad	24
3.2.4. Equipos e infraestructura necesarios	25
3.2.5. Localización	26
3.2.5.1. Macro localización	27
3.2.5.2. Micro localización	27
3.2.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	29
3.2.6.1 Nombre del negocio	29
3.2.6.2. Logotipo	29
3.2.6.3 Misión	29
3.2.6.4 Visión	30
3.2.6.5 Objetivos	30
3.2.6.5.1 Objetivos estratégicos	30
3.2.6.2 Objetivos del plan de negocios	30
3.2.7 Actividad o modelo de negocio	30
3.2.7.1 Oportunidad de negocio detectada	31
3.2.8 Organigrama funcional	32
3.2.8.1 Descripción del equipo emprendedor y equipo directivo	32
3.2.9 Alianzas estratégicas	35
3.3 Legal jurídica y fiscal	36
3.3.1 Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes	36
3.3.2 Aspectos legales	37
3.3 Equipo Directivo	39
3.3.4 Modalidad contractual (emprendedor y empleado)	40
3.3.5 Permisos y licencias necesarios	40
3.3.6 Procedimientos legales para su constitución	40
3.3.7 Instituciones relacionadas	42
3.3.8 Requisitos Legales	43
3.3.9 Minuta de constitución de compañía	45
3.4 ESTUDIO ECONOMICO	46
3.4.1 Inversión inicial	46
3.4.2 Detalle de la inversión inicial	46
3.4.3 Muebles y equipos del área administrativa	48
3.4.4 Costos y gastos	48
3.4.5 Gastos administrativos	49
3.4.6 Sueldos y salarios	50
3.4.7 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	53
3.4.8 Depreciaciones	54

3.4.9 Pronóstico de ventas	55
3.4.10 Presupuestos de costos y gastos	55
3.4.11 Balance de situación inicial	56
3.4.12 Estado de resultados	57
3.4.13 Flujo de caja proyectada	58
3.4.14 Punto de equilibrio	61
3.4.15 Análisis de sensibilidad	63
4. DISCUSIÓN	64
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
5.1 Conclusiones	65
5.2 Recomendaciones	65
5.3 Glosario	66
BIBLIOGRAFÍA	69
ANEXOS	70

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Oferta proyectada	12
Tabla 2: Demanda proyectada	13
Tabla3: Demanda insatisfecha	14
Tabla4: Capacidad instalada	23

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Cuántos quintales de cacao cosecha al mes normalmente?	10
Gráfico 2: ¿Cuántas hectáreas de cacao fino de aroma y de ramilla siembra?	11
Gráfico 3: ¿En qué sector se encuentran ubicados sus cultivos de cacao?	17
Gráfico 4: Proceso productivo	20

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Maquinaria y Equipo	23
Cuadro 2: Utensilios de trabajo	23
Cuadro 3: Suministros de protección	23
Cuadro 4: Edificación	24
Cuadro 5: Equipos informáticos	24
Cuadro 6: Equipos oficina	24
Cuadro 7: Muebles y enseres	24
Cuadro 8: Vehículo	25
Cuadro 9: Equipo directivo	38

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1: Proceso productivo	22
Imagen 2: Croquis ubicación	26
Imagen 3: Distribución de las Instalaciones	27
Imagen 4: logotipo	28
Imagen: Organigrama funcional	32

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ACOPIO, SECADO Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA CULTIVADO EN EL RECINTO BALZALITOTO PERTENECIENTE AL CANTÓN MUISNE PROVINCIA DE ESMERALDAS”

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio proporciona una alternativa de comercio que dará buenos resultados en los ámbitos social, económico y laboral del Recinto Balzalitoto en el cantón Muísne de la provincia de Esmeraldas, pues se presenta esta oportunidad al observar que en esta localidad no existe un centro de acopio de cacao con una buena infraestructura, lo cual permitirá dar un buen trato al producto brindando así al mercado un grano de calidad.

Esta investigación se sustento en su objetivo general, el cual establece “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio, secado y comercialización de cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalitoto del cantón Muísne provincia de Esmeraldas, y así abastecer a los futuros clientes (empresas exportadoras).

Según las investigaciones realizadas existen en la zona alrededor de 4 asociaciones dedicadas a la comercialización de cacao fino de aroma, y a nivel nacional 20 asociaciones las cuales exportan este producto a empresas internacionales.

GARDELCACAO Cía. Ltda., pretende ser una empresa reconocida que cuenta con tecnología de punta y ofrece un producto 100 % orgánico, la planificación estratégica es el punto de orientación para la propuesta, pues en ella se establecen los lineamientos generales para el logro de las metas y objetivos planteados.

La estructura financiera que establece el proyecto es solida, posibilitando que la empresa pueda cubrir a futuro sus posibles deudas con terceros y generar utilidades , ya que de acuerdo con los indicadores financieros obtenidos en la investigación, se determino que es factible implementar el proyecto y acceder a créditos para su financiamiento.

"FEASIBILITY STUDY FOR THE COLLECTION, DRYING AND MARKETING OF COCOA BEAN AROMA CULTIVATED ON THE GROUNDS BALZALITOTO BELONGING TO THE CANTON MUISNE, PROVINCE OF ESMERALDAS"

EXECUTIVE SUMMARY

The present study provides an alternative trading will give good results in the social , economic and labor areas Balzalitoto Campus in Muisne county in the province of Esmeraldas , as presented this opportunity to note that there is a storage facility in this location with good infrastructure , which will give a good deal to the product thus offering the market a quality grain .

This research support in its overall goal , which states " Feasibility study for the creation of a storage facility , drying and marketing of fine flavor cocoa grown in the Campus Balzalitoto the Muisne Canton province of Esmeraldas, and thus supply the future customers (exporters) .

According to research conducted in the area there are about 4 associations engaged in the marketing of fine cocoa aroma, and 20 national associations which export this product to international companies.

GARDELCACAO Cia. Ltda . , Aims to be a recognized company with technology and offers a 100 % organic , strategic planning is the point of orientation for the proposal because it establishes general guidelines for achieving the goals and objectives raised.

The financial structure that establishes the project is solid , enabling the company to cover future possible debts to third parties and generate profits, since according to financial indicators obtained in the investigation , it was determined that it is feasible to implement the project and access appropriations for funding.

1. INTRODUCCIÓN

Ecuador por sus condiciones geográficas y por su riqueza biológica es un productor por excelencia de cacao fino de aroma cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional, este tipo de grano es utilizado en chocolates refinados, sin embargo lo que muchos no saben es que el chocolate fino se distingue por su pureza, sabor y aroma.

Según ANECACAO del total de la exportación Ecuatoriana se estima que un 80% es cacao fino de aroma mientras que el restante 20 % pertenece a otras variedades como CCN51.

Ecuador se posiciona como el país más competitivo de América Latina en este campo, seguido de lejos por Venezuela, Panamá y México que son países que poco a poco han incrementado su participación en el Mercado mundial del cacao fino en grano.

En 2010 el cacao representó para el país aproximadamente \$ 350 millones, siendo su principal mercado la Unión Europea. Además de concretarse los acuerdos comerciales con los países como Brasil y México, el sector puede registrar un crecimiento entre un 10 y 20%, afirmó el empresario cacaotero (ANECACAO, 2013).

El Gerente de ANECACAO añadió que han crecido bastante en el mercado de Alemania y en toda Europa. “Cada año estamos creciendo, en 2011 hemos crecido en el mercado de Estados Unidos y México. (ANECACAO, 2013)

(Pro Ecuador), señaló que este producto sigue siendo el preferido en el mercado internacional por su calidad y aroma. Ratificó que este año las ventas de cacao al exterior han aumentado en un 17% y los precios a nivel internacional se mantienen en cifras aceptables. Recalcó que un poco más del 80% de la pepa se vende en grano y el 20% con un valor agregado.

La pepa de cacao nativo en la provincia de Esmeraldas proviene de las fincas de Timbiré, Maldonado, Colón Eloy, Concepción y Chontaduro, pertenecientes a los cantones Río Verde, San Lorenzo y Eloy Alfaro, cuyos productores retomaron la siembra de esta fruta que ancestralmente ocupó el primer lugar en esas zonas, según comentó José Lemos, presidente de APROCANE (WWW.APROCANE.COM, 2013).

Cooperación Internacional GTZ abrió el contacto con Suiza y aspiran a ofertar el producto a Italia y otros países de Europa a donde llevaron una muestra del cacao esmeraldeño. El producto de la zona se caracteriza porque se siembra con abono natural, suficiente agua, iluminación solar y sobre todo tierra fértil para una mejor producción.

El cacao que se siembra es de tipo nacional, aunque existen algunas variedades como la denominada ETT-103, que fue proporcionada por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) y bajo el asesoramiento de la GTZ, el Fideicomiso Ecuatoriano para el Desarrollo y el Banco Interamericano de Desarrollo, así lo explico Xavier Anango.

Los agrícolas de San Lorenzo, Eloy Alfaro, Atacames y Quinindé hoy cuenta con tres centros de acopio en la “Provincia Verde”. Las pepas de cacao llegan a las fermentadoras, luego pasan al secado y tamizado para finalmente ser guardadas y embodegadas en sacos de yute.

Según Claudia Radi, de la Empresa Ecuatoriana de chocolates, el producto también llega desde las localidades Las Naves, en Bolívar; El Eno, en la Amazonia; Puerto Quito, en Pichincha y Cumba, en Esmeraldas. Indico que el cacao de estas zonas tiene sabores especiales a miel, frutales y cítricos (LFA).

Es muy interesante el desarrollar este proyecto, en el Recinto Balzalito del cantón Muísne de la provincia de Esmeraldas, porque este sector cuenta con las condiciones naturales necesarias para producir cacao, ya que durante todo el año hay presencia de lluvias, lo que ayuda a obtener más cosechas del producto.

El cacao Ecuatoriano es muy apetecido a nivel internacional por tal motivo se realizara este presente trabajo de investigación el cual trata de aquellos temas relacionados con el estudio de factibilidad para el acopio, secado, comercialización y mejoramiento de procesos para la venta de cacao.

Esta investigación se ha estructurado en capítulos, los que se presentan es un repaso de situaciones generales y de la problemática existente en el proceso de comercialización de cacao en el Recinto Balzalito.

En la actualidad en la provincia de Esmeraldas se está perdiendo la imagen del cacao nacional debido a factores relacionados con la disminución de la calidad ofertada como: la poscosecha defectuosa, mezcla de variedades etc.

Entre una de las realidades evidente, está el bajo nivel de productividad de las plantaciones de cacao nacional, cuyo decrecimiento se debe a la avanzada edad y falta de manejo de las plantas, que además de otros factores afectan la competitividad del sector cacaotero.

También es muy notorio el abuso de los intermediarios lo cual genera inconformidad en los productores por la poca utilidad que genera el producto.

La Falta de infraestructura para acopiar el producto también es causa de incomodidad, lo que ocasiona que al producto no se le dé un buen secado ni se puedan eliminar las impurezas.

Se puede notar que para los productores es complicado sacar su producto por las vías en mal estado ya que les crea pérdida y complicaciones al momento de salir a ofertar su producto.

En conclusión la falta de una estrategia de comercialización influye negativamente en la economía de los productores de cacao en el sector de Balzalito del cantón Muísne provincia de Esmeraldas.

En general el problema central se resume en el deficiente Acopio y Comercialización (Cacao)

Para resolver el problema planteado se ha estructurado como objetivo general de la investigación “Elaborar un estudio de factibilidad para el acopio, secado y comercialización del cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalito Perteneciente al cantón Muísne provincia de Esmeraldas”

Como objetivos específicos se plantea:

Realizar un estudio del mercado para obtener información de los pequeños productores sobre la calidad actual del cacao fino de aroma en la zona de Balzalito ubicado en el cantón Muísne provincia de Esmeraldas.

Determinar la estructura organizativa y técnica del proyecto para la comercialización de cacao fino de aroma en la zona de Balzalito en el cantón Muísne provincia de Esmeraldas.

Determinar la factibilidad económica y financiera para la implementación del proyecto a fin de conocer los montos de inversión, periodos de recuperación del capital.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se enmarca en la línea de generación de nuevos emprendimientos en el campo de la agricultura. Dirigido a la producción de cacao en la zona

La presente investigación se la realizó en el Recinto Balzalitoto, del cantón Muísne perteneciente a la provincia de Esmeraldas.

El período de investigación de campo se inició desde el 01 de Julio hasta el 31 de Octubre de 2013.

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó el método Aleatorio Simple con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95 %, siendo el tamaño del universo de 131 personas (Muisne, 2013), para el cálculo de la muestra se utilizó la página web:http://netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php, que arroja el tamaño de la muestra de manera automática.

Este método arroja un resultado de 98 encuestas dirigidas a los productores de las diferentes comunidades que se encuentran en la Recinto Balzalito pertenecientes al cantón Muísne provincia de Esmeraldas y en sus alrededores.

Para la realización de las encuestas se ha considerado los siguientes parámetros: Nombre, Sector de la Plantación de los Agricultores, Extensión de Tierras, Capacidad de Producción, Tipo de Cultivo y Preferencias del Agricultor.

Para determinar la factibilidad y aceptación del producto se realizó una investigación en el Recinto Balzalito Perteneciente al cantón Muísne provincia de Esmeraldas, en un periodo de 4 meses iniciando en julio y finalizando en octubre de 2013, a través de la investigación exploratoria, ya que este tipo de investigación se define como la recolección de información mediante diferentes mecanismos no estructurales e informales.

Para llevar a cabo este proyecto se recopilaban datos mediante las técnicas de encuestas, que permitió conocer a través de los resultados de las mismas características y cualidades específicas del sector investigado.

Las entrevistas, dirigidas a las asociaciones e intermediarios de la zona, las mismas que ayudaron a tener una visión más clara de los aspectos relevantes para el presente proyecto.

Para la obtención de información en la presente investigación se utilizó el método descriptivo que permitió recopilar datos “in situs” garantizando el fiel contenido de la misma, además del método deductivo de donde se partió de una idea en general para elaborar un criterio específico, y por último el método inductivo en donde se analizó aspectos en específicos para elaborar conclusiones generales del estudio.

3. RESULTADOS

3.1 Estudio de Mercado

3.1.1 Características del Producto

El cacao es un cultivo tropical que se produce durante todo el año y en áreas no mayores a 20 grados hacia el norte y hacia el sur de Ecuador, este árbol demora de 2 a 3 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción.

Sus frutos son una especie de vainas de las cuales se extraen las almendras que hay dentro de ellas para luego ser fermentados y secados. El cacao tanto como semilla, polvo o en chocolate posee varias propiedades y beneficios para la salud debido a su enorme concentración de minerales y vitaminas, este producto encabeza la lista de alimentos con propiedades antioxidantes, tiene un alto contenido de vitamina C, y es una increíble fuente de fibras.

Los productos derivados del cacao, son aquellos que resultan de la elaboración o procesamiento del cacao. Uno de los productos derivados del cacao mayor utilizados es la manteca de cacao, utilizada para la preparación de medicamentos, cosméticos, y en mayor proporción para la elaboración de chocolates

Período de Cosecha: Todo el año, con intensidad entre los meses de junio a septiembre en la zona Sur de la provincia de Esmeraldas.

3.1.2 Elementos del estudio de mercado

3.1.2.1 Segmentación del mercado

Para determinar la investigación es necesario fijar a qué segmento del mercado irá encaminado este producto y cuáles son las necesidades que cubrirá.

Este producto va dirigido a un mercado de libre competencia y especialmente a empresas exportadoras las cuales están situadas en la ciudad de Guayaquil.

Se implantará una estrategia de diferenciación en el producto, se eliminarán impurezas, se realizará una mejor fermentación y secado del cacao, mostrando un distintivo ante la competencia en cuanto a lo que es calidad, cumpliendo con la necesidad y expectativas de los clientes.

3.1.2.2 Análisis de la demanda del cacao ecuatoriano en el mercado extranjero

Ecuador es uno de los primeros países exportadores de cacao nacional o fino de aroma, es por eso que la demanda de este producto en la actualidad supera altamente la producción local del mismo, pues los cultivos y cosechas no abastecen dicha demanda de este producto a nivel mundial.

Esta realidad motiva al Gobierno a apostar por el sector para que retome el sitio de privilegio de ser el principal generador de divisas.

Se estima que en Ecuador hay aproximadamente 350 mil hectáreas del cual se exporta un poco más de 200.000 toneladas que dejan ingresos de 500 millones de dólares. “No es fácil entrar a los mercados internacionales, competir con empresas mundialmente reconocidas, pero hay un gran arma que es la producción del mejor cacao del mundo” (andes, 2013)

3.1.2.3 Demanda Actual

La situación actual del cacao ecuatoriano, está basada en los principales nichos de consumo, los cuales se encuentran en el mercado internacional (hacia donde se dirige aproximadamente el 75% de la producción total de cacao), sea en forma de cacao en grano, o en forma de elaborados y semi-elaborados y el resto para consumo local.

Los mercados más significativos para el cacao arriba, se encuentran en Europa (Países Bajos y Alemania que abarcan el 42% de la demanda total), los Estados Unidos (19%) y Japón (14%).

Al igual que las demás cadenas productivas, la comercialización está siendo aprovechada por una gran cadena de intermediarios que generalmente pagan a los productores un 30% menos del precio pagado por quintal en el mercado de Esmeraldas, además de engañar a los productores, pesando con 10 a 15% menos del peso real del producto. Y esto es consecuencia de la falta del producto para cumplir con los compromisos de mercado internacional.

De igual manera la cadena de intermediación ha venido generando un retraso tecnológico en la producción al comprar al agricultor un producto con alto porcentaje de granos enfermos, sin fermentación y con humedad superior al 15%.

Esto hace que el productor se desmotive por hacer un manejo inadecuado de sus plantaciones reflejado en un bajísimo rendimiento y mala calidad.

Los agricultores desean trabajar con cacao y están sembrando, de manera desorientada, a pesar que siendo una gran parte de la provincia Esmeraldas es agrícola, no se ha recibido buenas capacitaciones técnicas. (PROECUADOR, 2013)

3.1.3 Análisis de la Oferta

3.1.3.1 Oferta Actual

La producción de cacao en el Ecuador ha constituido un importante renglón para la economía nacional, en especial por su significativa contribución a la generación de divisas por concepto de exportación, actividad que se inició en la época de la Colonia. En la actualidad ocupa el tercer lugar en el monto de exportaciones del sector agrícola, después del banano y de las flores.

Los principales compradores del cacao ecuatoriano son: Estados Unidos, Japón, Holanda, Alemania, Italia, Francia, Canadá, España y Bélgica.

En la actualidad el cultivo ocupa una superficie de aproximadamente 463.878 has distribuidas en las provincias de la Costa, Sierra y parte del Oriente.

La provincia de Esmeraldas constituye el 6%, esto es 27.832 hectáreas y el resto está distribuido entre las demás provincias.

Aproximadamente el 60% de la producción se exporta en grano, el 35% constituye materia prima para la fabricación de semi elaborados (torta, licor, pasta, manteca y polvo) y chocolates; el 5% se destina a industrias artesanales del país.

Gracias a las características de calidad del cacao Nacional por su sabor y aroma florales, el Ecuador tiene una clara ventaja competitiva en el mercado mundial.

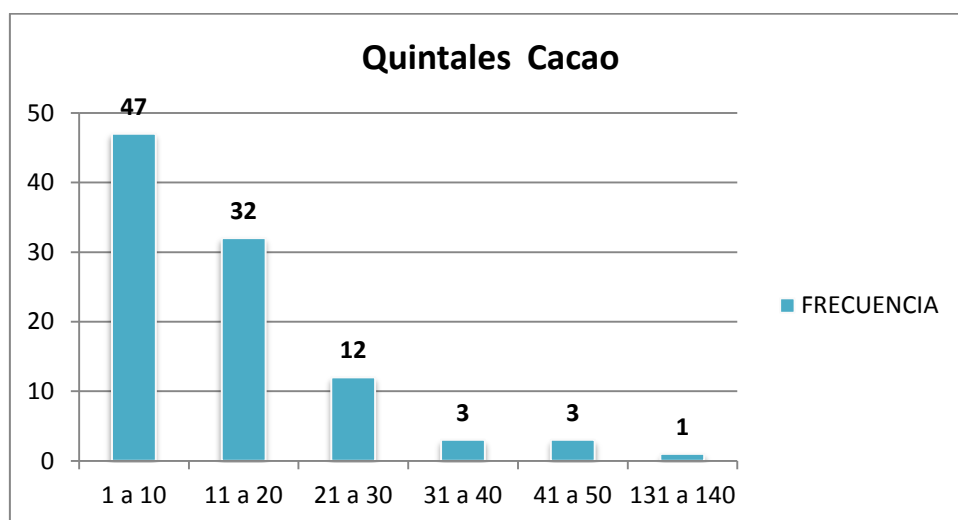
Ecuador es el mayor proveedor de cacao fino y de aroma en el mundo, su incomparable sabor y aroma floral es único en el mundo, reconocido a nivel mundial. El cacao tiene gran valor nutritivo, pues contiene un alto porcentaje de carbohidratos, grasas, proteínas y minerales.

Aproximadamente un 75% de la producción exportable de cacao ecuatoriano, se utiliza para la producción de chocolates finos y de aroma. (PROECUADOR, 2013)

De acuerdo al estudio realizado en el Recinto Balzalito y poblaciones aledañas del Cantón Muísne en la provincia de Esmeraldas, cada uno de los 98 productores menores de cacao de la

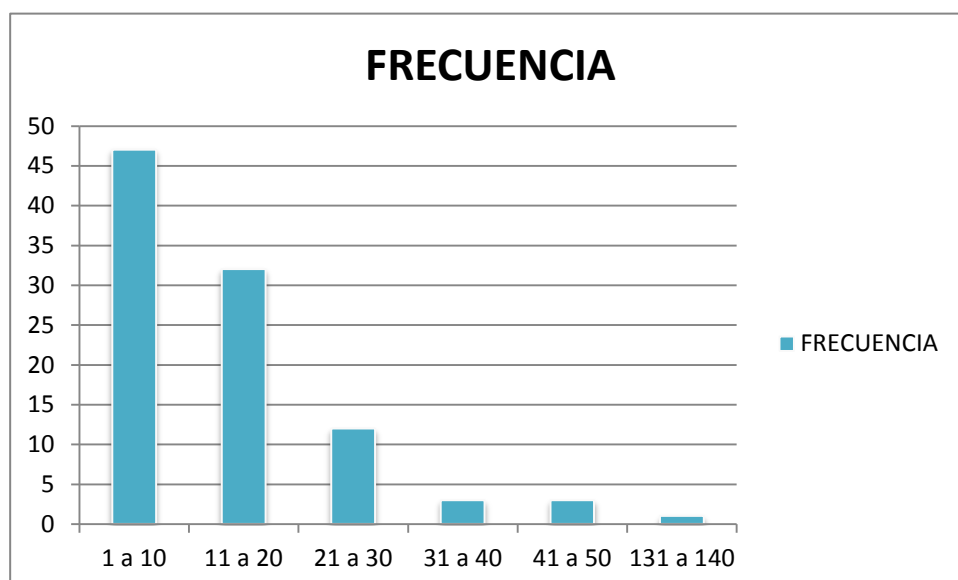
zona, cosecha aproximadamente de 1-20 quintales mensuales, tratándose en si de pequeños productores.

Gráfico 1: ¿Cuántos quintales de cacao cosecha al mes normalmente?



Aproximadamente el 80% de los proveedores proporcionaran entre 10 y 20 quintales mensualmente, el 15% entre 21 y 40 quintales y el 5% entre 50 y 140 quintales.

Gráfico 2: ¿Cuántas hectáreas de cacao fino de aroma y de ramilla usted siembra?



La mayor cantidad de extensiones de tierras utilizadas en la producción de cacao, están destinadas al cacao fino aroma, el mismo que asciende a 510 hectáreas equivalentes al 97% del total, producto escogido para comercializar mediante la ejecución de este proyecto.

3.1.3.2 Oferta proyectada

A continuación el cálculo de la oferta proyectada partiendo de la oferta actual de la zona en estudio.

Tabla 1: Oferta proyectada

PROYECCION DE LA OFERTA					
CRECIMIENTO ANUAL DE LA PRODUCCION NACIONAL					2,50%
PRODUCCION DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS					6,0%
PRODUCCION CANTON MUISNE					30%
AÑO	PRODUCCION NACIONAL ANUAL EN Tm.	PRODUCCION EN LA PROVINCIA ESMERALDAS	PRODUCCION DE CACAO CANTON MUISNE	PRODUCCION DE CACAO RECINTO BALZALITOTO	CAPTACION DEL MERCADO LOCAL
2011	205000	12300	3690	94	2,55%
2012	210125	12608	3782	96	2,55%
2013	215378	12923	3877	99	2,55%
2014	220763	13246	3974	101	2,55%
2015	226282	13577	4073	104	2,55%
2016	231939	13916	4175	106	2,55%
2017	237737	14264	4279	109	2,55%
2018	243681	14621	4386	112	2,55%
2019	249773	14986	4496	115	2,55%
2020	256017	15361	4608	117	2,55%
2021	262417	15745	4724	120	2,55%

FUENTE: ANECACAO 2002-2011

3.1.3.3 Demanda proyectada

Tabla 2: Demanda proyectada

PROYECCION DE LA DEMANDA					
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA ANUAL DE CACAO EN EL ECUADOR					4,97%
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA PROVINCIAL					6,00%
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA CANTONAL					30%
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA EN EL RECINTO BALZALITO					2%
AÑO	DEMANDA NACIONAL ANUAL Tm.	DAMANDA PROVINCIAL ANUAL Tm.	DAMANDA CANTON MUISNE ANUAL Tm.	DEMANDA RECINTO BALZALITO Tm.	
2011	410000	24600	7380	148	
2012	430377	25823	7747	155	
2013	451767	27106	8132	163	
2014	474220	28453	8536	171	
2015	497788	29867	8960	179	
2016	522528	31352	9406	188	
2017	548498	32910	9873	197	
2018	575758	34546	10364	207	
2019	604374	36262	10879	218	
2020	634411	38065	11419	228	
2021	665941	39956	11987	240	

FUENTE: ANECACAO 2002-2009

Para estimar la tasa de crecimiento anual se ha considerado la tasa resultante de la fórmula del interés compuesto.

3.1.3.4 Demanda insatisfecha

Tabla3: Demanda insatisfecha

CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA					
AÑO	DEMANDA PROVINCIAL Tm.	OFERTA PROVINCIAL Tm.	DEMANDA INSATISFECHA PROVINCIAL EN Tm.	PRODUCCION EN EL RECINTO BALZALITOTO EN Tm.	PARTICIPACION DEL MERCADO PROVINCIAL
2011	24600	12300	12300	94	0,76%
2012	25823	12608	13215	96	0,73%
2013	27106	12923	14183	99	0,70%
2014	28453	13246	15207	101	0,67%
2015	29867	13577	16290	104	0,64%
2016	31352	13916	17435	106	0,61%
2017	32910	14264	18646	109	0,58%
2018	34546	14621	19925	112	0,56%
2019	36262	14986	21276	115	0,54%
2020	38065	15361	22704	117	0,52%
2021	39956	15745	24211	120	0,50%

3.1.3.5 Clientes

Entre los potenciales clientes (exportadoras de cacao) que posee el proyecto en estudio se tiene: (www.proecuador.gob.ec > Exportadores)

(<http://www.fedexpor.com/directorio/empresas-exportadoras/item/>)

- CACAOS FINOS ECUATORIANOS S.A. CAFIESA
- CACAO INALNAPO CIA. LTDA.
- INCACAO
- ECUACOCOA C.A.
- MAQUITA agro

3.1.3.6. Mercado competidor

Considerando que, actualmente en Balzalitoto no existe un centro de acopio de cacao con una infraestructura adecuada y con cada una de sus actividades formales como debería ser, se considera como competencia indirecta, a comerciantes informales que existen en la zona, los mismos que tienen definido el lugar donde adquieren el producto para luego venderlo a exportadoras obteniendo un mayor beneficio que el productor. Entre los más conocidos en la ciudad de Esmeraldas tenemos:

- CENTRO DE ACOPIO EL PUENTE
- FONSUAM
- APROCANE
- SAN GREGORIO

3.1.3.7 Comparación con la competencia

A diferencia de los actuales comerciantes informales de cacao en la ciudad de Esmeraldas, el centro de acopio que se pretende crear proporcionaría un precio justo para los productores, a demás de otros beneficios como garantizar la estabilidad comercial entre el productor el centro de acopio y las empresas exportadoras de cacao a las cuales se les pretende vender el producto luego de haberlo recolectado de todos los productores-proveedores dando el trato correspondiente mediante los procesos implantados para su tratamiento antes de la entrega a la exportadoras.

3.1.3.8 Ventajas competitivas

Han llevado a determinar que la condición necesaria y suficiente para alcanzar ventaja competitiva puede reducirse a conseguir generar la mayor diferencia posible entre la disposición a pagar del consumidor para disfrutar de los beneficios del producto y el costo de proveerlo (Ghemawat, 2001). (<http://www.fabrizionoboa.net>).

Una ventaja competitiva que tendría el centro de acopio es el valor agregado que se le dará al producto, que en este caso vendría a ser la eliminación de impurezas y una buena fermentación del grano, también la formalidad de las actividades, lo que le permite introducirse más fácilmente en el mercado a diferencia de la competencia que no cuenta con una organización bien estructurada, y de la misma manera adquirir cacao totalmente nacional con un excelente aroma y sabor.

- **Estrategias genéricas para competir**

Lo que se utilizara es una estrategia de mejoramiento del cacao es decir eliminación de impurezas, fermentación, lo que permitirá que la empresa brinde un producto de calidad para la comercialización del cacao implementado tecnología de punta y maquinarias innovadoras para la conservación del producto.

Se capacitará a los productores, se enfocará más en la calidad, eficiencia, en los procesos, entrega segura, esto ayudara a que la empresa se diferencie de la competencia y ayudando a la vez a ganar territorio en el mercado meta.

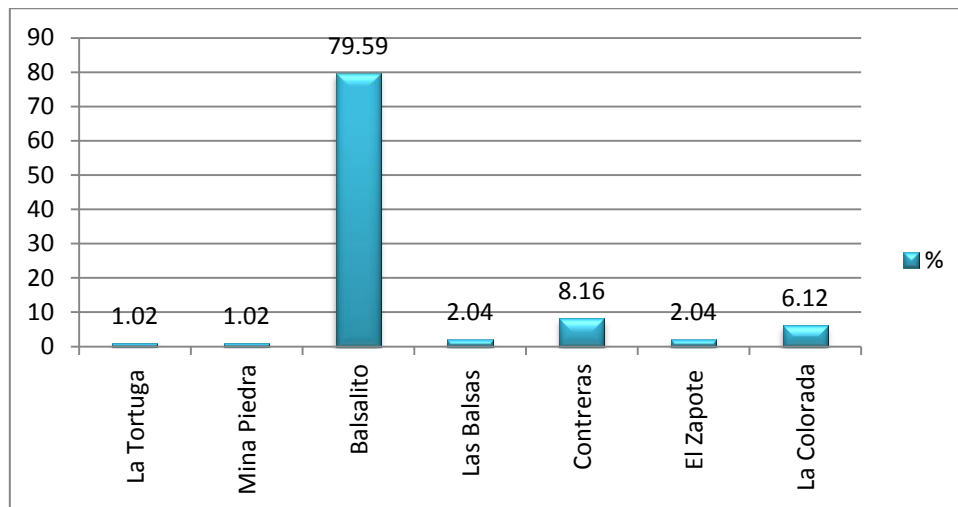
3.1.3.9 Barreras de entrada

De acuerdo al estudio realizado se puede sostener que en la comercialización de cacao la barrera de entrada es el requerimiento de capital de operación principalmente en las épocas de cosecha alta.

3.1.3.10 Mercado proveedor

Dentro del mercado proveedor propiamente dicho se encuentran los productores de cacao ubicados en el recinto Balzalitoto y poblaciones aledañas como lo demuestra la encuesta aplicada para el presente estudio siendo esto un resultado favorable para la creación de este centro de acopio y comercialización de cacao fino de aroma.

Gráfico 3: ¿En qué sector se encuentran ubicados sus cultivos de cacao?



Se puede observar por medio de estos resultados que el 80% de los agricultores de las zonas aledañas al cantón Muisne de la Provincia de Esmeraldas; tienen sus plantaciones de cacao en el Resinto Balzalitoto, siendo esto un resultado favorable para la creación de este centro de acopio y comercialización de cacao fino de aroma.

3.1.4 Análisis de comercialización

3.1.4.1 Canales de comercialización

El canal de distribución utilizado en el presente estudio es Intermedio, ya que el producto no llega directamente a su consumidor final.

A continuación los participantes de la cadena de comercialización:



3.1.4.2. Descripción de comercialización

En la cadena de comercialización interna intervienen los productores y los intermediarios, existen los pequeños y medianos productores, los pequeños productores tienen una superficie de la finca 11 y 50 has. De los intermediarios se puede decir que la mayoría de las veces compran en el pueblo o en la ciudad mientras que los agricultores entregan el cacao en la bodega del intermediario, muy pocos son los intermediarios que compran el cacao en las fincas. Los comerciantes reciben el cacao en su bodega, pesan, primero mira el aspecto del cacao, después toma un puñado de pepas de cada saco, se cortan algunas con una navaja y calcula el grado de humedad enterrando la uña; para esta estimación no necesita ninguna maquina especializada ya que él cuenta con su experiencia y destreza, lo secan si es necesario. Normalmente no les gusta comprar cacao en baba, pero cuando falta cacao lo compran en cualquier estado, y cuando hay bastante exigen un mínimo de uno o dos días de sol.

3.1.5. Marketing

3.1.5.1 Estrategias

Se contará con algunas estrategias de marketing para la comercialización del producto ante los potenciales clientes del centro de acopio como lo son las empresas exportadoras de cacao.

- Producto de calidad, libre de impurezas.
- Convenios entre el centro y exportadores.
- Proporcionar una adecuada logística al momento de entregar el producto.
- Precio competitivo
- Visitas personalizadas a cada empresa para socializar la oferta del producto en todas sus condiciones.

3.1.6 Promoción y Publicidad

3.1.6.1 Promoción

Se dará automáticamente puesto que se espera dar una buena imagen que hable por si solo de los beneficios y garantías del presente centro de acopio, tanto para los productores como para las exportadoras

3.1.6.2. Publicidad

Se utilizará en su mayoría para su difusión la Radio, puesto que es el medio que más se utiliza en el campo por parte de los agricultores. Servirá para difundir los beneficios de entregar su producto al centro de acopio.

3.2. ESTUDIO TECNICO – ADMINISTRATIVO - LEGAL

3.2.1. Producto

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color.) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio.) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. (Trias, 2.003)

3.2.1.1 Descripción del producto

El cacao es un producto de consumo industrial, es necesaria cierta elaboración agroindustrial para que se pueda consumir, en forma de chocolates, manteca de cacao, etc.

La empresa pretende llevar a sus futuros clientes un grano clasificado y calificado que le permitirá disminuir tiempo y costos al momento de la elaboración de sus productos, y de la misma manera les ayudara a tener una acogida favorable en el mercado.

El cacao ecuatoriano es mundialmente apreciado por su sabor y aroma, ya que son claves para la producción de los más finos chocolates. Existen grandes marcas de chocolates reconocidas como las mejores del mundo; las cuales llevan un porcentaje de cacao ecuatoriano.

El cacao será receptado, clasificado, tratado y envasado en sacos con logotipo de la empresa lista para ser comercializados como se lo puede apreciar en la imagen previa.

3.2.2. Proceso productivo

El proyecto en sí está enfocado en comercializar un cacao 100% natural, sin impurezas, bien seleccionado, de calidad, por lo que se realizaran varios procesos que ayudaran a mantener su sabor y aroma.

Gráfico 4: Proceso productivo



El 97% de los productores de cacao manifestaron que sacan a vender su producto en baba, esto debido al clima húmedo de la zona, lo cual no les permite darle al cacao un secado natural; por lo que se hace necesario un proceso de secado artificial (maquinas secadoras).

Por medio de este grafico se puede notar que el cacao llegara a la empresa en baba lo que le permitirá a la parte operaria realizar los respectivos procedimientos, desde que la materia prima llega a la planta, luego se fermenta, se realiza el respectivo secado, clasificado y almacenado cumpliendo así las normas establecidas de calidad sin alterar sus nutrientes siendo este un producto muy apetecido por el mercado nacional.

3.2.2.1. Proceso de preparación del grano

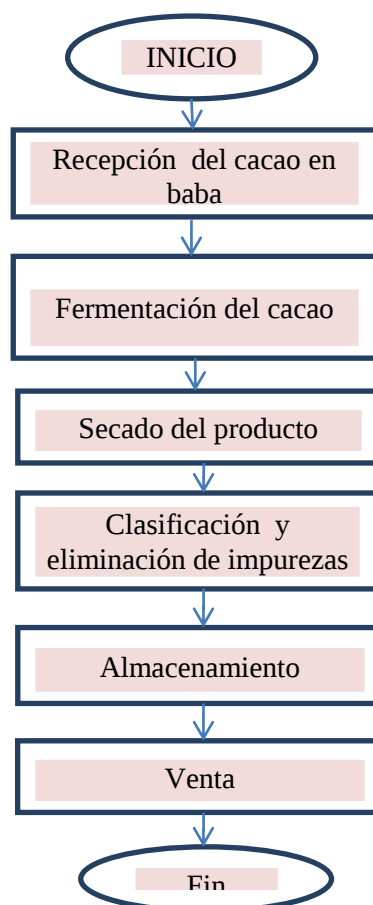
- **Recepción del cacao en baba.-** El proceso se genera con la llegada del cacao en baba desde los proveedores seleccionados, el personal encargado deberá analizar el producto, también es importante que lo operarios retiren la placenta del cacao sin dañar el grano para evitar la proliferación de hongos.
- **Fermentación del cacao._** Ya retirada la placenta se inicia la fermentación del producto que consiste en mantener el cacao en cajones de madera durante cuatro días, trasladando el producto cada 24 horas a los diferentes cajones, ya que esto le permitirá tener mayor oxígeno, se debe cubrir con hojas para que tenga una adecuada fermentación y así mantener su delicioso fino aroma.
- **Secado.** _Una vez terminado el proceso anterior se inicia el secado, el que haremos al aire libre pero en un piso adecuado formado de madera, cuando las condiciones climáticas influyan se procederá a colocar el producto en cajas secadoras para ubicarlas al aire libre logrando alcanzar el secado en cuatro días y se complementará el trabajo con una secadora a gas cuya capacidad es de 100 quintales en cuatro etapas de 25 para que sea realizada por un solo operador.
- **Clasificación y eliminación de Impurezas._** Luego se procede a verificar el grado de humedad del producto que tiene que estar en un 6,5%, se utilizara el medidor de humedad para verificar y la guillotina para el corte del grano, después se pasa el producto por la clasificadora separando así las impurezas y clasificando el grano.

- **Almacenamiento.**_ Una vez clasificado se procede a pilar la pepa y a guardar en sacos, ya estando llenos los sacos el bodeguero los contabiliza para almacenarlos en la bodega, un espacio acondicionado de manera adecuada para evitar contaminación y maltrato, va cubierto con plástico para la desinfección por tres días, al cuarto día se lo airea entonces el producto está listo para ser despachado.
- **Venta.**_ para realizar la venta es necesario enviar una muestra a los demandantes para su aprobación.

Una vez aceptada la muestra por los compradores se embarca y envía directamente sus puertas luego ellos reciben y verifican el producto

3.2.2.2. Proceso productivo:

Imagen 1: Proceso productivo



3.2.2.3. Capacidad instalada o tamaño

El tamaño de la empresa obedece a la capacidad de procesar las cantidades de producto que llegue al centro de acopio, y de acuerdo a la infraestructura y la capacidad de sus equipos es una empresa mediana.

La capacidad máxima mensual es de 2071,25 quintales los cuales se detallan a continuación:

Tabla4: Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA				
RANGO DE PROVEEDORES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	NUMERO DE PROVEEDORES	TOTAL QUINTALES
1 a 10 has	12,5	QUINTAL	47	587,5
11 a 20 has	20	QUINTAL	32	640
21 a 30 has	31,25	QUINTAL	12	375
31 a 50 has	43,75	QUINTAL	3	131,25
41 a 50 has	56,25	QUINTAL	3	168,75
131 a 140 has	168,75	QUINTAL	1	168,75
TOTAL MENSUAL EN QUINTALES				2071,25

La capacidad de acopio actual es de 1657 qq, equivalente al 80 % de la capacidad máxima instalada en el centro de acopio” GARDELCACAO Cía. Ltda.”.

3.2.2.4. Tecnologías necesarias para la producción

De acuerdo a la investigación realizada las maquinarias y equipos necesarios para ejecutar el proyecto son las siguientes:

Cuadro 1: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	
CANTIDAD	DESCRIPCION
4	FERMENTADORA
1	MAQUINA CLASIFICADORA
1	BANDA TRANSPORTADORA 0,9X11m
3	BALANZA DE PISO
1	MEDIDOR DE HUMEDAD
1	MAQUINA COSEDORA DE SACO
1	SECADORA

Cuadro 2: Utensilios de trabajo

UTENSILLOS DE TRABAJO	
CANTIDAD	DESCRIPCION
1	RASTRILLO
4	PALAS METALICAS
2	CARRETAS
3	MACHETES
1	VARIOS

Cuadro 3: Suministros de protección

SUMINISTROS DE PROTECCION DE TRABAJO	
CANTIDAD	DESCRIPCION
12	PARES DE GUANTES

3.2.3 Control de calidad

Se realizará un acoplamiento constante con los productores, analizando la calidad de procesos y dando como resultado un grano bien tratado, aprobando muestras de calidad, buena fermentación, clasificación y secado durante el proceso de almacenamiento, para cerciorarse que el producto cumple con los requisitos de calidad, establecidos por la organización.

3.2.4. Equipos e infraestructura necesarios

Cuadro 4: Edificación

EDIFICIO	
CANTIDAD	DESCRIPCION
1	EDIFICIO
1	TENDAL PARA SECADO 10X15 MT
2	GALPONES

Cuadro 5: Equipos informáticos

EQUIPOS INFORMATICOS	
CANTIDAD	DESCRIPCION
3	COMPUTADORAS
1	COMPUTADOR PORTATIL
3	IMPRESORA

Cuadro 6: Equipos oficina

EQUIPOS DE OFICINA	
CANTIDAD	DESCRIPCION
3	AIRE ACONDICIONADO
1	CAJA REGISTRADORA
1	TELEFONO/FAX

Cuadro 7: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	
CANTIDAD	DESCRIPCION
3	ESCRITORIO TIPO GERENTE
3	SILLAS GIRATORIAS TIPO GERENTE
6	SILLAS TIPO VISITANTES
3	ARCHIVADORES METALICOS
1	MESA DE REUNIONES
1	DISPENSADOR DE AGUA

Cuadro 8: Vehículo

VEHICULOS	
CANTIDAD	DESCRIPCION
1	CAMION NR HINO USADO

3.2.5. Localización

Una vez analizados los principales aspectos para tomar la decisión de donde ubicar el presente proyecto se llegó a la conclusión que el Recinto Balzalito sería la mejor opción para su ubicación, ya que permitirá captar con facilidad el producto procedente de las instalaciones operarias ubicadas en el Recinto a casi 30 minutos de la Parroquia el Salto donde se cuenta con energía eléctrica agua potable y comunicación vía telefónica para un mejor desarrollo de la empresa.

3.2.5.1. Macro localización

País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Esmeraldas
Cantón	Muisne

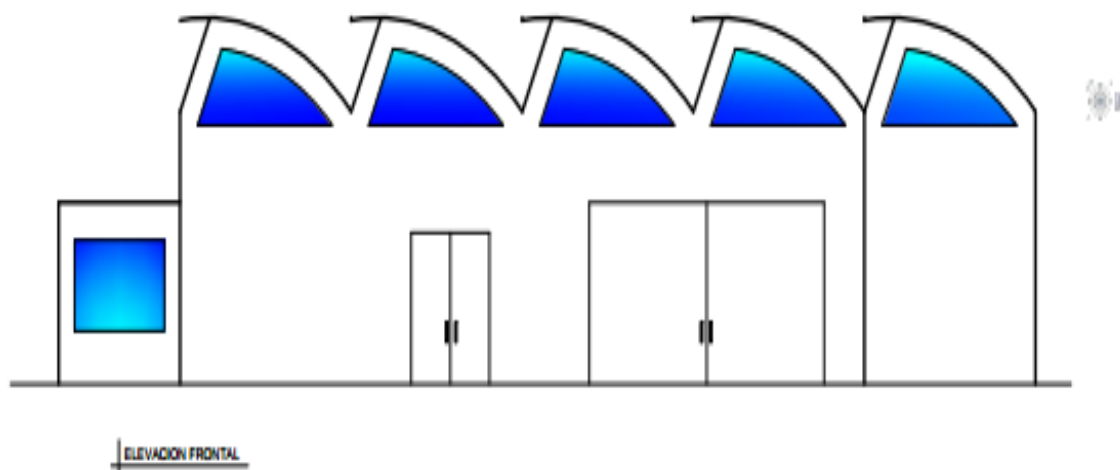
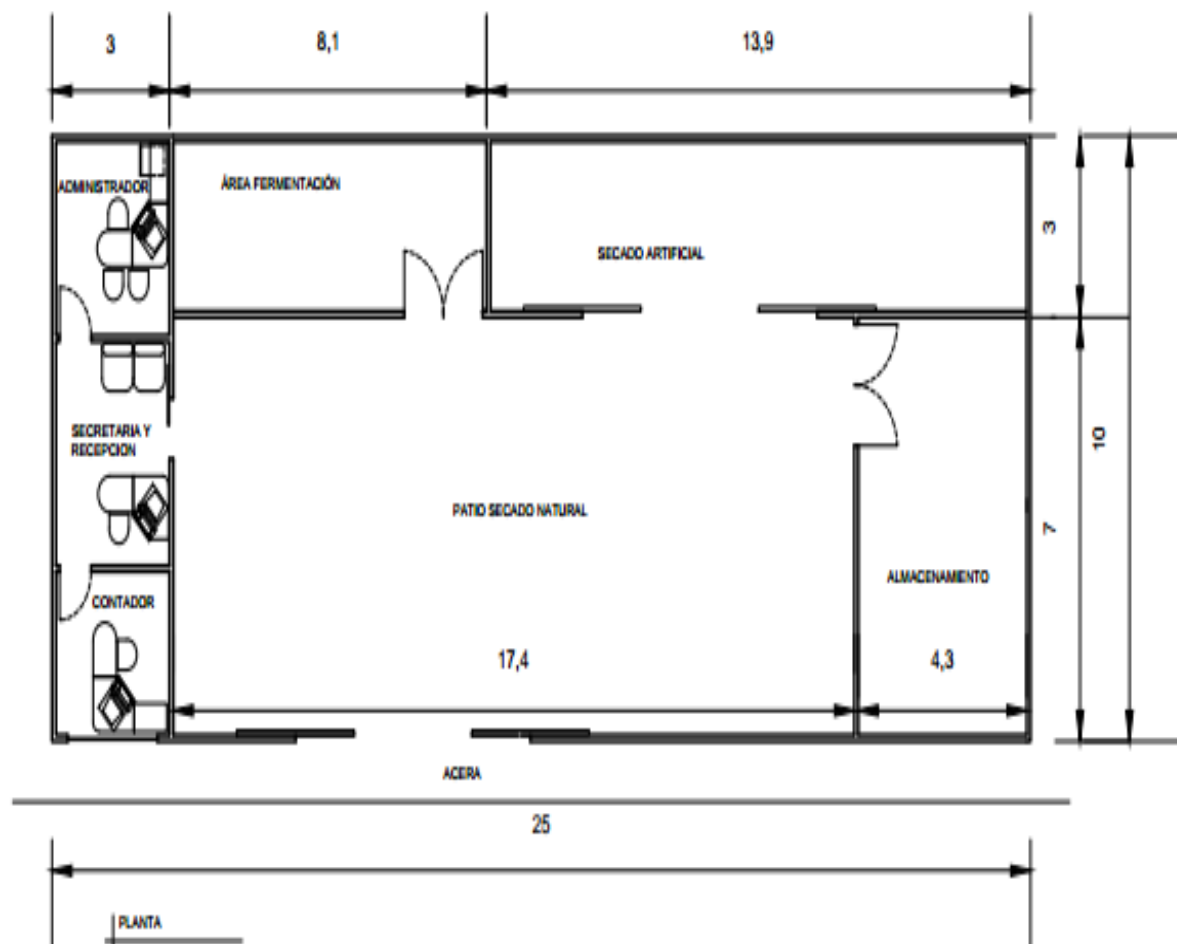
3.2.5.2. Micro localización

Parroquia	San Gregorio
Urbanización	Balzalito
Sector	Balzalito

Imagen 2: Croquis ubicación



Imagen 3: Distribución de las Instalaciones



3.2.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3.2.6.1 Nombre del negocio

El nombre de la empresa será **"GARDELCACAO Cía. Ltda."**

3.2.6.2. Logotipo

Imagen 4: logotipo



3.2.6.3 Misión

Ser una organización comercializadora del cacao fino de aroma mejor tratado del Ecuador lo que permitirá captar un mercado fijo.

3.2.6.4 Visión

Llegar a ser una organización muy reconocida en el mercado lo que será de gran ayuda al crecimiento de la rentabilidad, de la empresa como tal, y de la misma manera colaborar con el progreso de la comunidad.

3.2.6.5 Objetivos

3.2.6.5.1 Objetivos estratégicos

- Consolidar los volúmenes de producción de cacao a través de la capacitación de los productores.
- Crear canales de distribución.
- Posicionarse en el mercado con precios competitivos
- Realizar alianzas con industrias y proveedores
- Lograr el reconocimiento de la empresa y la marca a través de una página web
- Darle un mejor trato al producto, dándole un valor agregado

3.2.6.2 Objetivos del plan de negocios

- Obtener información de los pequeños productores sobre la calidad actual del cacao en las zonas del cantón Muísne provincia de Esmeraldas y a su vez realizar un estudio del Mercado partiendo desde la perspectiva del producto y la demanda nacional e internacional.
- Determinar la factibilidad técnica y económica del Estudio.

3.2.7 Actividad o modelo de negocio

El diseño del negocio incluye la selección de clientes, las ofertas de productos, decidir qué tareas se llevará a cabo internamente y las que serán contratadas, y cómo se producirán las

ganancias. El diseño de un negocio a menudo se conoce también como el concepto del negocio. Un modelo exitoso de negocio representa una mejor manera de hacer negocio que las alternativas de negocio existentes. (www.gestiopolis.com).

La Empresa es una idea de negocio innovadora, su fin es poder ofertar al mercado nacional seleccionado sin impurezas, lo que le permitirá a los futuros clientes ahorrar costos al momento de clasificar la materia prima, y de esta manera se ofertara un producto apto para ser procesado y con una excelente calidad.

A pesar de que será una estrategia innovadora en el mercado local, cuenta con tecnología de punta y sus proveedores son personas de la misma zona quienes serán los primeros vendedores, en caso de no cumplir con la demanda, se comprara el producto de otras zonas. El mercado de cacao fino de Aroma está dirigido a diferentes industrias nacionales y extranjeras dedicadas a la elaboración de cosméticos y confites.

Actualmente la Empresa no cuenta con los recursos económicos para ser instaladas y para la adquisición de la maquinaria. Para iniciar sus actividades, se hará la instalación adecuada en un local propio, y para la promoción y comercialización del cacao se realizara un buen marketing y se creara una página web.

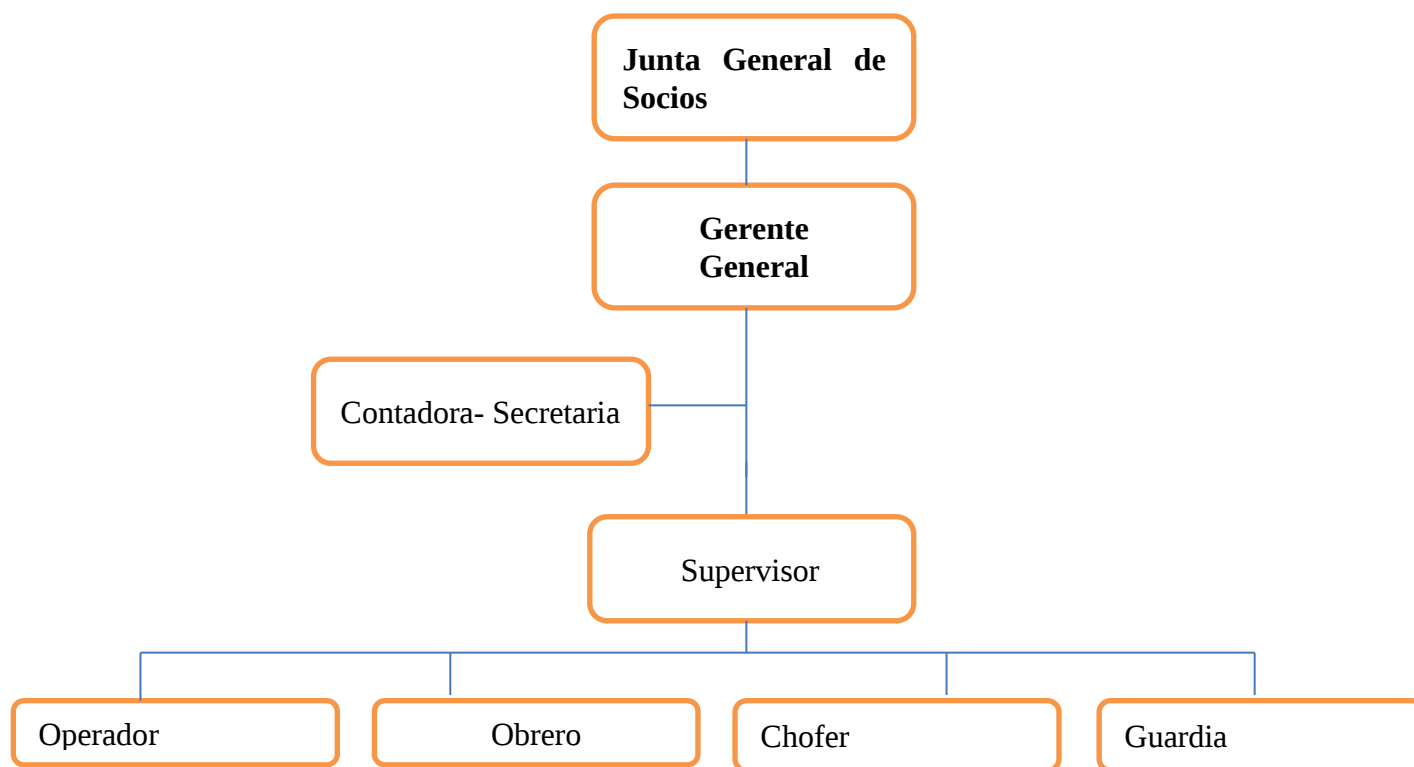
3.2.7.1 Oportunidad de negocio detectada

GARDELCACAO Cía. Ltda., es una empresa que se dedicara al acopio y comercialización de cacao fino de aroma, con el objetivo de mantener el sistema de cosecha del producto sin alteraciones genéticas lo cual le permitirá brindar un producto de calidad, generando así un beneficio tanto para la empresa como para el productor.

Tomando en cuenta lo anterior planteado, se divisó la oportunidad de negocio y se procedió a realizar un Estudio considerando la demanda, lo que permitió evaluar la factibilidad que se tendrá debido a la falta de organizaciones bien estructuradas en el mercado local ya que se cuenta con mano de obra calificada para la producción y comercialización de un producto de calidad.

3.2.8 Organigrama funcional

Imagen: Organigrama funcional



3.2.8.1 Descripción del equipo emprendedor y equipo directivo

❖ Puesto: Gerente

Misión del Puesto

Planificar y dirigir a la empresa, captar a los futuros demandantes demostrar así ser la cabeza principal de la Empresa ayudando a cumplir las metas y fines propuestos por la misma.

Principales Funciones:

- Organizar y controlar las acciones, movimientos, en si todo el desarrollo de la empresa.
- Dirigir eficazmente a la Empresa para alcanzar las metas y objetivos propuestos.
- Constituir un plan de ventas que ayude a la captación de clientes.
- Tener una responsabilidad judicial.
- Accionar el cumplimiento de estatutos, políticas de la Empresa.
- Presentar informes económicos sobre el funcionamiento de la Empresa.
- Designar y remover funciones que estén bajo su cargo.
- Analizar la tendencia cambiante del mercado y la aparición de nuevos competidores.
- Promover la comunicación y el trabajo en equipo.
- Crear propuestas innovadoras que capten la atención de los clientes.
- Salvaguardar la información confidencial de la organización.

❖ Puesto: Contadora- Secretaria

Misión del Puesto

Responsable de la planificación, organización y coordinación de todo lo relacionado con los ingresos y gastos, con el objetivo de obtener los estados financieros requeridos por la empresa, debe asistir al gerente, brindando un apoyo incondicional con las tareas establecidas, llevar un pequeño control de las actividades de la empresa.

Principales funciones:

- Elaborar los estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica
- Revisar órdenes de cheque de oficina, corroborando los cálculos presentados.
- Verificar que cada uno de sus colaboradores desarrolle en forma correcta sus funciones

- Confeccionar declaraciones de IVA
- Revisar y comparar gastos mensuales
- Hacer y recibir llamadas telefónicas
- Enviar mail, cotizaciones etc.
- Llevar la agenda de los asuntos de la empresa para que estén al tanto y se dé un buen desarrollo de las actividades
- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y el servicio de estos
- Mejora y aprendizaje continuo

❖ **Puesto: Supervisor**

Misión del puesto

Seguir y cumplir con las disposiciones de parte del gerente, controlar y dirigir la producción de la empresa.

Principales funciones:

- Cumplir con las órdenes de producción diarias
- Controlar la calidad del producto
- Supervisar el personal
- Estar atento a requerimientos de la producción
- Procesos

❖ **Puesto: Operador**

Misión del puesto

Seguir y cumplir con las disposiciones de parte del gerente, con el fin de llevar la planificación establecida para el tratamiento del producto.

Principales funciones:

- Cumplir con las órdenes de producción diarias
- Manejar adecuadamente las maquinas
- Empacar y embodegar el producto

❖ Puesto: Obrero**Misión del puesto**

Desempeñar las labores pesadas y actividades para el tratamiento del cacao fino de aroma desde la llegada del cacao en baba hasta la comercialización.

Principales funciones:

- Cargar el producto para el proceso de fermentado, secado y clasificado del producto
- Remover el caco cada hora para obtener un mejor cacao seco
- Realizar el proceso de clasificación, ensacado, pesado y etiquetado.

❖ Puesto: Chofer**Misión del puesto**

Desempeñar las labores de manejo de vehículos grandes, cumpliendo con los requerimientos necesarios para un buen desempeño.

Principales Funciones:

Manejo de vehículo para la comercialización del cacao.

❖ **Puesto : Guardia**

Misión del Puesto

Cuidar continuamente a la organización cumpliendo debidamente con sus labores correspondientes.

Principales Funciones:

Mantener en continua vigilancia las instalaciones

Controlar el ingreso de las personas a la organización

3.2.9 Alianzas Estratégicas

Considera como aliados estratégicos a los proveedores de los diferentes puntos de venta, los cultivadores de cacao de las diferentes zonas aledañas al Recinto Balzalito perteneciente al cantón Muísne de la provincia de Esmeraldas, los cuales ayudaran a cubrir la demanda que se generará en la empresa, además los diferentes colaboradores que se contrataran para la distribución del producto en el mercado lo que permitirá tener un buen posicionamiento en el mercado.

3.3 Legal jurídica y fiscal

3.3.1 Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes

GARDELCACAO Cía. Ltda., será una empresa innovadora en el mercado del comercio del cacao, en sus inicios tendrá figura legal con su respectivo RUC (Registro Único del Contribuyente), y con el transcurso del tiempo a medida que la entidad se encuentre bien posesionada en el mercado como persona jurídica.

3.3.2 Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas).

El centro de acopio y comercialización de cacao fino de Aroma será constituido bajo la forma de Cía. Ltda. (Compañía de responsabilidad limitada) ya que su capital será conformado por tres socios con el fin de buscar fuentes de financiamientos externas dando así apertura a futuros accionistas que deseen invertir en esta empresa para su funcionamiento, el nombre que llevara será **“GARDELCACAO Cía. Ltda.”** el cual será aprobado por la superintendencia de compañías, luego se procederá a elaborar los estatutos, escrituras necesarios para su funcionamiento.

Compañía de responsabilidad limitada

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. En esta compañía el capital estará representado por participaciones. (Estudios, 2008)

Este tipo de compañías es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

No podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar; no obstante, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital, la misma que estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a \$400 USD (DÓLARES) monto fijado por la Superintendencia de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento décadas participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación; si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- 1) Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
- 2) La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- 3) El objeto social, debidamente concretado;

- 4) La duración de la compañía;
- 5) El domicilio de la compañía;
- 6) El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- 7) La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
- 8) La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
- 9) La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la;
- 10) Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley

3.3.3 Equipo directivo

GARDELCACAO Cía. Ltda. Contará con el siguiente equipo directivo con su porcentaje de participación dentro de la empresa:

Cuadro 9: Equipo directivo

Nombre	Nacionalidad	% Participación
Paulina Garrido Delgado	Ecuatoriana	12 %
Julio Garrido Yépez	Ecuatoriana	20%
Elio Garrido Yépez	Ecuatoriana	12%

3.3.4 Modalidad contractual (emprendedor y empleado)

Para contratar al personal de la empresa, se elaboraran diferentes contratos, tanto para el área administrativa como de producción donde se detallaran cada una de las actividades que se van a realizar, el horario de trabajo, sueldos a pagar y todos los beneficios que exige la ley que se debe cumplir con el personal según la ley establecida.

3.3.5 Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.

Toda entidad comercial para poder operar debe contar con una serie de requisitos, los cuales GARDELCACAO Cía. Ltda., los está analizando para proceder a tramitar los permisos de patente municipal y permiso del cuerpo de bomberos.

Para la venta del producto, ha considerado realizar la afiliación a la Cámara de Comercio para la distribución del producto.

3.3.6. Procedimientos legales para su constitución

Para la constitución de este tipo de compañías se debe cumplir una serie de formalidades generales tales como:

- Solicitud a la Superintendencia de Compañías, pidiéndola aprobación del tipo de compañía, y registro del nombre o denominación, en la cual se presenta varias alternativas, para el consentimiento de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación idéntica o semejante.
- Elaboración de la minuta del contrato de la compañía, suscrita por abogado, en la que se debe especificar el nombre de la empresa, el domicilio, alcance de las actividades de la misma, el nombre de los socios con la estructura del capital, y los demás aspectos que se deben considerar para la elevación de este documento a escritura pública.

- Apertura de una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera autorizada para este fin, realizando el primer depósito que debe ser no menor al

50% del capital social.

- Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías, se elevan a escritura pública ante un Notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio con las firmas de los socios fundadores.

- Mediante resolución de la Superintendencia de Compañías se aprueba la constitución, emitiendo un extracto de prensa de la aprobación de la escritura, que debe ser publicado por una sola vez, en un diario de gran circulación en la ciudad del domicilio de la compañía.

- Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la

Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.

- Obtención de la patente municipal a fin de que se pueda ejercer actos de comercio.
- Afiliación a la Cámara de la Producción que corresponda al giro del negocio, así por ejemplo: Cámara de Comercio, Cámara de Industriales, Cámara de la Pequeña

Industria, etc.

- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- Elaboración e inscripción de los nombramientos de las personas encargadas de la administración de la compañía en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas

(SRI).”

3.3.7. INSTITUCIONES RELACIONADAS

Existen varias instituciones en el país que están directa e indirectamente relacionadas con la industria del cacao, ya que se encargan del desenvolvimiento legal de las empresas; a continuación se detalla cuáles son éstas:

SRI.- El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma, encargada de la administración y recaudación de los impuestos que están bajo su ámbito de acción.

Entre los propósitos básicos del SRI está la difusión y capacitación de los contribuyentes respecto a sus obligaciones tributarias y la atención y resolución de sus peticiones, reclamos y consultas que se presenten conforme la Ley. En los casos justificados de evasión de tributos, aplica las sanciones correspondientes.

El SRI tiene como objetivo general, impulsar una administración tributaria moderna y profesionalizada que mantenga una relación transparente entre el Fisco y el contribuyente, para asegurar un incremento sostenido en valores reales de los tributos administrados por la institución.

Cámara de Comercio.- Organización gremial eficiente, solidaria, representativa e influyente del sector productivo del Ecuador que promueve el comercio, con visión nacional, defendiendo una economía libre, y competitiva, representando los intereses de todos sus socios, brindando servicios de calidad y desarrollando propuestas y acciones que contribuyan al progreso del país.

CEFODI.- Nace como Comité Esmeraldas Flandes Orientales para el Desarrollo

Integral, la que fue una instancia de coordinación para el desarrollo integral y concertado de la provincia de Esmeraldas.

Desde 1993 la Corporación Esmeraldeña para la Formación y Desarrollo Integral ha dirigido esfuerzos al mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores de población menos favorecida en la provincia de Esmeraldas.

A partir del año 2001, la Corporación resuelve adoptar un enfoque temático de desarrollo local rural a través de la agricultura sostenible; y orienta sus acciones al ámbito rural con énfasis en los cantones: Rioverde, Muisne y Atacames, considerando los indicadores de baja escolaridad; menor acceso a los servicios básicos y presencia de la cooperación. CEFODI se

proyecta hacia el futuro como una institución local que contribuye al desarrollo rural con iniciativas innovadoras y sustentables.

Para el período 2008 – 2013 se definen las líneas estratégicas:

- Mejoramiento productivo y acceso a mercados
- Gestión sustentable del ambiente
- Formación de talentos para el desarrollo humano

MAGAP.- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador. Este Ministerio está encargado de coordinar, diseñar y evaluar las políticas del sector agropecuario con el resto de sectores económicos y sociales. Además, entre sus funciones está proporcionar condiciones de estabilidad y claridad en las reglas de juego que incentivan las inversiones privadas en el sector agropecuario.

3.3.8. REQUISITOS LEGALES

Registro Mercantil.-Es un Registro Oficial en donde se inscribe la escritura pública; la información que se solicita a una persona jurídica para inscribirse en el Registro Mercantil. Es la siguiente:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución
- Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción.

Patente Municipal.-El hecho generador de este impuesto es el ejercicio de toda actividad comercial, industrial, o de orden económico que se realice dentro del cantón Muísne. Para que una empresa sea inscrita en el Registro de Patentes.

Dirección Financiera deberá presentar:

- Escritura de constitución.
- Registro Único de Contribuyentes
- Resolución de Constitución.
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal
- Copia de cédula del representante legal.
- Formulario de declaración de impuesto de patente municipal.
- Copia de declaración de Impuesto Renta del año inmediato anterior validada por SRI

RUC.-El Registro único de Contribuyentes, es un sistema que tiene por objeto registrar e identificar a los contribuyentes, es decir constituye la identidad de la empresa frente a los pagos fiscales, como son el pago anual del impuesto a la renta y la declaración del impuesto al valor agregado IVA; este debe ser obtenido dentro de los treinta días siguientes a su composición o inicio de actividad. Los requisitos necesarios para su inscripción son los siguientes:

- Formulario RUC 01-A y RUC 01-B.
- Escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Hoja del Registro de Sociedades otorgado por la Superintendencia de Compañías.
- Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Carta de pago de agua, luz o teléfono de cualquiera de los tres últimos meses.

3.3.9. Minuta de constitución de compañía de responsabilidad

Limitada.

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una minuta de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura las siguientes personas, el señor Julio Garrido Yépez de nacionalidad

Ecuatoriana de estado civil casado, con cédula de identidad N° **080082436-9**, domiciliado en la ciudad de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas; el señor Eleazar Garrido Yépez de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil casado con cédula de identidad N° **080112285-4** domiciliado en la ciudad de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas y el señorita Paulina Garrido Delgado de nacionalidad ecuatoriana de estado civil soltero(a), con cédula de identidad N°**0803089853**, domiciliado en la ciudad de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

3.4. ESTUDIO ECONÓMICO

En el Estudio Económico se va a determinar las cantidades, costos de cada uno de los requerimientos para poner en marcha el presente proyecto.

3.4.1. INVERSIÓN INICIAL

3.4.2 Detalle de la inversión inicial

Las maquinarias, equipos, muebles y, enseres se detallan de la siguiente manera:

Cuadro 10

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
3	ESCRITORIO TIPO GERENTE	254,46	763,38
3	SILLAS GIRATORIAS TIPO GERENTE	174,11	522,33
6	SILLAS TIPO VISITANTES	65,00	390,00
3	ARCHIVADORES METALICOS	37,93	113,79
1	MESA DE REUNIONES	187,50	187,50
1	DISPENSADOR DE AGUA	120,00	120,00
SUBTOTAL			2.097,00
TOTAL			2.097,00

Cuadro 11

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
4	FERMENTADORA	300,00	1.200,00
1	MAQUINA CLASIFICADORA	4.480,00	4.480,00
1	BANDA TRANSPORTADORA 0,9X11m	3.000,00	3.000,00
3	BALANZA DE PISO	270,00	810,00
1	MEDIDOR DE HUMEDAD	140,00	140,00
1	MAQUINA COSEDORA DE SACO	520,00	520,00
1	SECADORA	2.240,00	2.240,00
SUBTOTAL			12.390,00
TOTAL			

Cuadro 12

UTENSILLOS DE TRABAJO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	RASTRILLO	12,00	12,00
4	PALAS METALICAS	7,00	28,00
2	CARRETAS	45,00	90,00
3	MACHETES	10,00	30,00
1	VARIOS	250,00	250,00
SUBTOTAL			410,00
TOTAL			410,00

Cuadro 13

SUMINISTROS DE PROTECCION DE TRABAJO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
12	PARES DE GUANTES	1,50	18,00
SUBTOTAL			18,00
TOTAL			

Cuadro 14

SEGURO VEHICULO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
	SEGURO	30,00	30,00
TOTAL			30,00
PROVISION 3 MESES			90,00

3.4.3 Muebles y equipos del área administrativa

Cuadro 15

EQUIPOS INFORMATICOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
3	COMPUTADORAS	850,00	2.550,00
1	COMPUTADOR PORTATIL	900,00	900,00
3	IMPRESORA	120,00	360,00
SUBTOTAL			3.810,00
TOTAL			3.810,00

Cuadro 16

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
3	AIRE ACONDICIONADO	650,00	1.950,00
1	CAJA REGISTRADORA	180,00	180,00
1	TELEFONO/FAX	120,00	120,00
			-
			2.250,00
TOTAL			2.250,00

3.4.4 Costos y gastos

Cuadro 17

EDIFICIO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	EDIFICIO	13.800,00	13.800,00
1	TENDAL PARA SECADO 10X15 MT	3.400,00	3.400,00
2	GALPONES	3.250,00	6.500,00
	TOTAL EDIFICIO		23.700,00

Cuadro 18

TERRENO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	TERRENO	5.000,00	5.000,00
	TOTAL EDIFICIO		5.000,00

3.4.5 Gastos administrativos

Cuadro 19

SUMINISTROS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
4	RESMA DE PAPEL	4,00	16,00
5	ROLLOS DE PAPEL PARA MAQUINA FACTURADORA	1,25	6,25
4	PERFORADORAS	15,00	60,00
15	ESFEROGRAFICOS	0,30	4,50
3	GRAPADORAS	12,00	36,00
4	CAJAS DE GRAPAS	1,50	6,00
10	CAJAS DE CLIPS	0,60	6,00
20	CINTAS DE EMBALAJE	1,25	25,00
8	TABLEROS PORTA PAPEL	3,00	24,00
24	MARCADORES PERMANENTES	0,80	19,20
TOTAL			202,95
PROVISION 3 MESES			608,85

Cuadro 20

SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
5	GALONES DE DESINFECTANTE	5,00	25,00
5	KILOS DE DETERGENTE	2,80	14,00
10	JABONES DE TOCADOR	0,85	8,50
4	ESCOBAS	2,50	10,00
4	TRAPEADORES	3,50	14,00
10	METROS DE FRANELA	0,80	8,00
4	PACAS DE PAPEL HIGIENICO	3,80	15,20
SUBTOTAL			94,70
TOTAL			94,70
PROVISION 3 MESES			284,10

Cuadro 21

GASTO DE CONSTITUCION	
HONORARIOS DE ABOGADO	300,00
CONSTITUCION NOTARIA PUBLICA	100,00
GASTO DE PUBLICIDAD	250,00
OTROS GASTOS POR TRAMITES	100,00
INSCRIPCION EN EL REGISTRO MERCANTIL	130,00
PERMISOS MUNICIPALES, DIR. DE SALUD Y OTROS	460,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	1.340,00

3.4.6 Sueldos y salarios

Cuadro 22

NOMINA LABORAL											
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	SUPERVISOR DE CALIDAD	750.00		750.00	62.50	28.33			31.25	122.08	872.08
1	OPERADOR	450.00		450.00	37.50	26.50			18.75	82.75	532.75
2	OBREROS	410.00		820.00	68.33	53.00			34.17	155.50	975.50
1	CHOFER	425.00		425.00	35.42	26.50			17.71	79.63	504.63
5	TOTAL	2035.00	0.00	2445.00	203.75	134.33	0.00	0.00	101.88	439.96	2884.96

		MENSUAL	ANUAL								
TOTAL IESS PATRONAL		297.07	3564.81								38184.31

Nómina del primer año

Cuadro 23

NOMINA LABORAL											
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	SUPERVISOR DE CALIDAD	750.00		750.00	62.50	28.33	62.50	15.63	31.25	200.21	950.21
1	OPERADOR	450.00		450.00	37.50	28.33	37.50	9.38	18.75	131.46	581.46
2	OBREROS	410.00		820.00	68.33	56.67	68.33	17.08	34.17	244.58	1064.58
1	CHOFER	425.00		425.00	35.42	28.33	35.42	8.85	17.71	125.73	550.73
5	TOTAL	2035.00	0.00	2445.00	203.75	141.67	203.75	50.94	101.88	701.98	3146.98

		MENSUAL	ANUAL								
TOTAL IESS PATRONAL		297.07	3564.81								41328.56

Nómina a partir del segundo año

Cuadro 24

RESUMEN DE INVERSION INICIAL			
DESCRIPCION			TOTAL
INVERSION FIJA			
MAQUINARIA Y EQUIPO	1	12390,00	12390,00
EQUIPOS INFORMATICOS	1	3810,00	3810,00
EQUIPOS DE OFICINA	1	2250,00	2250,00
MUEBLES Y ENSERES	1	2097,00	2097,00
VEHICULOS	1	15000,00	15000,00
TERRENO	1	5000,00	5000,00
EDIFICIO	1	23700,00	23700,00
TOTAL INVERSION FIJA			64247,00
CAPITAL DE TRABAJO	MESES		
SUMINISTROS DE OFICINA	3	202,95	608,85
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	3	94,70	284,10
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA	3	62,00	186,00
SERVICIOS BASICOS (AREA DE PRODUCCION)	3	64,35	193,04
PUBLICIDAD	3	150,00	450,00
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION	3	3477,86	10.433,58
TALENTO HUMANO AREA DE PRODUCCION	3	3137,81	9.413,44
MATERIA PRIMA	1	74.565,00	74.565,00
MATERIAL DE TRABAJO	1	410,00	410,00
SUMINISTROS DE PROTECCION DE TRABAJO	1	18,00	18,00
SEGURO	3	30,00	90,00
UTENSILLOS DE TRABAJO	1	410,00	410,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	1.340,00	1.340,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			98.402,01
SUBTOTAL DE LA INVERSION INICIAL			162.649,01
IMPREVISTOS	5%		8.132,45
TOTAL DE LA INVERSION			170.781,46

3.4.7 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El presente proyecto tiene un financiamiento mixto, esto es con fondos propios de sus accionistas y con la obtención de un préstamo.

Cuadro 25

Nombre	Nacionalidad	% Participación	Aporte
Paulina Garrido Delgado	Ecuatoriana	12%	20.497,239
Julio Garrido Yépez	Ecuatoriana	20%	34.162,066
Elio Garrido Yépez	Ecuatoriana	12%	20.497,239
Banco Fomento	Ecuatoriana	56%	95,666.49
TOTAL DE INVERSION		100%	170.810,33

Cuadro 26

FUENTES DE FINANCIAMIENTO							
COSTO DE CAPITAL							
INVERSION INICIAL	170,810.33	100%		TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTE PROPIO	75,156.55	44%	0.44	Tasa Pasiva	6.50	0.065	0.02860
APORTE AJENO	95,653.79	56%	0.56	TASA ACTIVA	11.00	0.1100	0.06160
TOTAL INVERSION	170,810.33	100%	1.00000000	TASA DE RENTABILIDAD			0.090200
							9.02%

CREDITO BANCARIO

El Gobierno ha generado un marco de cooperación interinstitucional en el cual el Banco Nacional de Fomento y ANECACAO contribuirán de manera coordinada y conjunta a facilitar y promover los servicios financieros entre los productores de la variedad de cacao

Nacional, para preservar la calidad e incrementar la producción de cacao de exportación que posibilite el ingreso de mayores divisas al país y mejorar la situación socio económica del productor cacaotero.

INSTITUTACION CREDITICIA: Banco de Fomento

MONTO DEL CREDITO: 95,653.79

PLAZO: 10 años

TASA DE INTERES: 11%

3.4.8 Depreciaciones

La depreciación de los activos fijos será por el método de línea recta:

$$\text{Formula Depreciación anual} = \frac{\text{Costo del bien} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del bien}}$$

Cuadro 27

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES Y ENSERES	10	2.097,00	15,73	188,73	209,70
EDIFICIO	20	23.700,00	88,88	1.066,50	2.370,00
VEHICULO	5	15.000,00	225,00	2.700,00	1.500,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	2.250,00	16,88	202,50	225,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	3.810,00	95,25	1.143,00	381,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	12.390,00	92,93	1.115,10	1.239,00
TOTAL		59.247,00	534,65	6.415,83	5.924,70

3.4.9 Pronóstico de ventas

Cuadro 28

PROYECCION DE INGRESOS CACAO SECO								
VENTA DE CACAO	PRECIO DE VENTA POR LIBRA	MENSUAL			ANUAL			
		CANT. EN LIBRAS	P.V.U.	TOTAL	NUMERO DE MESES	TOTAL ANUAL	P.V.U.	TOTAL
LIBRA DE CACAO	1.3054	62966	1.31	82194.61	12	755592	1.31	986335.28
TOTAL		62966		82194.61				986335.28

Cuadro 29

PROYECCION DE COSTOS CACAO EN SECO								
VENTA DE CACAO	COSTO UNITARIO LIBRA	MENSUAL			ANUAL			
		CANT. EN LIBRAS	COSTO UNITARIO	TOTAL	NUMERO DE MESES	CANT. EN LIBRAS	COSTO UNITARIO	TOTAL
LIBRA DE CACAO	1.1351	62966	1.1351	71473.57	12	755592	1.1351	857682.86
TOTAL		62966		71473.57				857682.86

3.4.10 Presupuestos de costos y gastos

Cuadro 30

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES Y ANUALES			
DESCRIPCION		MENSUAL	ANUAL
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION		3477.86	41734.32
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA		62.00	744.00
PUBLICIDAD		150.00	1800.00
SUMINISTROS DE OFICINA		202.95	2435.40
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		94.70	1136.40
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		216.73	2600.73
SEGURO		30.00	360.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		111.67	1340.00
SUBTOTAL DE GASTOS OPERATIVOS		4345.90	52150.85
OTROS GASTOS	5%	217.30	2607.54
TOTAL GASTOS OPRATIVOS		4345.90	52150.85

3.4.11 Balance de situación inicial

Cuadro 29

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
EMPRESA "GARDELCACAO Cía. Ltda."			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
BANCO	105,223.33	PRESTAMOS BANCARIOS C/P	5,564.66
		TOTAL PASIVOS CORRIENTES	5,564.66
		PASIVOS NO CORRIENTES	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	105,223.33	PRESTAMOS BANCARIOS L/P	90,089.13
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	90,089.13
MUEBLES Y ENSERES	2,097.00	TOTAL PASIVOS	95,653.79
EQUIPOS INFORMATICOS	3,810.00	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE OFICINA	2,250.00	CAPITAL	75,156.55
VEHICULOS	15,000.00		
TERRENO	5,000.00		
EDIFICIO	23,700.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	12,390.00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	64,247.00	TOTAL PATRIMONIO	75,156.55
OTROS ACTIVOS		PASIVO MAS PATRIMONIO	
GASTOS DE CONTITUCION	1,340.00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	1,340.00		
TOTAL ACTIVO	170,810.33		170,810.33
CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVOS CORRIENTES - PASIVOS CORRIENTES			
CAPITAL DE TRABAJO	99,658.67		-

3.4.12 Estado de resultados

Cuadro 30

ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS		
VENTAS		986335.28
TOTAL INGRESOS		986335.28
COSTOS		
COSTO TOTAL DE PRODUCCION		857682.86
TOTAL COSTOS DE VENTAS		857682.86
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		128652.43
GASTOS OPERATIVOS		
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION		41734.32
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA		744.00
PUBLICIDAD		1800.00
SUMINISTROS DE OFICINA		2435.40
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		1136.40
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		5300.73
SEGURO		360.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		1340.00
OTROS GASTOS		2607.54
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		57458.39
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS		71194.04
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	15%	10679.11
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		60514.93
IMPUESTO LA RENTA	23%	13918.43
UTILIDAD ANTES DE RESERVA		46596.50
RESERVA LEGAL	10%	4659.65
RESERVA ESTATUTARIA	5%	232.98
UTILIDAD A DISTRIBUIR A LOS SOCIOS		41703.86

3.4.13 Flujo de caja proyectado

Cuadro 30

Indice de crecimiento	0.02												
INGRESOS	AÑO 0		VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas			986,335.28	1,006,061.99	1,026,183.23	1,046,706.89	1,067,641.03	1,088,993.85	1,110,773.73	1,132,989.21	1,155,648.99	1,178,761.97	10,800,096.18
TOTAL INGRESOS			986,335.28	1,006,061.99	1,026,183.23	1,046,706.89	1,067,641.03	1,088,993.85	1,110,773.73	1,132,989.21	1,155,648.99	1,178,761.97	10,800,096.18
COSTO DE VENTA													
Costo Total de producción			857,682.86	874,836.51	892,333.24	910,179.91	928,383.51	946,951.18	965,890.20	985,208.00	1,004,912.16	1,025,010.41	9,391,387.98
TOTAL COSTO DE VENTA			857,682.86	874,836.51	892,333.24	910,179.91	928,383.51	946,951.18	965,890.20	985,208.00	1,004,912.16	1,025,010.41	9,391,387.98
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			128,652.43	131,225.48	133,849.99	136,526.99	139,257.53	142,042.68	144,883.53	147,781.20	150,736.82	153,751.56	1,408,708.20
GASTOS OPERACIONALES													
Gastos de Administración													
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION			41,734.32	42,569.01	43,420.39	44,288.79	45,174.57	46,078.06	46,999.62	47,939.62	48,898.41	49,876.38	456,979.16
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA			744.00	758.88	774.06	789.54	805.33	821.44	837.86	854.62	871.71	889.15	8,146.59
PUBLICIDAD			1,800.00	1,836.00	1,872.72	1,910.17	1,948.38	1,987.35	2,027.09	2,067.63	2,108.99	2,151.17	19,709.50
SUMINISTROS DE OFICINA			2,435.40	2,484.11	2,533.79	2,584.47	2,636.16	2,688.88	2,742.66	2,797.51	2,853.46	2,910.53	26,666.95
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			1,136.40	1,159.13	1,182.31	1,205.96	1,230.08	1,254.68	1,279.77	1,305.37	1,331.47	1,358.10	12,443.26
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	53,007.30
SEGURO			360.00	367.20	374.54	382.03	389.68	397.47	405.42	413.53	421.80	430.23	3,941.90
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			1,340.00	1,366.80	1,394.14	1,422.02	1,450.46	1,479.47	1,509.06	1,539.24	1,570.02	1,601.42	14,672.63
OTROS GASTOS			2,607.54	2,659.69	2,712.89	2,767.14	2,822.49	2,878.94	2,936.52	2,995.25	3,055.15	3,116.25	28,551.86
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			57,458.39	58,501.55	59,565.56	60,650.86	61,757.86	62,887.00	64,038.73	65,213.49	66,411.74	67,633.96	624,119.15
Gastos Financieros													
Intereses Bancarios			10,246.91	9,602.97	8,884.52	8,082.93	7,188.58	6,190.74	5,077.43	3,835.29	2,449.41	903.15	62,461.94
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			10,246.91	9,602.97	8,884.52	8,082.93	7,188.58	6,190.74	5,077.43	3,835.29	2,449.41	903.15	62,461.94
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			67,705.30	68,104.52	68,450.08	68,733.79	68,946.44	69,077.74	69,116.16	69,048.78	68,861.15	68,537.12	686,581.09
UTILIDAD OPERACIONAL			60,947.13	63,120.96	65,399.90	67,793.20	70,311.08	72,964.93	75,767.37	78,732.42	81,875.67	85,214.45	722,127.11
15% Participación trabajadores		15%	9,142.07	9,468.14	9,809.99	10,168.98	10,546.66	10,944.74	11,365.11	11,809.86	12,281.35	12,782.17	108,319.07
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			51,805.06	53,652.81	55,589.92	57,624.22	59,764.42	62,020.19	64,402.27	66,922.56	69,594.32	72,432.28	613,808.04
Impuesto a la Renta		23%	11,915.16	12,340.15	12,785.68	13,253.57	13,745.82	14,264.64	14,812.52	15,392.19	16,006.69	16,659.42	141,175.85
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			39,889.89	41,312.67	42,804.24	44,370.65	46,018.60	47,755.55	49,589.74	51,530.37	53,587.63	55,772.85	472,632.19
Pago de cuota bancaria			5,564.66	6,208.60	6,927.05	7,728.64	8,622.99	9,620.83	10,734.14	11,976.29	13,362.17	14,908.42	95,653.79
Depreciación de Activos fijos			5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	5,300.73	53,007.30
Inversion Inicial	170810.3346											5924.7	5,924.70
FLUJO NETO	170,810.33		39,625.96	40,404.80	41,177.92	41,942.74	42,696.34	43,435.45	44,156.33	44,854.82	45,526.19	46,165.16	600,796.04

Cuadro 31

INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO								
INVERSION INICIAL		170,810.33	TASA MENOR DEL				TASA MAYOR DE	
TASA PASIVA REFERENCIAL		4.53%	PROYECTO				INCERTIDUMBRE	
TASA ACTIVA REFERENCIAL		11.20%	0.0902	9.02%			0.1902	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS					0.10	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-170,810.33			-170,810.33				
1	39,625.96	0.0902000	0.9172629	36,347.42	36,347.42	-134,462.91	0.8402	33,293.53
2	40,404.80	0.0902000	0.8413712	33,995.43	70,342.86	-100,467.48	0.7059	28,522.86
3	41,177.92	0.0902000	0.7717586	31,779.41	102,122.27	-68,688.07	0.5931	24,423.31
4	41,942.74	0.0902000	0.7079055	29,691.49	131,813.76	-38,996.57	0.4983	20,901.48
5	42,696.34	0.0902000	0.6493354	27,724.25	159,538.01	-11,272.32	0.4187	17,876.85
6	43,435.45	0.0902000	0.5956113	25,870.64	185,408.65	14,598.32	0.3518	15,280.04
7	44,156.33	0.0902000	0.5463321	24,124.02	209,532.68	38,722.34	0.2956	13,051.29
8	44,854.82	0.0902000	0.5011302	22,478.10	232,010.78	61,200.44	0.2483	11,139.08
9	45,526.19	0.0902000	0.4596681	20,926.94	252,937.72	82,127.38	0.2087	9,499.09
10	46,165.16	0.0902000	0.4216365	19,464.92	272,402.64	101,592.30	0.1753	8,093.10
	429,985.70			272,402.64				
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				272,402.64				182,080.63
INVERSION INICIAL				170,810.33				170,810.33
VAN				101,592.30				11,270.29
PRC				6.27				
TIR				20.27%				
R.C.B.				2.52				
RENTABILIDAD SIMPLE				25.17				

Al analizar los índices financieros, se puede establecer que el proyecto es viable y factible, por tanto, dependerá de los socios que puedan llevar adelante este proyecto financiero

Se llega a las siguientes conclusiones:

- El proyecto es rentable por poseer una TIR es 20,27%, al igual que un VAN de 101,592.30 positivo.
- La inversión se recupera en 7 años.
- Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se recupera \$2.52

3.4.14 Punto de equilibrio

Cuadro 30

TABLA DE CLASIFICACION DE LOS COSTOS					
DESCRIPCION	TOTAL	MENSUALES		ANUALES	
		COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION	41734.32	3477.86		41734.32	
TALENTO HUMANO AREA DE PRODUCCION	41328.56		3,146.98	41,328.56	41,328.56
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA	744.00	62.00		744.00	
PUBLICIDAD	1,800.00	150.00		1,800.00	
SUMINISTROS DE OFICINA	2,435.40	202.95		2,435.40	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	1,136.40	94.70		1,136.40	
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	5,300.73	441.73		5,300.73	
SEGURO	360.00	30.00		360.00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1,340.00	111.67		1,340.00	
OTROS GASTOS	2,607.54	217.30		2,607.54	
Materiales de Trabajo	410.00	34.17		410.00	
MATERIA PRIMA	795,360.00		66,280.00		795,360.00
CIF	24,559.11		2,046.59		24,559.11
TOTAL	852822.63	1344.51	71473.57	57462.63	861247.67

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCION	DATOS	
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	82,194.61	986,335.28
GASTOS FIJOS TOTALES	1,344.51	57,462.63
COSTOS VARIABLES TOTALES	71,473.57	861,247.67
NIVEL DE PRODUCCION Y VENTA	62,966	755,592
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	1.14	1.14
PRECIO DE VENTA UNITARIO	1.31	1.31
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	10,307.88	453,101.78
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	7,896	347,103

Se ha demostrado en el cuadro anterior que el centro de acopio para mantenerse en equilibrio, es decir no ganar ni perder debe producir y vender 7.896 quintales mensualmente los mismos que ascienden a \$ 10307,88 y anualmente 347.103 quintales equivalentes a \$ 453.101.78.

3.4.15 Análisis de sensibilidad

Cuadro 32

ANALISIS DE SENSIBILIDAD			
DESCRIPCION	ESCENARIOS		
	PESIMISTA	CONSERVADOR	OPTIMISTA
NIVEL DE ACOPIO MENSUAL (qq)	838	1657	2071,25
NIVEL DE ACOPIO ANUAL (qq)	10056	19884	24855
NIVEL DE ACOPIO EN LA VIDA UTIL DEL PROYECTO	100560	198840	248550
FLUJO PRESENTE NETO (FPN)	35658,25	290.215,57	388754,15
INVERSION INICIAL (II)	132083,71	170.810,33	190354,77
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	-96425,46	119.405,24	198399,38
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL (PRC)	37,04	5,89	4,90
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	-73,56%	20,96%	25%
RELACION COSTO BENEFICIO (RCB)	0,41	2,64	3,26
RENTABILIDAD SIMPLE (RS)	4,12	26,37	32,55

El análisis de sensibilidad consiste en explorar los tres posibles escenarios que se pueden presentar en un proyecto de inversión, los mismos que se describen a continuación:

ESCENARIO PESIMISTA:

En este escenario se analiza las posibilidades mínimas de venta para la captación del mercado, la cual refleja que no es recomendable para la aplicación del proyecto en mención ya que sus resultados descritos en el cuadro anterior presentan un escenario negativo en la aplicación del proyecto, es decir no es rentable.

ESCENARIO CONSERVADOR:

Este escenario refleja una posición objetiva, realista de las futuras ventas para la captación del mercado, lo cual se evidencia en la empresa” GARDELCACA Cía. Ltda.” demostrando que bajo este escenario el proyecto es rentable recomendando su ejecución.

ESCENARIO OPTIMISTA:

Para este escenario se aplicó una proyección de crecimiento del 25 % sobre las ventas proyectadas en el escenario conservador, lo cual indica que los resultados obtenidos son totalmente favorables de manera extrema ya que la rentabilidad del mismo supera las expectativas esperadas.

4. DISCUSIÓN

El trabajo de investigación referente a la creación de este centro de acopio en la localidad de Balzalito en el cantón Muísne de la provincia de Esmeraldas, fue realizado de manera única recabando información directamente de la fuente, por lo que los resultados obtenidos dentro del proceso de estudio, están respaldados con las técnicas y métodos de investigación científicamente utilizados.

El entorno situacional en cuanto a estructura de conformación del presente proyecto orientado al acopio y comercialización del cacao en la zona de Balzalito en la provincia de Esmeraldas, difiere mucho de otros proyectos creado en la misma línea de comercio que el desarrollado en este informe, puesto que no solamente se enfocó en el ámbito de comercio con beneficios solamente para el inversionista, sino que también se pensó en el bienestar de los proveedores-productores de cacao de la zona, proporcionándoles un apoyo técnico y nuevas ideas de cultivo para bienestar de todos en la cadena de producción y comercialización del producto.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ✓ De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es muy viable tanto por los resultados de la TIR que es del 20,27% al igual que un VAN de 101,560.94, un PCR 6,27y un RCB 2,52
- ✓ El Ecuador es un país que posee ventajas comparativas óptimas debido a que dispone de muchas zonas que cumplen con las condiciones ecológicas y agronómicas para el desarrollo del cacao fino o de aroma.
- ✓ El estudio ha permitido determinar que existe detrás de la producción del cacao un mercado nacional e internacional con mucha demanda pero baja oferta del producto.

5.2 Recomendaciones

- ✓ Siendo los indicadores como TIR, VAN, PCR, RCB, resultados favorables, se recomienda poner en funcionamiento dicho centro, lo que sería de gran beneficio tanto para la empresa como para la comunidad.
- ✓ Tomando en cuenta que el gobierno está apoyando a proyectos de tipo agrícola en gran manera se recomienda implementar este estudio de factibilidad en su totalidad, ya que el mismo cuenta con una investigación sólida y un estudio de mercado que lo respalda.
- ✓ La renovación de las plantaciones a nivel nacional debe ser total, existen plantaciones que cumplieron ya vida útil.
- ✓ Introducir mejores técnicas de cultivo y mantenimiento que permitan aumentar los rendimientos por hectárea y el control de las enfermedades para de esta manera brindar un producto de calidad.

- ✓ Técnicamente se requiere un mayor énfasis en el aspecto de fermentación y secado de los frutos, situación que permitirá que el aroma y sabor, inigualable, que caracteriza al cacao ecuatoriano no se pierda con el pasar del tiempo.

5.3 Glosario

Agrícola.- Perteneciente o relativo a la agricultura o a quien la ejerce.

Cacao.- El cacao es una fruta de origen tropical (Chiapas, Oaxaca y Tabasco) de su semilla se produce el chocolate. Se cultiva en arbustos con altura de 2 a 3 m que deben estar a la sombra, normalmente se encuentran bajo árboles más grandes. El árbol del cacao da un promedio de 10 a 15 frutos.

Calidad.- Es la capacidad que tiene un producto para satisfacer las necesidades o requerimientos de un cliente.

Comercializar.- Dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta.

Competitividad.- Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Es la capacidad de competir.

Costo de oportunidad.- Es el costo de la no realización de una inversión. Se mide por la rentabilidad esperada de los fondos invertidos (o de la asignación de la inmovilización a otras utilidades, por ejemplo, el alquiler de un terreno disponible). Este criterio es uno de los utilizados en las elecciones de inversión. En principio, el rendimiento es como mínimo igual al costo de oportunidad.

Cultivar.- Dar a la tierra y a las plantas las labores necesarias para que fructifiquen.

Demanda.- Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

Flujo de caja.- En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa, puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.

104

- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

- Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
- Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (ej: la compra de maquinaria nueva), inversiones o adquisiciones.
- Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Hectárea.- Medida de superficie equivalente a 100 áreas y a 10.000 metros cuadrados.

Inversión.- Se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación.

Mano de obra.- Se entiende como mano de obra todos los salarios, prestaciones sociales, aportes parafiscales y demás conceptos laborales, que se pagan a las personas que participan de forma directa o indirecta en la producción del bien o la prestación del servicio.

Materia prima.- Son los materiales extraídos de la naturaleza que nos sirven para construir los bienes de consumo. Se clasifican según su origen: vegetal, animal, y mineral.

Por ejemplo, madera, metal, piedra, etc.

Antes de construir o fabricar definitivamente un bien de consumo, las materias primas se transforman en un primer paso en productos semi elaborados semi acabados.

Mercado.- Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Oferta.- Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

Plantaciones.- Son los terrenos en los que se cultivan plantas de una misma clase

BIBLIOGRAFÍA

1. BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos 2da. Edición, 1.994
2. BARROS, Ovidio. Historia del Cacao, Colombia. 2da. Edición 1.989
3. BIGNE ALCANIZ, J. Enrique. Mercadotecnia. Madrid. 1era. Edición 1995
4. BRAUDEAU, J. El cacao. Técnicas agrícolas y producciones tropicales. 1era. Edición. Barcelona
5. CALDAS, Marco. Elaboración de Proyectos Industriales, Quito. 1.996
6. ENRIQUEZ, G. Nuevo método de fermentación de cacao en pequeña escala con propósito de investigar el mejoramiento, Instituto Nacional de investigaciones Agropecuarias. INIAP-Ecuador 213
7. Etourneau Félicie 1999. Estudio de la cadena del cacao en el Ecuador y Análisis de Costo. Informe de Proyecto Cacao.
8. GITMAN, Lawrence. Administración Financiera Básica, 2da. Edición Madrid - España 1.991
9. Gourieroux Christian. Monfort Alain. Cours de Series Temporally, 1983. Capítulo dos, Capítulo seis.
10. Johnson A Richard & Wichern W Dean. Applied Multivariate Statistical Analysis.J Prentice Hall,Cuarta Edición 1998.
11. Manual del Cultivo del cacao en el Ecuador. INIAP 1995.
12. Pla.Laura.Análisis Multivariado: Método de Componentes Principales, 1986.
13. PROYECTO ECU-B7-3010/93/176 1997. Principales Características de los Sistemas de Producción de Cacao en la Zona de alcance del Proyecto. Encuestas.

14. ROMERO GONZALO. Proyección de Precios y Mercados para la comercialización del cacao ecuatoriano. Memorias de la I Exposición y Congreso Internacional de Agricultura Guayaquil- Ecuador 1997.
15. GRAWFORD, L. El Ecuador en la época cacaotera, Editorial Universitaria. Quito – Ecuador, 1.985
16. I.C.C.O. Organización Internacional del Cacao, Publicación 1.997
17. KOTLER, Philip. Principios de Marketing, 2 da Edición. 1.991
18. VERA, Edgar. Estadísticas del Cacao-MAG, 2.001

Páginas Electrónicas

1. www.bce.fin.ec (cifras económicas, publicación con producto de exportación)
2. www.sica.gov.ec (cifras agropecuarias del Ecuador)
3. www.anecacao.com (Asociación Nacional de exportadores)
4. www.corpei.org (Oportunidades para exportar)
5. www.fao.org (Organismo de las Naciones Unidas encargada en temas relacionas con la agricultura.
6. SICA.GOV.EC. Página web del Ministerio de Agricultura del Ecuador.
7. www.anecacao.com
8. www.catarina.udlap
9. [www.netquest.com/panel netquest/calculadora muetras.php](http://www.netquest.com/panel%20netquest/calculadora%20muestras.php)

ANEXOS

Encuesta

El objeto de la presente encuesta es recopilar información del mercado para posteriormente realizar la creación de una estrategia de comercialización asociativa de cacao fino de aroma ubicado en el recinto Balzalito perteneciente al cantón Muisne provincia de Esmeraldas. Previo a la Obtención del Título de Ingeniería Comercial Mención Productividad.

1. Nombres y Apellidos _____

2. ¿En qué sector se encuentran ubicados sus cultivos de cacao?

La Tortuga

Mina Piedra ☐

Balzalito ☐

Las Balsas ☐

Contreras ☐

El Zapote ☐

La Colorada ☐

Otros _____

3. Qué tipo de cacao y cuantas hectáreas de cada tipo usted siembra en el sector?

Tipo de cacao

Tipo y porcentaje

Cacao Nacional ☐ _____ N° Hectáreas

Cacao Ramilla ☐ _____ N° Hectáreas

4. En qué etapa de secado vende usted su producto?

Baba ☐

Semi-seco ☐

Seco ☐

5. ¿Cada qué tiempo cosecha su producto?

Semanal ☐

Quincenal ☐

Mensual ☐

¿Cuántos Quintales de cacao cosecha al mes normalmente?

¿Cuáles son los meses de cosecha alta?

Enero ☐ Febrero ☐ Marzo ☐ Abril ☐ Mayo ☐
Junio ☐ Julio ☐ Agosto ☐ Septiembre ☐
Octubre ☐ Noviembre ☐ Diciembre ☐

¿Está de acuerdo usted en pertenecer a una organización para comercializar su producto?

Si ☐

No ☐

¿Por qué estaría dispuesto usted a vender su producto a nuestra organización y no a intermediarios?

Por el peso ☐

Precio justo ☐

Pago en efectivo ☐

Facilidad de transporte ☐

¿Estaría dispuesto usted a clasificar su producto, a cambio de un incentivo económico en el precio por libra?

Si ☐

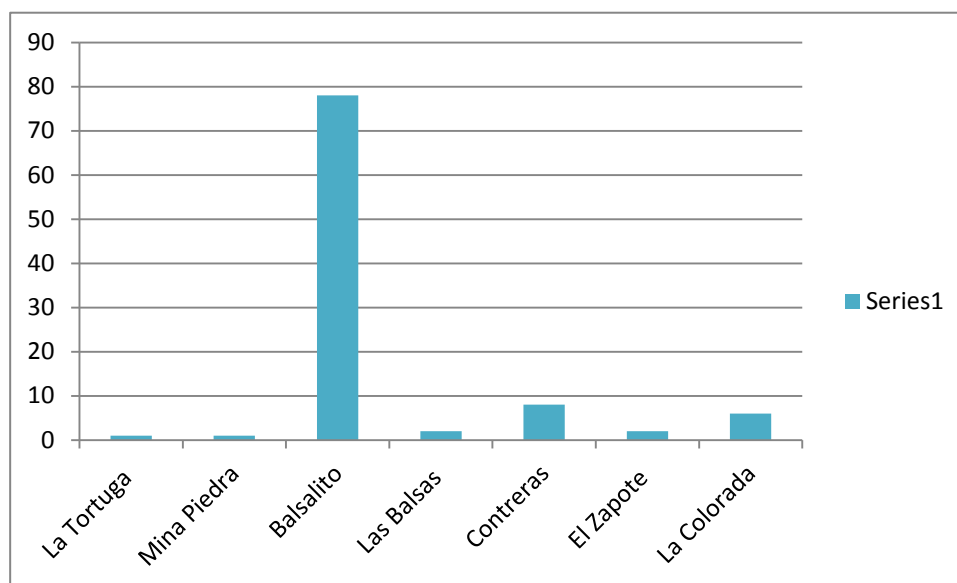
No ☐

1. Nombres y Apellidos _____

NOMBRES DE AGRICULTORES ENCUESTADOS RECINTO BALZALITO	
David Oña	Mari Carrasco
Agustín Vera	Guido Delgado
Hugo Cruz	Mártires Chichande
Cristina Chancoi	Pedro Rosado
Juan Ignacio V	Wellington Vera
Pascual Bravo Ortiz	Roque Proaño
Julio Garrido Yépez	Manuel Ramírez
Elder Santos	Juan Eloy Ortiz
Pablo Bravo	María Chasing
Olivo Montero	Bienvenido Rivera
Justo Pere Bone	Pedro Santos Ortiz
José Luis Moyano	Francisco Montero
Eleazar Garrido	María Montero
Ana María Garrido	Andreina Santos
Jorge Camacho	Maron Vera
Martha Guerrero	Ramón Santos
José Muñoz	José Luis Vera
Greti Santos	Javier Santos
Roco Santos	Gilbert Vera
Germán Barrio	Laura Ortiz
Guemelo Castro	Pedro Angulo
Jesús Ney Santos	María Ortiz Tello
Ellinton Proaño	José Blanco
Manuel Gómez	Francisco Ortiz S
Marcos Vera	Wanner Preciado
Braulio Pérez	Pascual Bravo
Eliezer Ramírez	María Pacho
Fidencio Delgado	Manuel Gracia
José Vera	Segundo Bone G
Braulio Pérez	Aida Cusme C
Feliciano Santos	Leti Alcivar
Davo Guayllas	Ignacio Bone
Dalton Sosa	Segundo Solórzano
Gilver Baeza	Manuel Vera
Luisa Barre	Teodorico Perea J
Bolívar Cedeño	Narcisa Santos
Duque Oña	Marco Santos
Franklin Vivero	Alfredo Valencia
Leonardo Segura	Sefar Jacinto Santos
Pedro Cortez	Jesús María Bone
Ramón Quintero	Raúl Fernando S
Arturo Rivera	Guzmán Monsilla
Filemón Cedeño	Ricardo Cusme
Xavier Vera	

Eugenio Vera	
Ceberino Cagua	
José Vásquez	

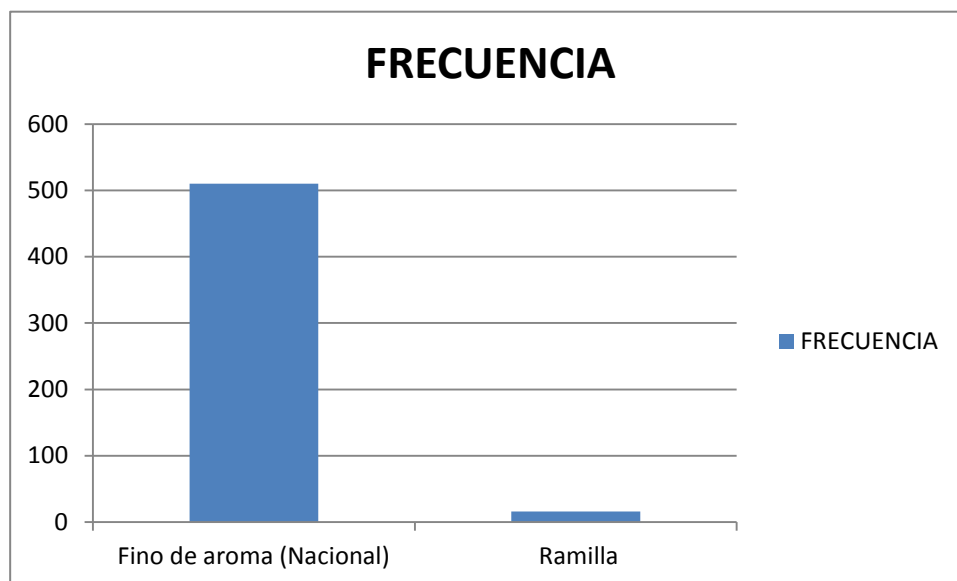
¿En qué sector se encuentran ubicados sus cultivos de cacao?



Se puede observar por medio de estos resultados que el 80% de los agricultores de las zonas aledañas al cantón Muisne de la Provincia de Esmeraldas; tienen sus plantaciones de cacao en el Resinto Balzalito, siendo esto un resultado favorable para la creación de este centro de acopio y comercialización de cacao fino de aroma.

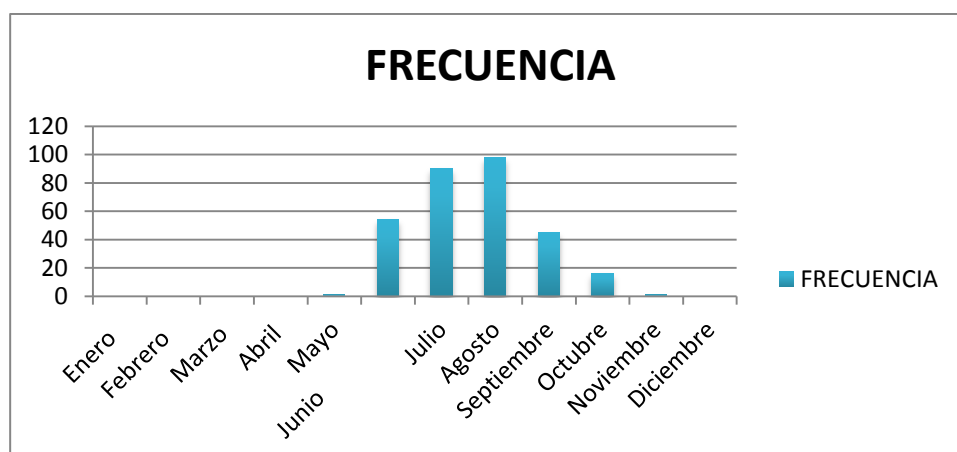
¿Qué tipo de cacao y cuantas hectáreas de cada tipo usted siembra en el sector?

Tipo de cacao



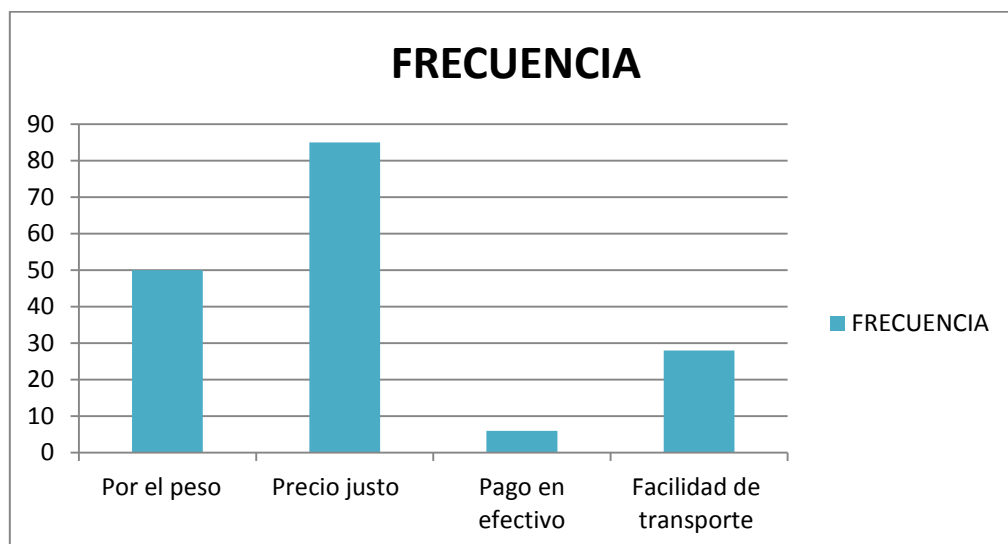
De acuerdo a las encuestas realizadas en el sector Balzalito, se determinó que el 95% de la siembra corresponde al cacao fino de aroma (Nacional).

¿Cuáles son los meses de cosecha alta?



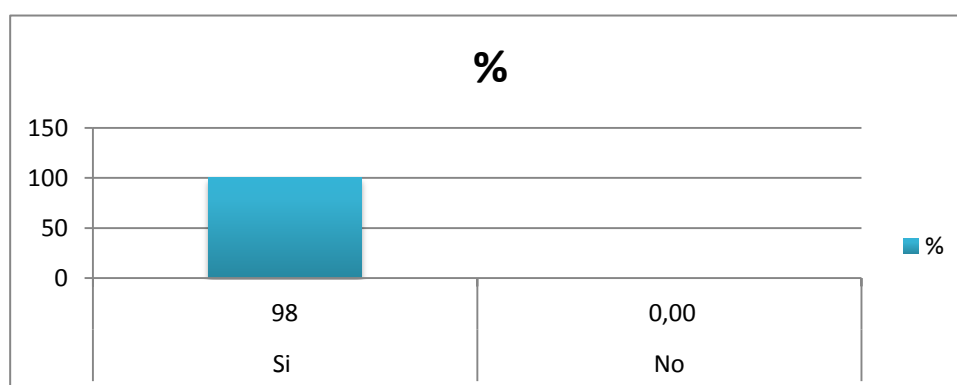
Una vez efectuada la encuesta se pudo comprobar que la cosecha alta de cacao en el Recinto Balzalito se da entre los meses Junio-Octubre, por efecto que existe mayor frecuencia de lluvias en el sector.

¿Por qué estaría dispuesto usted a vender su producto al centro de acopio “GARDELCACAO Cía. Ltda.”?



Dentro de varios aspectos planteados uno de los con mayor incidencia fue la necesidad de tener un precio justo por su producto al momento de comercializarlo, particularidad que se deberá tomar muy en cuenta más adelante cuando se ejecute el proyecto.

¿Estaría dispuesto usted a clasificar su producto, a cambio de un incentivo económico en el precio por libra?



Se pudo conocer la voluntad de los productores de la zona de que se cree una organización que permita explotar al máximo su beneficio en cuanto al acopio y comercialización del cacao en esta zona.

IMÁGENES DEL RECINTO BALZALITO











Fotos de Maquinaria

Fermentadora



Tendales de secado solar



Secadora industrial



Clasificadora



