



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

TRABAJO DE GRADO

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN LA PARROQUIA LITA, CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORAS:

MARGARITA BENNETT

CATHERINNE RUOCCO

Director: Eco. Diego Taboada

Ibarra, Mayo 2015

RESUMEN EJECUTIVO

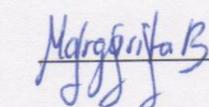
El propósito del presente proyecto es crear una microempresa para la producción y comercialización de cacao llamada “El Cacao Live”, en la Parroquia Lita, Cantón Ibarra, provincia Imbabura, para esto se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en el diagnóstico mediante los cuales hemos comprobado la realidad actual de la Parroquia Lita y tener una perspectiva clara de las actividades económicas que se desarrollan en todo el sector, (Lita y sus alrededores) para esto se procedió a realizar el diagnóstico situacional por medio de las diferentes herramientas de investigación, finalizando con la construcción de la matriz AOOR, misma que fue analizada con el fin de determinar la factibilidad de la elaboración e implementación de ésta propuesta. En el segundo capítulo como en la mayor parte de los proyectos muestra el sustento teórico, resultado de una extensa recopilación de información bibliográfica, indispensable para la comprensión general de nuestra propuesta a través de la consolidación de conocimientos científicos. En el tercer capítulo, se realiza el estudio de mercado, en donde se analiza la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha. En el cuarto capítulo presentamos todo lo que se refiere al diseño de presentación de la planta, su distribución y localización, sector donde estaría ubicada la Microempresa, propuesta con la que se da respuesta a las necesidades observadas como resultado del estudio realizado. La misma, que le dará una mejor presentación y aporte en el desarrollo de todas las actividades que tengan que ver con el proceso productivo del cacao y sus etapas de producción. En el capítulo quinto, se da a conocer los resultados del estudio económico, el mismo que se realizó, para determinar la rentabilidad y factibilidad del proyecto. La estructura organizacional de la empresa se encuentra en el capítulo sexto nos permite conocer la organización y jerarquía tanto en lo administrativo como en lo operativo de la empresa, además, podemos definir claramente las funciones para el personal que la conforma, establecer sus responsabilidades y lograr desenvolverse de forma eficiente y eficaz. Por último, en el séptimo capítulo se definen los impactos que se generarían durante el desarrollo de la microempresa de producción y comercialización del cacao, los mismos que hacen referencia a los ámbitos: Social, Económico, Empresarial, Educativo, Ambiental y General; resultados que permiten establecer la viabilidad de la aplicación del proyecto y que se resume en la evaluación del impacto general, sus conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The purpose of this project was to create a micro-business for the production and commercialization of cacao called, “El Cacao Live”, in the parish of Lita, of the canton of Ibarra, in the Imbabura province. To do this, I had to do an analysis of the different aspects that intervene in the diagnostic through which I was able to determine the actual reality of the Lita parish and get a clear perspective of the economic activities that are developed in the entire sector (Lita and the surrounding area). For this I performed a situational diagnostic using various research techniques. Then I constructed the matrix, AOOR, aimed at determining the feasibility of elaborating and implementing this proposal. In the second chapter as in most projects the theoretical background is discussed resulting in a lengthy recompilation of bibliographical information, indispensable for the general comprehension of our proposal through the consolidation of scientific knowledge. In the third chapter, I included a study of the market in which I analyzed the supply, the demand, and the unsatisfied demand. In the fourth chapter I presented all of which pertains to the design of the business, its distribution and location and a proposal that gives a response to the needs observed in the study. The proposal will also better contribute to the activities that have to do with the productive process of cacao and its production steps. In the fifth chapter I make known the results of the economic study that I did in order to determine the profitability and feasibility of the project. The organizational structure is found in the sixth chapter. It allows us to know the organization and hierarchy as much in the administrative as well as in the operative way. Also, it clearly defines the functions and responsibilities of the employees so they can integrate themselves easily. Finally, the seventh chapter defines the impacts that would be generated during the development of the micro-business of production and commercialization of cacao, impacts referring to: social, economic, business, educative, environmental, and general; results which allowed me to establish the viability of applying this project which is summarized in the evaluation of the general impacts, conclusions and recommendations.

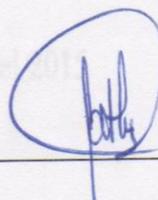
DECLARACIÓN

Nosotras: **Margarita Angélica Bennett Jurado**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 0802876532 y **Catherinne Ruocco Cambel** portadora de la cédula de ciudadanía N° 1002677902 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se constituyen en este documento.



Margarita A. Bennett Jurado.

0802876532



Catherinne Ruocco Cambel.

1002677902

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por: **Margarita Angélica Bennett Jurado** con cédula de ciudadanía N° 0802876532 y **Catherinne Ruocco Cambel** con cédula de ciudadanía N°1002677902, para optar por el Título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA SUPERIOR C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN LA PARROQUIA LITA, CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 13 días del mes de febrero del 2015



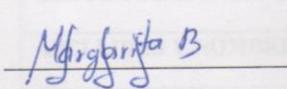
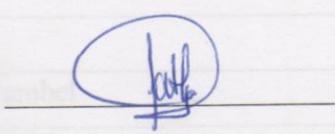
Eco. Diego Taboada

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotras, **Margarita Angélica Bennett Jurado** con cédula de ciudadanía N° 0802876532 y **Catherinne Ruocco Cambel** con cédula de ciudadanía N°1002677902, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN LA PARROQUIA LITA, CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA SUPERIOR C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APELLIDOS Y NOMBRES:	Margarita Angélica Bennett Jurado
DIRECCIÓN:	Litas de Azaya
EMAIL:	amabaja_po@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	082558480
TELÉFONO MÓVIL:	0981473552

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002677902
	
Margarita A. Bennett Jurado.	Catherinne Ruocco Cambel.
0802876532	1002677902

Ibarra, a los 09 días del mes de mayo de 2015.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0802876532		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Margarita Angélica Bennett Jurado		
DIRECCIÓN:	Lomas de Azaya		
EMAIL:	amabenju_po@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062558480	TELÉFONO MÓVIL:	0981473552

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002677902		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Catherinne Ruocco Cambel		
DIRECCIÓN:	Tras de Equinorte		
EMAIL:	k-ttyru@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062953019	TELÉFONO MÓVIL:	0984956863

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN LA PARROQUIA LITA, CANTON IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.”
AUTORAS:	Catherinne Ruocco Cambel Margarita Angélica Bennett Jurado
FECHA:	2015-05-09
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA SUPERIOR C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	ECO. DIEGO TABOADA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, **Margarita Angélica Bennett Jurado** con cédula de ciudadanía N° 0802876532 y **Catherinne Ruocco Cambel** con cédula de ciudadanía N°1002677902, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

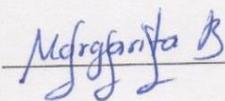
3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son

los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 09 días de mes de mayo de 2015.

LAS AUTORAS:



Margarita A. Bennett Jurado.

0802876532



Catherine Ruocco Cambel.

1002677902

Margarita

DEDICATORIA

A mi hermosa hija Poled por
quien lucho a diario ella es el motor de mi
vida la que me da la fuerza para
Seguir adelante.

A mis padres quienes con sacrificio lograron
brindarme su apoyo moral,
Espiritual, económico y estuvieron junto a mi
En los momentos más difíciles de mi vida
Escuchándome, entendiéndome y de esta forma
Lograr llegar a materializar mis anhelos profesionales.

Con cariño.....

Margarita

DEDICATORIA

Con inmenso afecto y estimación
dedico este modesto trabajo
a mis padres y a mi hija
quienes me brindaron en todo momento
su apoyo moral, me comprendieron
y sobrellevaron junto a mí
los momentos de esfuerzo, sacrificio
y superación para de esta manera
llegar a cristalizar satisfactoriamente
mi propósito y anhelo profesional.

Catherine

AGRADECIMIENTO

*En principio a Dios, por darnos la vida y estar
con nosotras en todo momento, por darnos la fuerza que
necesitamos para continuar luchando por nuestros
sueños y a todas las personas que de una u otra
forma estuvieron a nuestro lado apoyándonos,
ayudándonos, y aconsejándonos para
no desfallecer en nuestra meta.*

El agradecimiento de todo corazón
al Eco. Diego Taboada Director del proyecto
quién nos orientó y dirigió con sus conocimientos,
experiencia y mucha paciencia.

A nuestra querida casa por cinco años, la
Universidad Técnica del Norte y por qué no a
la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría
que nos dio la oportunidad de prepararnos
en la rama del saber profesional.

Margarita y Catherine

INTRODUCCIÓN

La Parroquia Lita está ubicada al Noroccidente de la Provincia de Imbabura y tiene una distancia de 119 km. a 250 metros sobre el nivel del mar, alcanzando una temperatura de 18 grados bajo sombra y 26 grados bajo sol.

La Provincia Imbabura, Cantón Ibarra está localizada a 0° 17' 30" y 0° 22' 30" de latitud norte y de latitud sur con una altura de 2.225 metros sobre el nivel del mar, se caracteriza por tener un clima templado seco con una temperatura de 18° C. Concentra la mayor población urbana de la Provincia de Imbabura con 108.535 habitantes sobre 44.721 del área rural, asentada en 111,27 km².

Lita por su ubicación geográfica tiene un clima cálido húmedo con sus peculiares características, por lo que su producción es abundante principalmente en frutas y excelentes cítricos, tiene un suelo muy arcilloso con muy pocos lugares donde existen rocas y minas por lo que podemos decir que el suelo es muy fértil para el desarrollo de la producción. La mayor parte de la población se dedica a la ganadería y en menor proporción al cultivo, los productos que cultivan son: cítricos, frutas, maíz, frejol, cacao, café, yuca etc.

La población de la parroquia de Lita se encuentra distribuida tanto en el sector urbano como en el sector rural, se puede decir que tiene unos cinco mil quinientos habitantes que están distribuidos proporcionalmente en los caseríos de la parroquia: Sta. Rosa de Cachaco, Sta. Cecilia, Getzemaní, Parambas, Palo Amarillo.

Conociendo todos estos aspectos podemos acotar que en la actualidad en la Parroquia Lita las personas se han dedicado en mayor escala a la tala de árbol dejando a la agricultura en 2^{do} plano contando con suficiente terreno para el cultivo de sus productos. Las personas migran a otras ciudades por falta de trabajo, las personas que tienen terreno no los cultivan por falta de

dinero y existen muchas tierras desocupadas sin trabajar y las personas en situaciones económicas muy bajas.

En la Parroquia Lita quienes le dan fuerza a la actividad económica son los ganaderos, los comerciantes minoristas y en menor proporción los agricultores, estando en los agricultores la potestad y el poder de producir a gran escala muchos productos, en especial el cacao que en la actualidad se ha convertido en una potencia económica dándole la facilidad a los agricultores de producir y comercializar, obteniendo muy buenas ganancias aunque sea a largo plazo. Los pocos ingresos que tiene esta comunidad no son suficientes para mejorar la calidad de vida de las personas por ese motivo tenemos una propuesta muy importante que hacer para contribuir a mejorar la economía de las diferentes familias.

OBGETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, de producción y comercialización de cacao en la parroquia lita, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

OBGETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar el diagnóstico técnico situacional de la empresa, para determinar los aliados, oponentes, oportunidad y riesgos.
- ❖ Establecer las bases teóricas científicas que permita estructurar el estudio de factibilidad.
- ❖ Realizar el estudio de mercado que permita determinar la demanda, oferta, precios y comercialización del producto.
- ❖ Realizar el estudio técnico, para establecer la localización y las inversiones que requerirá el proyecto.
- ❖ Efectuar el estudio económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.

- ❖ Proponer la estructura administrativa y funcional de la microempresa para el cumplimiento de los objetivos.
- ❖ Determinar los principales impactos que generará el proyecto como son:
 - Socio-económico.
 - Ambiental.
 - Educativo.
 - Empresarial.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
DECLARACIÓN	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
OBJETIVO GENERAL	xiv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xiv
ÍNDICE GENERAL	xvi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxiv
DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL PROYECTO.....	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos del diagnóstico.....	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos	29
Variables diagnósticas	30
Mecánica operativa.....	31
Técnicas e instrumentos.....	31
Información secundaria.....	31

Análisis de las variables diagnósticas	31
Aspectos geográficos	31
Aspecto demográfico	33
Aspectos económicos.....	38
Desarrollo empresarial.....	39
Construcción de la matriz AOOD.....	40
Determinación de la oportunidad.....	42
CAPÍTULO II.....	44
MARCO TEÓRICO.....	44
Empresa.....	44
Definición	44
Tipos de empresa	44
El cacao.....	45
Definición del cacao	45
Evolución histórica	45
Clasificación del cacao	48
Situación actual del cacao.....	50
Tipos de cacao.....	51
Cacao nacional.....	51
Cacao CCN 51	51
Cacao Trinitario	52
Estudio de mercado.....	52
Producto	52
Demanda	53
Oferta	53
Precio	53
Comercialización	54
Distribución.....	54
Estudio técnico.....	54
Tamaño del proyecto.....	55
Localización del proyecto	55
Fuerzas locacionales	55
Macrolocalización.....	56
Microlocalización	56

Ingeniería del proyecto	56
Procesos productivos	56
Tecnología.....	57
Infraestructura física	57
Herramienta y maquinaria.....	57
Inversión	58
Talento humano	58
Estudio financiero	59
Ingresos	60
Egresos.....	60
Costos de producción.....	60
Gastos de administración	62
Gasto de venta.....	62
Presupuesto	62
Estado de situación inicial	62
Estado de pérdida y ganancia.....	62
Flujo de caja.....	63
Costo de oportunidad	63
Tasa de rendimiento.....	63
Evaluación financiera.....	64
Valor Actual Neto (VAN).....	64
Beneficio –Costo (B/C).....	64
Recuperación de la inversión.....	64
Estructura organizativa	64
Misión	64
Visión.....	64
Estructura organizacional y funcional	65
CAPÍTULO III.....	66
ESTUDIO DE MERCADO	66
Introducción	66
Objetivos del estudio de mercado	67
Identificación del producto	67
Características	67
Sustitutos.....	68

Normativa sanitaria, técnica y comercial.....	70
Investigación del mercado	71
Segmentación del mercado	71
Marco muestral o universo.....	71
Censo.....	71
Metodología de la investigación de campo.....	71
Diseño del instrumento de investigación	72
Prueba piloto	72
Levantamiento de la investigación.....	72
Tabulación y procesamiento de la información	73
Análisis de la demanda	83
Comportamiento histórico	83
Demanda actual.....	84
Proyección de la demanda	84
Análisis de la oferta	86
Comportamiento histórico	86
Oferta actual.....	87
Proyección de la oferta.....	87
Determinación y proyección de la demanda insatisfecha	88
Demanda a captar por el proyecto	89
Precios.....	90
Comercialización	91
Conclusiones del estudio.....	92
CAPÍTULO IV.....	93
ESTUDIO TÉCNICO	93
Tamaño del proyecto.....	93
Factores determinantes.....	93
Localización del proyecto	95
Macro localización.....	95
Micro localización	97
Matriz Locacional	98
Ingeniería el proyecto	100
Procesos de producción.....	100
Distribución de la planta	111

Maquinaria y equipo	113
Equipo de oficina	114
Vehículo.....	114
Requerimiento de materia prima e insumos (Materiales Directos)	114
Requerimientos de materiales indirectos	115
Requerimiento de mano de obra	115
Inversiones diferidas	116
CAPÍTULO V.....	117
ESTUDIO FINANCIERO	117
Resumen de la inversión	117
Ingresos	118
Egresos.....	119
Costo de producción	119
Gastos de administración	122
Gasto de ventas	123
Presupuesto de egresos	123
Estado de situación inicial	125
Estado de resultados.....	125
Flujo de caja.....	126
Costo de oportunidad	127
Evaluación financiera.....	128
Valor Actual Neto (VAN).....	128
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	129
Punto de equilibrio.....	130
Relación beneficio-costos.....	131
Recuperación de la inversión	132
CAPÍTULO VI.....	133
PROPUESTA ESTRATEGICA	133
La Empresa	133
Nombre o razón social	133
Titularidad de propiedad de la empresa	133
Tipo de empresa (sector actividad).....	133
Base filosófica.....	134
Misión	134

Visión.....	134
Políticas de la empresa.....	134
Principios y valores.....	135
La Organización.....	136
Organigrama estructural.....	136
Descripción de funciones.....	136
Estrategias empresariales.....	142
Estrategias mercadológicas de posicionamiento.....	142
Estrategias operativas.....	142
Estrategias financieras.....	143
CAPÍTULO VII.....	144
IMPACTOS DEL PROYECTO.....	144
Impacto económico.....	145
Impacto social.....	146
Impacto ambiental.....	147
Impacto educativo.....	148
Impacto cultural.....	149
Resumen de impactos.....	150
CONCLUSIONES.....	152
RECOMENDACIONES.....	153
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	154
Bibliografía.....	154
ANEXOS.....	158
Anexo 1: Norma INEN grano de cacao.....	159
Anexo 2: Encuesta para estudio de mercado.....	159
Anexo 3 Plano de la planta.....	162

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica	30
2. Población parroquia Lita.....	34
3. Auto identificación.....	36
4. Nivel de instrucción	37
5. Capacidad financiera.....	40
6. Matriz de relación diagnóstica	41
7. Composición nutricional por cada 100 gr.....	68
8. Compra de cacao.....	73
9. Variedad de cacao	74
10. Estado en la que compra el cacao	75
11. Frecuencia de compra.....	76
12. Lugar de compra	77
13. Preferencia de compra.....	78
14. Cantidad de compra en quintal.	79
15. Precio quintal.	80
16. Forma de pago.....	81
17. Cobertura de demanda de producto	82
18. Identificación de la demanda actual de cacao en quintal	84
19. Proyección de la demanda de cacao en qq.....	85
20. Superficie, producción y rendimiento del cacao.....	86
21. Oferta anual de cacao en quintales.....	87
22. Proyección de la oferta de cacao en quintales	88
23. Demanda potencial a satisfacer.....	89
24. Demanda a captar por el proyecto	90
25. Proyección de precios	91
26. Existencia de mercado	93
27. Producción cacao y plátano	95
28. Macro localización.....	96
29. Micro localización	98
30. Características del grano	109
31. Área de la planta	111
32. Distribución de la planta	112

33. Resumen de infraestructura.....	112
34. Maquinaria y equipo	113
35. Equipo de oficina	114
36. Materia prima e insumos.....	115
37. Requerimientos de Materiales Indirectos.....	115
38. Mano de obra directa	116
39. Inversiones diferidas	116
40. Resumen de inversiones.....	117
41. Presupuesto de ingresos	118
42. Costos de materia prima e insumos	119
43. Mano de obra directa	120
44. Requerimientos de materiales indirectos	121
45. Materiales y servicios	121
46. Depreciaciones, mantenimiento y seguros.....	122
47. Administrador	122
48. Gastos por transporte	123
49. Presupuesto de egresos	124
50. Estado de situación inicial	125
51. Estado de resultados.....	126
52. Flujo de fondos	127
53. Valor actual neto	129
54. Tasa interna de retorno financiera.....	130
55. Punto de equilibrio.....	131
56. Cálculo beneficio-costos	132
57. Matriz de valoración de impactos	144
58. Impacto económico.....	145
59. Impacto social	146
60. Impacto ambiental.....	147
61. Impacto educativo.....	148
62. Impacto cultural	149
63. Impacto general.....	150

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Mapa de ubicación	32
2. Etnias.....	35
3. Actividades productivas.....	39
4. Clasificación del cacao	48
5. Cacao.....	48
6. Criollos.....	49
7. Forasteros amazónicos	49
8. Compra de cacao.....	73
9. Variedad de cacao	74
10. Estado en la que compra el cacao	75
11. Frecuencia de compra.....	76
12. Lugar de compra	77
13. Preferencia de compra.....	78
14. Cantidad de compra en quintal	79
15. Precio quintal	80
16. Forma de pago.....	81
17. Cobertura de demanda de producto	82
18. Exportación ecuatoriana de cacao.....	84
19. Canal de comercialización directo	92
20. Mapa político del cantón Ibarra	97
21. Mapa de la parroquia Lita	99
22. Diagrama de flujo	110
23. Organigrama estructural empresa CACAO LIVE	136

DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL PROYECTO

La población de la parroquia Lita Cantón Ibarra, provincia Imbabura asciende a 3.360 habitantes según el censo de la INEC en el año 2010, efectuado el diagnóstico en la zona donde se implantara el proyecto, se puede mencionar que la falta de asistencia técnica y la ausencia de crédito a desestimulado la producción frutícola, desaprovechando la creciente demanda que existe para ciertas frutas como es el caso del cacao esto ha provocado que los potenciales agricultores tengan actividades agrícolas de subsistencia e incluso pierden el interés por la falta de rentabilidad. Motivo por el cual hemos visto la necesidad de crear la microempresa llamada “*El cacao Live*” la misma que permitirá ayudar a los productores a utilizar sus tierras de una forma más conveniente y productiva.

A través de la microempresa cacaotera, “*El cacao Live*” se plantea ayudar al agricultor a producir y comercializar el cacao, actividad económica va a mejorar considerablemente, su economía y la del sector. Siendo así promotores de nuevos emprendimientos y ejemplo de superación para la comunidad en actividades alternativas, que aprovechen la ventaja comparativa y competitiva del sector.

El presente trabajo apunta a contribuir con el objetivo propuesto, el desarrollo de la comunidad, mejorar la forma de utilizar la tierra, evitar que las personas emigren a buscar mejoras económicas a otros lugares teniendo medios más factibles al alcance de su mano y con mejores resultados.

JUSTIFICACIÓN

La importancia de una microempresa para la producción y comercialización de cacao, no solo radica en mejorar la calidad de vida de las personas incrementando su nivel económico, sino que además, permite utilizar adecuadamente el suelo con los recursos que están a su alcance, para cuidar el aspecto ambiental, teniendo así un adecuado medio de reforestación, evitando con ello la tala de los bosques.

Si bien es cierto la actividad agrícola cacaotera no es la más relevante en la zona pero permite reemplazar a la tala de bosque, porque tienen el mismo valor económico. La implantación de este proyecto permitirá que las personas utilicen mejor las tierras, aprendan a ser más organizados, sean más consolidados entre ellos erradicando así la migración de las personas hacia las grandes ciudades dejando atrás sus lugares de origen y contando con un trabajo constante que les permitirá mejorar la situación económica, ambiental y personal.

Con este proyecto las personas tendrán la posibilidad de tener algo propio, compartir con los demás apoyándose mutuamente entre todos los que forman parte de la microempresa. Esta actividad económica es un potencial muy económico importante para todo el país en especial para las zonas que cuentan con un clima adecuado y con suelo fértil. Esta Parroquia tiene todo lo que se necesita para producir los frutos que deseen solo es cuestión de poner empeño y voluntad ya que la solución la tenemos en nuestras manos y aprovechar esta actividad que en la actualidad está en auge.

Los beneficiarios directos serán todas las personas que estén de acuerdo en formar parte de esta microempresa dentro de la comunidad y las personas en general, ya que de ser factible este proyecto se constituirá en una fuente de ingresos con más fuerza contribuyendo a la generación de empleo en todos los ámbitos que demande el lugar; y, los beneficiarios indirectos

serán todos los pueblos vecinos esta Parroquia porque el presente proyecto constituye una nueva concepción de la actividad económica de este sector, respondiendo a la necesidad real de la comunidad.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la "Provincia de los Lagos", tiene dos zonas climáticas: la primera cálida y seca o estepa, conocida como la Hoya del Chota donde también se encuentra la capital Ecuador y las cálidas subtropical andina, conocidas como la zona de Intag y la de Lita (límite con la provincia de Esmeraldas). Imbabura tiene una población de 398244 habitantes, según los datos del INEC (2010), y de acuerdo al último plan de ordenamiento territorial, la provincia pertenece a la Región 1 comprendida también por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas.

Imbabura políticamente está dividida en seis cantones siendo, Ibarra que a su vez es la capital, Cotacachi, Antonio Ante, Urcuqui, y Pimampiro.

Lita pertenece al cantón Ibarra y se encuentra ubicada en la Cordillera Occidental a 100 Km. de la ciudad de la Ibarra, a 280 Km. de Quito y 92 Km. de San Lorenzo, y es el sitio geográfico de confluencia de tres provincias Imbabura, Carchi y Esmeraldas. Es una zona subtropical húmeda cuya temperatura promedio es de 22,5° C y 23,5° C, su precipitación anual es de 1300 m.m. y la humedad relativa oscila entre 87% y 89, posee recursos hídricos, los principales ríos que la atraviesan son el río Lita que confluye con el río Mira en el sector denominada La Bocana. Son sus afluentes los ríos Cachaco, San Francisco y Verde. La Superficie La parroquia tiene una extensión de 24114.50 ha (veinte y cuatro mil ciento catorce hectáreas) y debido al poco desarrollo de la parroquia las principales ocupaciones son

actividades primarias de la economía por ejemplo agricultura y ganadería y en mínimos porcentajes las actividades son el comercio y los servicios.

Solamente el 36% de los habitantes se encuentra dentro del PEA eso se debe a dos razones, la primera es que las mujeres en su mayoría se dedican a labores domésticas y la segunda debido al alto número de niños que hay en la parroquia.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1 Objetivo general

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de Lita para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

1.2.2. Objetivos específicos

- Establecer los aspectos geográficos y demográficos de la parroquia Lita.
- Establecer los aspectos económicos de la parroquia de Lita.
- Identificar las instituciones que apoyan a la zona.

1.3 Variables diagnósticas

Cuadro 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS:	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	PUBLICO META
Establecer los aspectos geográficos y demográficos de la parroquia Lita.	Aspecto geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Historia • Ubicación • Extensión territorial • Clima 	Documento bibliográfico	Secundaria	Junta Parroquial
	Aspecto demográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Educación • Vestimenta 	Documento bibliográfico	Secundaria	Junta Parroquial
Establecer los aspectos económicos de la parroquia de Lita.	Aspecto económico	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades en el sector productivo • Población económicamente activa 	Documento bibliográfico	Secundaria	Junta Parroquial
Identificar las instituciones que apoyan a la zona.	POBLACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión participativa • Financiamiento 	Documento bibliográfico	Secundaria	Junta Parroquial

Fuente: Planteamiento de objetivos

Elaborado por: Las Autoras

1.4 Mecánica operativa

1.4.1 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo del diagnóstico se investigó documentalmente utilizando el plan de ordenamiento territorial de la parroquia de Lita.

1.4.2 Información secundaria

La investigación secundaria se obtuvo del plan de ordenamiento territorial del Gobierno Provincial de Imbabura, Municipio del cantón Ibarra y el plan de la mancomunidad del norte.

1.5 Análisis de las variables diagnósticas

1.5.1 Aspectos geográficos

Antecedentes históricos de Lita.,

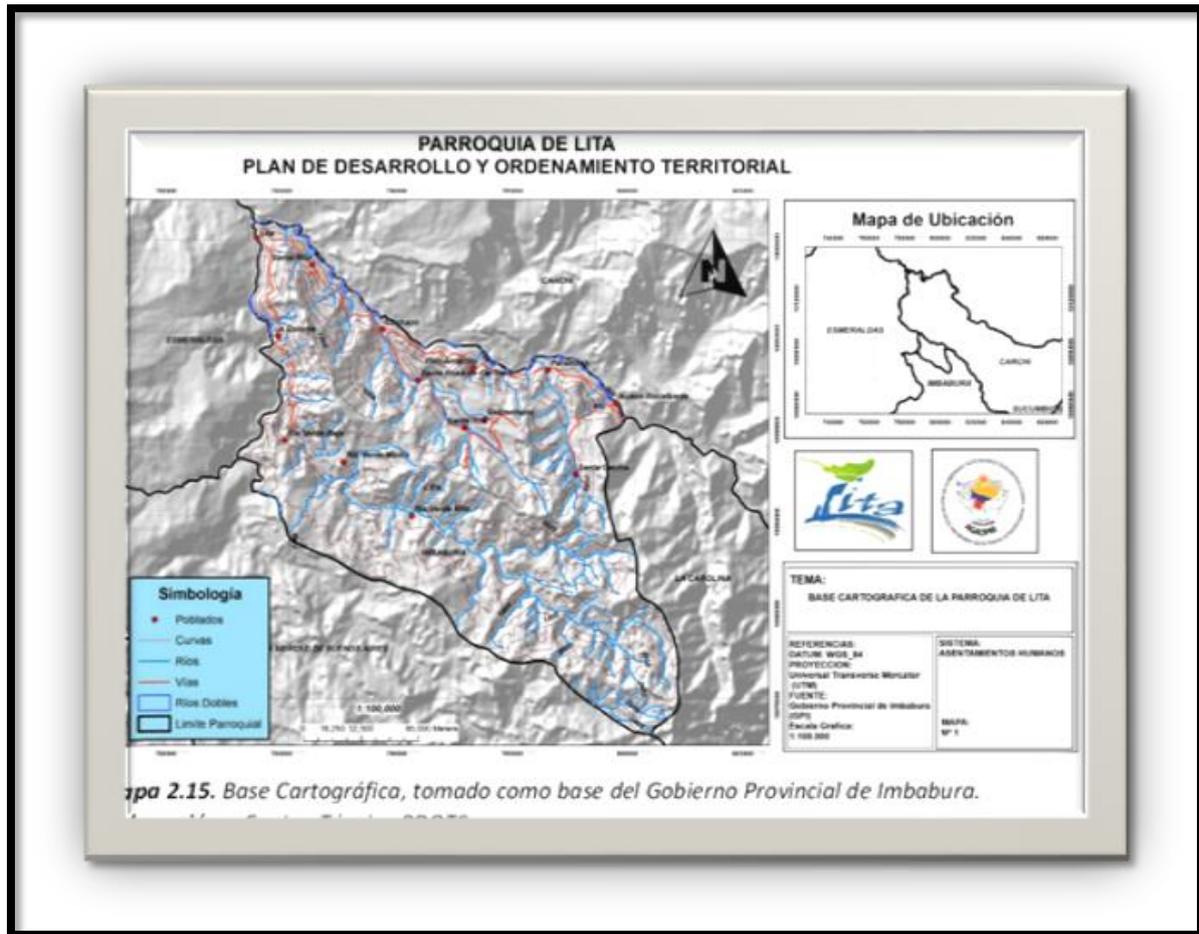
De acuerdo con el Archivo Nacional, en el registro Oficial de la Función Legislativa de 1950, Tomo No. 567, página 4720 y 4721, se describe que el caserío de Lita es elevado a categoría de Parroquia Rural el 17 de Julio de 1950, esta ceremonia fue llevada adelante en la sala de sesiones del Ilustre Ayuntamiento de Ibarra mediante Ordenanza del 15 de Agosto de 1950, en la Presidencia de Galo Plaza Lasso (La Voz de Parroquia, 1999).

Ubicación geográfica

Lita se encuentra ubicada en la Cordillera Occidental a 100 Km. de la ciudad de la Ibarra, a 280 Km. de Quito y 92 Km. de San Lorenzo (Provincia de Esmeraldas).

Gráfico 1

Mapa de ubicación



Extensión territorial: 209,46 Km².

- Población: 3349 habitantes
- Límites: Al Norte el río Mira; al Sur los páramos de Piñán; al Este la quebrada de Chinambi y al Oeste el Río Lita.
- Temperatura: Temperatura promedio es de 22,5° C y 23,5° C
- Idioma oficial: Español, Awapit
- Comunidades: Cachaco, Parambas y Getzemani

Clima

Temperatura: Esta es una zona subtropical húmeda cuya temperatura promedio es de 22,5° C y 23,5° C, su precipitación anual es de 1300 mm. y la humedad relativa oscila entre 87% y 89%. Los meses más calorosos son de Febrero a Mayo. La lluvia es continua y presenta precipitaciones que varían entre 1000 y 2000 mm.

El clima que va desde templado hasta tropical oscila entre 20 y 30 grados centígrados, es un factor que beneficia al cultivo de productos como: cabuya, naranjilla, maíz, caña de azúcar, yuca, cacao, plátano, tomate de árbol. etc.

1.5.2 Aspecto demográfico

Población

Según el Censo Poblacional y de Vivienda del año 2010, como muestra la tabla, Lita cuenta con una población de 3349 habitantes, distribuidos por edades y género.

Lita por su ubicación geográfica y por formar parte del límite provincial entre las provincias de Imbabura, Esmeraldas y Carchi, cuenta con un intercambio permanente de conglomerados humanos provenientes de diferentes procesos migratorios hacia la parroquia, estos grupos son: los Awa, nacionalidad indígena reconocida por el Estado Ecuatoriano, asentada en las provincias de Esmeraldas, Carchi e Imbabura. En el caso particular de Lita, se encuentran ubicados en las comunidades de Río Verde Bajo, Medio, Alto, La Chorrera y San Francisco, en las demás comunidades se encuentran esparcidos en grupos minoritarios en diferentes sectores. Su idioma es el Awapit, se encuentran agrupados organizativamente dentro de la Federación de Centros Awa del Ecuador FCAE, su estructura está representada por el Consejo de Gobierno, el cual está conformado por miembros de las diferentes comunidades que se encuentran en el

territorio. Afrodescendientes, identificados por familias que se ubican en las comunidades de Parambas y Palo Amarillo, sus principales acciones apuntan al desarrollo del turismo comunitario. Y finalmente los Mestizos quienes tienen una mayor presencia en la parroquia, con expresiones culturales diversas, ya que son migrantes de diferentes partes de la provincia y de otras provincias. Este grupo humano tiene una cultura productiva orientada hacia la agricultura y ganadería, especialmente en la producción de naranjilla, cabuya y papaya; y a la ganadería de doble propósito (Plan de Desarrollo Local de Lita, 2010).

Cuadro 2

Población parroquia Lita

Grupos de edad	Población por sexo y grupos de edad		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	45	42	87
De 1 a 4 años	231	173	404
De 5 a 9 años	250	241	491
De 10 a 14 años	225	219	444
De 15 a 19 años	171	161	332
De 20 a 24 años	141	134	275
De 25 a 29 años	121	115	236
De 30 a 34 años	105	84	189
De 35 a 39 años	94	77	171
De 40 a 44 años	81	71	152
De 45 a 49 años	73	59	132
De 50 a 54 años	67	46	113
De 55 a 59 años	52	38	90
De 60 a 64 años	40	33	73
De 65 a 69 años	33	22	55
De 70 a 74 años	26	21	47
De 75 a 79 años	17	9	26
De 80 a 84 años	13	4	17
De 85 a 89 años	2	7	9
De 90 a 94 años	-	4	4
De 95 a 99 años	1	1	2
Total	1,788	1,561	3,349

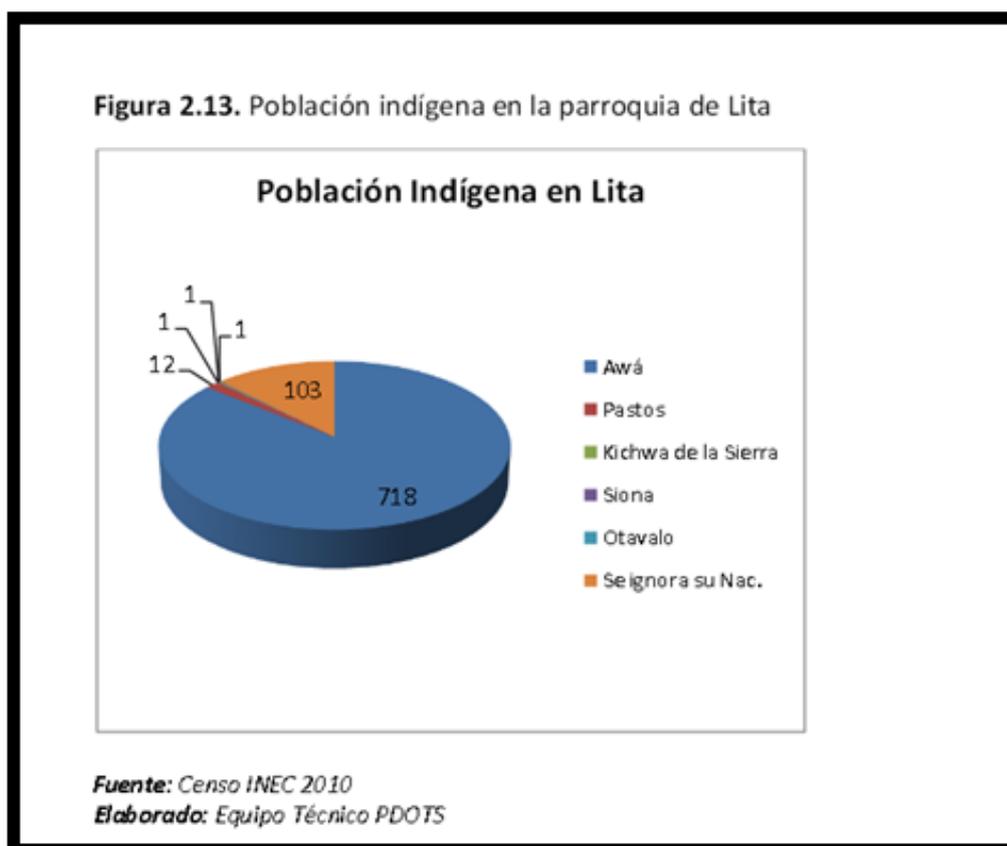
Fuente: Censo INEC (2010)

Elaboración: Equipo Técnico AGADPRI

Lita está conformada por ciudadanos de las siguientes nacionalidades: Nacionalidad Awa, que está representada por 718 personas, seguido por Pastos con un número de 12, Kichwa de la Sierra en número de 3, Siona 1, Otavalo 3 y finalmente 103 personas que aparentemente ignoran su nacionalidad.

Gráfico 2

Etnias



Otro indicador demográfico que arroja el Censo 2010, es la auto identificación que se hacen los ciudadanos encuestados, como se presenta en la tabla la mayor parte de la población encuestada se autodefine como mestiza, así de una muestra poblacional de 3.349 personas, 1956 se auto identifican como mestizas, seguido por 838 personas que dicen ser indígena.

Cuadro 3

Auto identificación

Tabla 2.22. Autoidentificación según su cultura y costumbres de la población de la parroquia Lita

Auto identificación según su cultura y costumbres.	Número de personas
Indígena	838
Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	137
Negro/a	108
Mulato/a	189
Montubio/a	15
Mestizo/a	1,956
Blanco/a	79
Otro/a	27
Total	3,349

Fuente: Censo INEC (2010)

Elaboración: Equipo Técnico AGADPRI

Educación

La educación es la base fundamental para el desarrollo de un pueblo, si bien es cierto la zona rural no tiene la oportunidad de contar con establecimientos adecuados para la formación de los niños y jóvenes, también es indiscutible que gracias a la organización de sus pobladores, la educación no se ha visto estancada.

El nivel de Instrucción tomando en cuenta que el nivel de progreso de la sociedad se mide en el desarrollo escolar y académico es importante conocer el sistema educativo formal que mueve a la parroquia de Lita, como muestra la tabla, el nivel de instrucción más alto en la parroquia es 52% de la población que asiste o asistió a Primaria, el 29% que está integrado por

el nivel secundario, educación básica y bachillerato; el 2% tiene nivel de instrucción superior, el 12% no tiene ningún nivel de instrucción.

Cuadro 4

Nivel de instrucción

Tabla 2.23. Niveles de instrucción de la población de la parroquia Lita

NIVEL DE INSTRUCCIÓN EN LITA		
Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%
Ninguno	348	12
Centro de Alfabetización/(EBA)	65	2
Preescolar	26	1
Primario	1472	52
Secundario	303	11
Educación Básica	406	14
Bachillerato - Educación Media	112	4
Ciclo Postbachillerato	7	0
Superior	56	2
Postgrado	1	0
Se ignora	62	2
Total	2858	100

Fuente: Censo INEC (2010)
Elaboración: Equipo Técnico AGADPRI

Vestimenta.

Los mestizos visten camisa, pantalón, y botas de caucho y los awa han perdido su vestimenta tradicional y hombres y mujeres visten como los campesinos de la zona. Los hombres utilizan camisas de colores claros, pantalones oscuros y botas de caucho; las mujeres utilizan vestidos largos de tela sencilla confeccionados con tela adquirida en los mercados, alternados con el uso de faldas y blusas de manga corta, también gustan de pintarse de rojo las mejillas.

1.5.3 Aspectos económicos

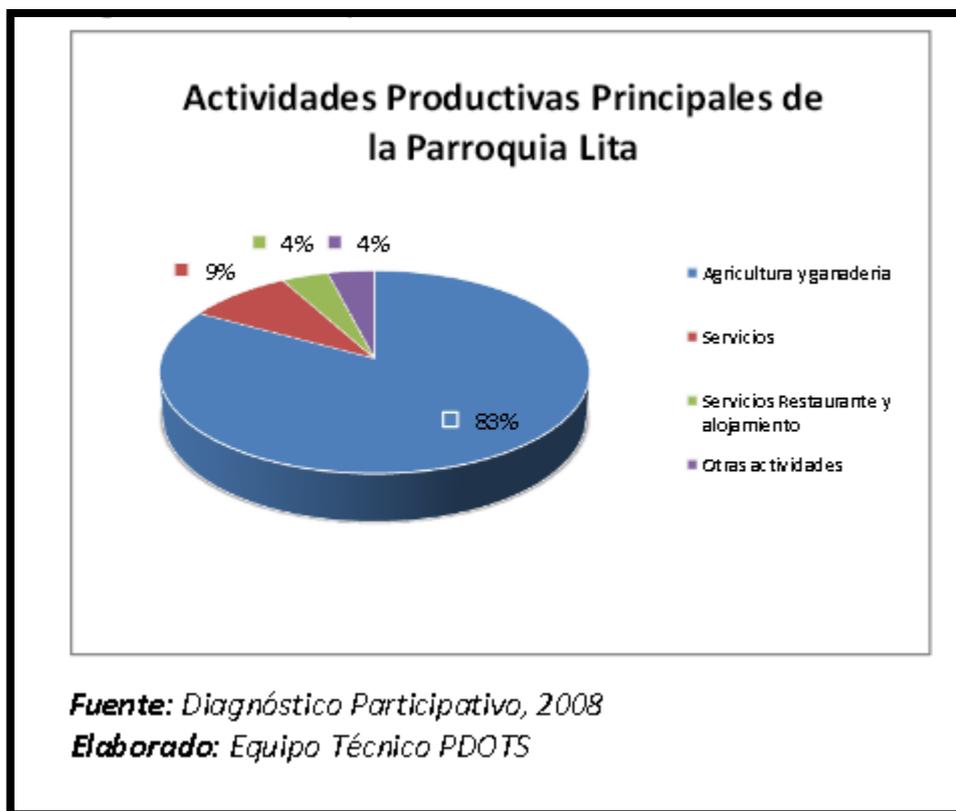
Actividades en el sector productivo

La Producción en la parroquia se establecen como actividades principales, aquellas que son destinadas a mejorar la economía familiar, siendo estas: la producción agrícola, pecuario, piscícola y en menor escala la avicultura, ocupando un lugar importante dentro de la estructura económica parroquial.

Según el Plan de Desarrollo Parroquial realizado en el 2009, las actividades económicas de Lita, está basada, en la agricultura y ganadería alcanzando un 83% de la población, mientras que las actividades de servicio se encuentran en segundo puesto con un 9% y finalmente las actividades hostales y restaurantes con 4 %, mientras que el restante 4% de la población se dedican a actividades relacionadas con la oferta de servicios particulares. Las actividades de servicio privado como: restaurantes y casas de residencia hostales) representan el 4% de las actividades productivas de la parroquia, las mismas se encuentran concentradas en la cabecera parroquial, y en la vía Ibarra –San Lorenzo, las personas que utilizan estos servicios son específicamente viajeros y turistas. Determinando de esta forma que como actividades de mayor importancia se encuentran relacionadas con el uso de los recursos naturales existentes en la zona.

Gráfico 3

Actividades productivas



Población económicamente activa

La población económicamente activa por rama de actividad según el Censo 2010, es de 1206 personas que corresponde al 36% de la población total de la parroquia. Mientras que la población en edad de trabajar PET (15-64 años) es de 1763 personas que corresponde al 52,64%.

1.5.4 Desarrollo empresarial

Gestión participativa y financiamiento

La Junta Parroquial de Lita, es una institución aprobada por Acuerdo Ministerial No 20050002 el 4 de mayo de 2000 es una institución de derecho público, con carácter de Gobierno

Seccional Autónomo, regido por la Ley Orgánica de Juntas Parroquiales Rurales del Ecuador, y su razón de ser es velar por el bienestar y desarrollo de la zona por lo que el presupuesto lo maneja para obras y proyectos de desarrollo.

Financiamiento

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Lita, cuenta con ingresos económicos por parte del gobierno central, gobierno municipal y por gestión con otras instituciones como se detalla en el cuadro.

Cuadro 5

Capacidad financiera

TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES		
Fondos de Descentralización Juntas Parroquiales		159.965,00
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES DE CAPITAL		
Municipio de Ibarra		209.278,40
PROYECTOS Y PROGRAMAS		
ORGANISMO/ENTIDAD	PROYECTO	MONTO
SENAGUA	Reforestación	84.000,00
INFA	CNH	20.945,76
TOTAL		104.945,76
TOTAL EJECUTADO / 2011		474.189,16

Fuente: Base de Datos del Gobierno Parroquial.
Elaborado: Equipo Técnico PDOTS

1.6. Construcción de la matriz AOOR.

Para desarrollar este acápite se recopiló información mediante la matriz AOOR, y se procedió a realizar cruce de oponentes, oportunidades, aliados y riesgos y definir las maniobras ofensivas, defensivas y de mejoramiento interno.

El detalle del diagnóstico mediante esta herramienta se presenta en la tabla siguiente:

Cuadro 6

Matriz de relación diagnóstica

<u>INTERNO</u>	<u>OPONENTES</u>	<u>ALIADOS</u>
<p>MATRIZ AORR</p> <p><u>EXTERNO</u></p>	<p>1. Dependen las ventas de los centros de acopio</p> <p>2. Depende el precio de venta de los centros de acopio</p> <p>3. Personal sin experiencia en el cultivo de cacao</p> <p>12. Producto nuevo y no posicionado en el mercado local</p> <p>13. La producción solo se la vende como materia prima ya que el proceso de transformación requiere alta tecnología</p>	<p>8. Personal capacitado en producción de cacao</p> <p>6. Disponen de terreno</p> <p>7. Disponen de capital operativo</p> <p>5. Cuentan con semilla de calidad</p> <p>4. Cuentan con nichos de mercado</p> <p>9. Disponen de personal capacitado en contabilidad</p> <p>10. Disponen de medios de comunicación</p> <p>11. Vías de acceso de primer orden</p>
RIESGOS	Maniobras RO (RIESGOS-OPONENTES) (defensivas)	Mejoramiento interno (OPONENTES-ALIADOS)
<p>6. Políticas de contratación de mano de obra difíciles de cumplir</p> <p>3. Precios del mercado varían continuamente</p> <p>4. Plagas y enfermedades atacan al cultivo</p> <p>8. Competencia desleal</p>	<p>O1-R3. Establecer un banco de compradores.</p> <p>O2-R3. Establecer convenios de compra anuales con precios fijos entre productor y acopiador</p> <p>O2-R8. Establecer programa de producción y convenios de compra anuales con entregas fijas entre productor y acopiador</p>	<p>A8-O3. Establecer programa de pasantías en fincas cacaotales para el personal y realizar acompañamiento técnico durante todo el proceso productivo.</p> <p>A5-O12. Producir y Competir con semilla y producto de calidad</p> <p>A4.9-O1. Establecer banco de compradores de la zona</p> <p>A9-O1-O2. Negociar y establecer plan de entregas a precio justo.</p>
OPORTUNIDADES	Maniobras OPONENTES-OPORTUNIDADES	Maniobras ALIADOS-OPORTUNIDADES (Ofensivas)
<p>7. Apoyo por parte de entidades gubernamentales como MAGAP, MIPRO, en capacitación y manejo de cultivo</p> <p>2. Préstamos financiados por el Banco del fomento con condiciones favorables para el agricultor</p> <p>1. Demanda del producto</p> <p>5. Nuevas variedades de cacao con mayores rendimientos y resistencias</p> <p>9. Cadena de cacao es fortalecida por los gobiernos zonales, seccionales y locales</p>	<p>O1.O2-O7. Coordinar con las entidades gubernamentales la creación de programas de regulación de venta y precio justo.</p> <p>O12-O1. Elaborar y ejecutar plan de marketing para lograr el posicionamiento del producto.</p> <p>O12-O9. Aprovechar y participar en todos los programas de la cadena del cacao ejecutadas por los gobiernos.</p>	<p>A8-O7. Aprovechar los planes de acompañamiento técnico del cultivo y capacitación por parte del MAGAP, y MIPRO.</p> <p>A5-O1.O5. Incrementar la productividad con semillas y manejo de calidad y aprovechar la demanda.</p> <p>A6.7-O9. Establecer convenios para ser beneficiario de todos los programas de la cadena del cacao.</p>

Fuente: Las autoras

Elaboración: Las autoras, 2015

1.7. Determinación de la oportunidad

Realizado el diagnóstico para el proyecto de producción y comercialización de cacao, se determina que es un negocio con oportunidad; además de acuerdo a la Mancomunidad del Norte la producción de Cacao y Café es una de las cadenas priorizadas por lo que los agricultores que deciden inclinarse por este producto actualmente están recibiendo asistencia técnica y apoyo con plantas , insumos y herramientas para el cultivo.

Igualmente el Gobierno Provincial de Imbabura, el Fondo Italo Ecuatoriano, la Fundación Cristo de la Calle y la Junta Parroquial de Lita DESDE EL 2010 impulsan el “Fortalecimiento de la Cadena Productiva del Cacao” el trabajo de siembra empezó en las comunidades Cachaco, Santa Rosa, Getzemaní, Parambas, Santa Rita y Río Verde y consiste en invertir 290 mil dólares en la siembra de 15 mil plantas en 50 hectáreas, a cargo de la Asociación “Grano de Oro”.

También el MAGAP actualmente busca fomentar el cultivo del cacao nacional fino de aroma, apetecido en la industria internacional, por lo que tiene programas de registro de productores, entrega de plantas, fertilizantes, acompañamiento técnico permanente, etc.

Siendo estas y otras iniciativas gubernamentales oportunidades para iniciar con la producción y comercialización de cacao.

Conjuntamente el Banco Nacional del Fomento tiene una línea exclusiva de crédito llamada Cacao Nacional Fino de Aroma con los siguientes aspectos:

Dirigido a: Agricultores(as) no asociados(as), miembros de una asociación u organización legalmente constituida, cooperativa previamente calificados y avalados por la

Unidad de Café y Cacao del MAGAP, dedicadas o en capacidad de desarrollar labores agrícolas y productivas en producción de café y cacao.

Monto

Cacao Nacional Fino de Aroma

Formación o renovación, valor/ hectárea USD \$3.500

Rehabilitación o mantenimiento, valor / hectárea USD \$2.500

Destino

Para formación, establecimiento o renovación de cultivos.

Beneficios

Plazo hasta cinco (5) años.

Forma de pago: Semestral y/o anual de acuerdo a la actividad productiva a desarrollar.

Periodo de gracia: Tres (3) años de capital de interés en rehabilitación o mantenimiento de los cultivos de cacao.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Empresa

2.1.1. Definición

“La empresa se la puede considerar como un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinados”. (Zoilo. Pallares, Diego Romero, 2010, pág. 4)

Es decir que empresa es el conjunto de bienes, valores, y servicios destinados a una actividad netamente comercial por lo que en dicho momento obtendrá ganancias.

2.1.2. Tipos de empresa

“Se refiere a la ocupación principal y/o sector al que va a pertenecer”; puede ser: (Acero, L. C., 2012, págs. 55-56):

- De extracción
- Industrial, manufacturera o de transformación
- Comercial
- Servicios

La elección de la forma legal de la propiedad es una decisión muy importante que exige investigar detalladamente cada forma de propiedad, las diversas ventajas y desventajas de tipo:

- Organizacional
- Tributario
- Legal
- Riesgos
- Costos
- Responsabilidad civil, etc.

En los tipos de empresa constatamos la actividad específica a la que se dedica una empresa en particular.

2.2. El cacao

2.2.1. Definición del cacao

“El cacao se deriva del género Theobroma; siendo su nombre científico Theobroma cacao L. La palabra cacao se deriva del maya “cacau” (como se mencionó previamente), y la letra final “L” corresponde al apellido del científico que la clasificó, Carlos Linneo”. (Ruales, Macshori, 2013, págs. 4-5)

El cacao es un grano que apareció en tiempos antaños y fue descubierto por los mayas y por el sr. Linneo quien le dio el nombre, mismo que al preparar da un sabor muy especial.

2.2.2. Evolución histórica

“La evolución histórica del cacao hasta convertirse en chocolate. Desde su llegada a Europa, el cacao no ha cesado de transformarse. Las modas de cada momento y sobre todo los adelantos técnicos de los siglos XVIII y XIX han permitido convertir los granos de cacao en un producto multifacético que conquista todos los gustos y todos los bolsillos”. (Ruales, Macshori, 2013, págs. 29-30)

Cronología histórica del cacao

Siglo XVI

- Colón descubre la bebida en base a cacao en el Mar de las Antillas, (1502).
- Los frutos del cacao tienen valor de moneda entre los aztecas. Con ellos se elabora una bebida de prestigio preparada con harina de maíz y especias como la pimienta.
- Moctezuma ofrece a Hernán Cortés chocolate en un vaso de oro. (1519)
- Los soldados españoles empiezan a tomar chocolate.
- Hernán Cortés lleva el árbol del cacao a las Antillas, Brasil y Venezuela.

Siglo XVII

- Se abren las primeras “chocolaterías” en América, donde se toma el chocolate frío y muy espumoso.
- El Monasterio de Piedra de Zaragoza fabrica el primer chocolate en Europa.
- La bebida empieza a endulzarse y perfumarse y tomarse caliente.
- (1659) Se abre la primera tienda de chocolate en París.
- (1697) Suiza empieza a consumir chocolate.

Siglo XVIII

- Aparece la primera máquina hidráulica para triturar el grano del cacao.
- Hacia mediados del siglo, se empieza a tomar chocolate en Inglaterra y Alemania.
- (1753) El botánico sueco Linneo asigna el nombre de “Theobroma Cacao”, “cacao alimento de los dioses” en latín, al cacao.
- Las damas francesas introducen los bombones, o “bon bon”.

- (1777) Inicio de la industria chocolatera europea con la primera producción mecánica de chocolate en Barcelona.

Siglo XIX

- (1828) Conrad Van Houten inventa una empresa para separar la manteca del cacao del polvo, dando inicio al consumo del cacao en polvo.
- (1847) La empresa británica Fry & Sons producen las primeras tabletas de chocolate.
- El consumo del chocolate sólido en pastilla se generaliza.
- (1875) El suizo Daniel Peter fabrica el primer chocolate con leche gracias a las innovaciones en el tratamiento de la leche realizada por Henri Nestlé.
- (1879) Lind inventa la técnica del conchado, que mejora la textura y el aroma del chocolate.

Siglo XX

- Aparición de los primeros solubles de cacao.
- (1978) Se funda la Asociación Española de Fabricantes de Chocolate y Derivados del Cacao (Chocao).
- (2000) Constitución del Instituto del Cacao y del Chocolate (ICC).

Concluimos argumentando que la evolución del cacao es una etapa muy importante para la sociedad puesto que gracias a eso nosotros actualmente consumimos un producto sumamente delicioso y así es mucho mejor consumir, en polvo esto nos muestra que anteriormente lo consumían en grano y en la actualidad la mayor parte el polvo porque si hay lugares donde las personas aún lo prefieren en grano.

2.2.3. Clasificación del cacao

“Actualmente el cacao se divide en tres grandes grupos”:

Gráfico 4

Clasificación del cacao



- **Criollos:** 10% de la producción, máxima calidad.
- **Forasteros Amazónicos:** 79% de la producción, calidad media.
- **Trinitarios:** 20% de la producción, buena calidad.

Gráfico 5

Cacao



1. **Criollos.-** De ellos se obtiene el cacao de mayor calidad, pero su producción representa menos de un 10% del total mundial. Se cultivan en México, Nicaragua, Venezuela, Colombia, Madagascar y Comores.

Gráfico 6

Criollos



2. **Forasteros amazónicos.-** Son los cacaos más corrientes; su producción alcanza el 70% del total mundial. Se cultivan en Ghona, Nigeria, Costa de Marfil, Costa Rica, República Dominicana, Colombia, Venezuela y Ecuador.

Gráfico 7

Forasteros amazónicos



- 3. Trinitarios.-** Son híbridos obtenidos a partir de las variedades criollas y forasteras, pero con un rendimiento superior a éstas. Además, son más resistentes a las enfermedades que los criollos y tienen un aroma más fino que los forasteros. Actualmente representan el 20% de la producción mundial. Se cultivan básicamente en las mismas zonas productoras de cacao criollo.

2.2.4. Situación actual del cacao

La revista (Agro, Revista El, 2013), Por información de la Organización Internacional de Cacao (ICCO), en el mundo se producen alrededor 3.5 millones de toneladas de cacao; de las cuales, el Ecuador apenas aporta con el 3% de la oferta mundial. Los principales países productores de cacao son Costa de Marfil, Ghana e Indonesia. Sin embargo, nuestro país es el líder mundial en la producción y exportación de cacao fino o de aroma con el 61% del total mundial. En el plano nacional, el cacao se ha producido desde hace más de 400 años. La contribución en los años 2002-2011 al PIB total ha sido del 0,57% y al PIB agropecuario del 6.4%. Además, es un importante generador de empleo, pues se estima que aproximadamente 600.000 personas participan directamente en la actividad. La cadena de cacao participa en el 4% de la PEA nacional y el 12.5% de la PEA agrícola.

Según el boletín anuario del Banco Central del Ecuador del 2012, durante el periodo 2002-2011, el banano es el primer producto de origen agrícola exportable con \$14.200 millones, el segundo lugar lo ocupa el camarón con \$5.900 millones; y, en el tercer puesto aparecen las flores con ventas de \$ 4.600 millones. El cacao aparece como cuarto en importancia con unos \$ 2.700 millones, de los cuales, el 79% corresponde a grano seco y fermentado; y el 21% restante, forma parte de los semielaborados (licor, manteca de cacao, polvo, chocolate, etc.).

En resumen el cacao ocupa el cuarto lugar en importancia pero vemos que a medida que pasan los años su crecimiento agrícola es muy considerable tomando en cuenta que en el 2002 estaba en un 2.6% y tuvo variaciones considerables y en el 2011 subió aproximadamente un 12%. Las exportaciones de cacao toman una significativa importancia cuando toma fuerza con el total de las exportaciones agropecuarias.

2.3. Tipos de cacao

2.3.1. Cacao nacional

Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especias que lo hacen único y especial, sobresaliendo con su ya conocido sabor “arriba”. (Ruales, Macshori, 2013, págs. 35-36)

Ecuador posee una gran superioridad en este producto, más del 70% de la producción mundial de Cacao Fino de Aroma se encuentra en nuestras tierras convirtiéndonos en el mayor productor. Es el producto emblemático del Ecuador. Este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados. Sin embargo, lo que muchos no saben es que el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene este es el tipo de cacao que promueve Anecacao.

2.3.2. Cacao CCN 51

Es un cacao clonado de origen ecuatoriano que el 22 de junio fue declarado, mediante acuerdo ministerial, un bien de alta productividad luego de esta declaración el Ministerio de Agricultura se ve en la necesidad de apoyar y fomentar la producción de este cacao.

La relación existente en la participación del Clon y el Cacao Nacional Fino en las exportaciones ecuatorianas hasta el momento es de: 75% cacao nacional y el 25% del CCN 51.

2.3.3. Cacao Trinitario

Al parecer esta variedad es el resultado de la accidental fertilización cruzada entre árboles de variedades criollos y forasteros ocurrido en la Isla de Trinidad alrededor del año 1730. El cacao trinitario combina parte del sabor superior del cacao criollo con la resistencia del forastero. (Ruales, Macshori, 2013, pág. 128)

2.4. Estudio de mercado

2.4.1. Mercado

“Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en una área determinada”. (Araujo, David, 2012, pág. 26)

En conclusión mercado es un lugar donde las personas realizan un intercambio de productos a cambio de un valor monetario.

2.4.2. Producto

Todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisface sus necesidades. Como instrumento del marketing, cuando se habla de producto no solo se refiere a lo físico, si no que engloba tanto aspectos tangibles como color, tamaño etc., como intangibles, necesidad satisfecha y satisfacción en el consumidor, entre otras. (Vargas Belmonte, 2013, pág. 17)

Concluimos diciendo que producto es todo aquello que podemos tocar y ver, teniendo como principal función satisfacer nuestras necesidades.

2.4.3. Demanda

“La 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 o por un conjunto de consumidores, en un momento determinado”. (Córdoba, Marcial, 2010, pág. 94)

Concluimos que la demanda es el conjunto de productos o servicios que los consumidores piden y están dispuestos a comprar.

2.4.4. Oferta

“La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”. (KOTLER, Philip, 2010, pág. 128):

En resumen la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio establecido.

2.4.5. Precio

Expresa: “Es la expresión monetaria que los productores están dispuestos a vender, y por ende los consumidores a comprar los bienes o servicios”. (Baca Urbina, Gabriel, 2010, pág. 53)

Concluimos argumentando que el precio es el valor en monedas que se le da a un producto en el mercado el mismo que está sujeto a las leyes de la oferta y la demanda.

2.4.6. Comercialización

Afirma que “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Gabriel Baca Urbina, 2013, págs. 28-29)

En resumen la comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas dentro del mercado en donde se facilita la venta de una mercancía determinada (bien o servicio).

2.4.7. Distribución

“Manual que respalda el manejo y distribución de los recursos económicos en todos sus niveles de una organización, en particular de las áreas responsables de su captación, aplicación, resguardo y control”. (Sierra Anrango Hernan Dario, 2013, pág. 107)

En conclusión la distribución es hacer llegar físicamente el producto al consumidor en el momento y lugar indicado.

2.4.8. Estudio técnico

“El estudio técnico permite determinar toda la estructura de la empresa tanto física, como administrativa y cuando se habla de administración en sentido más amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas etc.” (Baca Urbina, Gabriel, 2013, págs. 21-22)

En conclusión el estudio técnico se refiere a toda la estructura física y administrativa de la empresa.

2.4.9. Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la producción requerida, con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”. (Baca Urbina, Gabriel, 2013, págs. 23-24)

En conclusión el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción que se tendrá en la empresa.

2.4.10. Localización del proyecto

“Es el estudio de las características actuales y futuras en donde se va a instalar la unidad de producción, es decir las edificaciones”. (Baca Urbina, Gabriel, 2013, pág. 25)

Concluimos diciendo que la localización del proyecto son los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de establecer el lugar más adecuado para obtener mejores ganancias.

2.4.11. Fuerzas locacionales

“Son las características de la región o sitio que influye en el proyecto e inciden en la elección del lugar en que se instalara la unidad de producción, los que determinarán la disponibilidad de insumos (energía y agua potable), características de la comunidad, clima y factores naturales entre otras”. (Baca Urbina, Gabriel, 2010, pág. 35)

En resumen las fuerzas locacionales son factores que influirán en la decisión de la localización de un proyecto, como puede ser el costo del traslado de la materia prima, los factores ambientales negocios que estén cerca y puedan afectar al beneficio del proyecto.

2.4.12. Macrolocalización

“Macrolocalización, también llamada macro-zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes”. (De Dios Juan, 2012, págs. 18-19)

En conclusión la Macrolocalización es el espacio donde se pretende ubicar el proyecto buscando las mejores condiciones para el mismo.

2.4.13. Microlocalización

“Son los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara en proyecto dentro de la macro zona”. (De Dios Juan, 2012, págs. 25-26)

Podemos decir que la microlocalización es el lugar específico dentro de una región en donde se ejecutará el proyecto.

2.5. Ingeniería del proyecto

2.5.1. Procesos productivos

“Es la forma en que una serie de insumos se transforman en producto mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.)”. (Ruíz Sebastian, 2012, pág. 38)

Concluimos argumentando que los procesos productivos son los diferentes pasos que permiten transformar la materia prima en producto terminado, interviniendo por supuesto los recursos humanos y tecnológicos.

2.5.2. Tecnología

“Es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad”. (Ruíz Sebastian, 2012, pág. 40)

Podemos decir que la tecnología es un factor muy importante dentro del proceso productivo porque son las herramientas que se utilizan las permiten convertir la materia prima en producto terminado.

2.5.3. Infraestructura física

“Es todo el conjunto de elementos físicos y materiales como los edificios y las obras que se encuentran en un espacio determinado”.

Resumimos que la infraestructura es el espacio físico donde están ubicadas las edificaciones.

2.5.4. Herramienta y maquinaria

“La herramienta es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere de una aplicación correcta de energía y que maquinaria es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía, o realizar un trabajo con un fin determinado”. (Baca Urbina, Gabriel, 2010, pág. 48)

En conclusión las herramientas nos ayudan a realizar las tareas manualmente o a través de un control automático y la maquinaria es un artefacto que se utiliza para aumentar la productividad.

2.5.6. Inversión

Representa la inversión o aporte de los accionistas, dueños socios de la empresa, ya sea en dinero o en especie, con el ánimo de proveer recursos para actividad empresarial. En las sociedades anónimas representa el aporte de los accionistas equivalente al valor nominal de las acciones; en las sociedades de personas, los aportes de los socios participantes; y en las empresas unipersonales, el aporte del dueño o propietario.

2.5.6. Talento humano

Ejercer la rectoría de las políticas laborales, fomentar la vinculación entre oferta y demanda laboral, proteger los derechos fundamentales del trabajador y trabajadora, y ser el ente rector de la administración del desarrollo institucional, de la gestión del talento humano y de las remuneraciones del Sector Público.

“Capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver en determinada ocupación, asumiendo sus habilidades, destrezas experiencias y aptitudes propias de las personas talentosas”.

En conclusión son las personas con cualidades, aptitudes, actitudes, destrezas, habilidades que utilizan dentro de una empresa para cumplir con un objetivo determinado.

2.6. Estudio financiero

“El estado de situación financiera presenta los activos, pasivos y patrimonio de una entidad en una fecha específica al final del periodo sobre el que se informa”. (Standards, International Accounting, 2009, págs. 50-51)

1 Información a presentar en el estado de situación financiera

El estado de situación financiera incluirá partidas que presenten los siguientes importes:

- a) Efectivo y equivalentes al efectivo.
- b) Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar
- c) Activos financieros.
- d) Inventarios.
- e) Propiedad, planta y equipo.
- f) Propiedades de inversión registradas al valor razonable con cambios en resultados.
- g) Activos intangibles.
- h) Activos biológicos registrados al costo menos la depreciación acumulada y el deterioro del valor
- i) Activos biológicos registrados al valor razonable con cambios en resultados.
- j) Inversiones en asociados.
- k) Inversiones en entidades controladas de forma conjunta.
- l) Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar.
- m) Pasivos financieras.
- n) Pasivos por impuestos diferidos y activos por impuestos diferidos.
- o) Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora.

2.6.1. Ingresos

“En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez”. (Miranda J. José, 2006, pág. 223)

Concluimos diciendo que es una cantidad de dinero que ingresa a la empresa por una actividad comercial, laboral o productiva.

2.6.2. Egresos

“Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salida de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”. (Miranda J. José, 2006, pág. 225)

En resumen los egresos es todo el dinero que salga de una empresa puede ser, por compra de materia prima, pago sueldos entre otros.

2.6.3. Costos de producción

Son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipo y otros. Está formado por la combinación de tres elementos que son:

- **Materia prima directa**

“Constituye todos los elementos, ya sea que se encuentre en estado natural o sobre quienes hayan operado algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de

un bien que será algo o muy diferente al de los materiales utilizados”. (Zapata Pedro, 2007, pág. 66)

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado. Es el elemento principal junto a la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

- **Mano de obra directa**

Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervenga manualmente o accionando maquinaria.

- **Gastos generales de fabricación**

Llamada también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo.

Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizados para acumular los costos indirectos de fabricación CIF por ejemplo.

- Materiales indirectos
- Mano de obra indirecta
- Calefacción, luz y energía para la fabrica
- Depreciación del edificio de la planta productora y el equipo de fábrica
- Mantenimiento del edificio y equipo de fábrica
- Impuesto a la propiedad sobre el edificio de fabrica

2.6.4. Gastos de administración

“Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”. (Molina Antonio, 2007, pág. 49)

En resumen estos gastos no tienen nada que ver con la financiación o comercialización de productos sino más bien con los gastos de los ejecutivos y de la dirección de la empresa.

2.6.5. Gasto de venta

“Son todos aquellos gastos que se relacionan directamente con la oficina o departamento de ventas”. (Mercedes, Bravo Valdivieso, 2013, págs. 58-59)

Podemos concluir diciendo que son todos los gastos o salida de dinero que se utilice con todo lo que tenga que ver con las ventas.

2.6.6. Presupuesto

El presupuesto consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

2.6.7. Estado de situación inicial

Llamado Balance General es uno de los estados principales de la contabilidad. Es un estado de naturaleza contable que nos muestra una visión general del patrimonio de la empresa. En este Estado de Situación Inicial se demuestra la situación en la que se encuentra la empresa en todo lo que tiene que ver con su situación económica-financiera en un periodo fiscal.

2.6.8. Estado de pérdida y ganancia

“Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salida de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas”. (Miranda, José, 2006, pág. 225)

2.6.9. Flujo de caja

“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”. (Ortega, Alfonso, 2008, pág. 112)

2.6.10. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad sirve para determinar el valor actual neto y la tasa interna de retorno; para establecer el costo de oportunidad se requiere saber las tasas activas y pasivas establecidas por el Banco Central del Ecuador.

2.6.11. Tasa de rendimiento

“Se la considera como “Tasa Financiera de Rendimiento” o “Tasa de rendimiento Real” entre otros. Consiste en encontrar un tipo de interés mediante el cual se consiga igualar el valor actual neto previsto. A diferencia del VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, y desde la relación de B/C cuyos resultados están expresados en céntimos por cada dólar invertido. La TIR expresa la rentabilidad en términos porcentuales”. (Hernandez Celis, Domingo, 2012)

En conclusión podemos decir que dentro de los proyectos es una herramienta financiera muy importante que permite analizar si el proyecto es viable o no.

2.7. Evaluación financiera

2.7.1. Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que se resulta de la suma de los flujos descontados de la inversión inicial. El valor actual neto de una inversión, es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

2.7.2. Beneficio –Costo (B/C)

El costo – beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos de efectivo dividido por la inversión inicial.

2.7.3. Recuperación de la inversión

También llamado método de reembolso, tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para el proyecto, si genera los recursos suficientes para recuperar la inversión, realizada en años, meses y días que habrá que transcurrir para que la erogación realizada se reembolse.

2.8. Estructura organizativa

2.8.1. Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quien lo va a hacer.

2.8.2. Visión

El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

2.8.3. Estructura organizacional y funcional

La organización administrativa del proyecto deberá contemplar el esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Se consideran los niveles jerárquicos, número de trabajadores, monto de salarios y prestaciones que se requieran para satisfacer las características de cada uno de los niveles de responsabilidad.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

Según la Anecacao hoy, el Ecuador posee una gran superioridad en este producto: más del 70% de la producción mundial de **Cacao Fino y de Aroma** se encuentra en nuestras tierras, convirtiéndonos en el mayor productor de cacao de aroma del mundo.

Esto ha generado un prestigio importante, favorable, destacable, indispensable y representativo para el país.

Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especias que lo hace único y especial, sobresaliendo con su ya conocido **SABOR ARRIBA**.

Todos estos detalles de sabor y aroma están en el origen genético del grano, que se logra con el correcto tratamiento post-cosecha, sumado a condiciones naturales de suelo, clima, temperatura, luminosidad que convergen en un solo punto, en un solo territorio, en el mágico y maravilloso Ecuador situado en la mitad del mundo.

El Cacao Nacional Arriba, conocido también como la *pepa de oro*, es procesando industrialmente para obtener semielaborados con las mismas virtudes de exquisitas tonalidades de aroma y sabor únicos del cacao ecuatoriano, y de alta calidad como: Licor, manteca, torta y polvo de cacao, con los que se logra un producto final exquisito; desde la chocolatería más fina y gourmet, los más apetecidos platos en artes culinarias, bebidas frías y calientes y muchas otras

delicias combinadas que son un deleite absoluto para el paladar, hasta productos de belleza y que son de grandes beneficios confirmados para la salud humana.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

- Determinar la demanda del cacao
- Determinar la oferta del cacao
- Establecer la demanda a cubrir
- Establecer los canales de comercialización.

3.3. Identificación del producto

3.3.1. Características

El producto que el proyecto estima producir y comercializar es el cacao en grano, que proviene de un árbol tropical llamado *Theobroma cacao* que en griego significa “alimento divino”, es originario de las selvas tropicales de Centro y Suramérica y la palabra cacao viene del maya Ka’Kaw.

Los frutos son pequeños, ovoides o sub-globosos de color rojo, negro o púrpura, de 2,5 a 4,0 gr de peso, que se desprenden fácilmente del receptáculo al madurar, y es la materia prima para las industrias procesadoras de alimentos (confitería y chocolate de mesa) y productos cosméticos.

La composición química se muestra en el cuadro siguiente:

Cuadro 7**Composición nutricional por cada 100 gr.**

Calorías		36,90 kcal.	
Grasa		0,30 g.	
Colesterol		0 mg.	
Sodio		1,30 mg.	
Carbohidratos		4,87 g.	
Fibra		4,68 g.	
Azúcares		4,87 g.	
Proteínas		1,31 g.	
Vitamina A	3,75 ug.	Vitamina C	25 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	40 mg.
Hierro	1 mg.	Vitamina B3	0,78 mg.

Fuente: Bibliográfica
Elaborado por: Las autoras

3.3.2. Sustitutos

De la semilla de cacao se puede obtener diversos productos como:

- **MANTECA DE CACAO:** Es la grasa obtenida de someter la masa o licor de cacao a presión y calor.
- **CACAO EN POLVO:** Cacao Orgánico Natural proveniente de una mezcla de cacaos orgánicos Centroamericanos de primerísima calidad, de grano fermentado,
- **LICOR DE CACAO:** Licor de cacao natural orgánico líquido o sólido de color oscuro muy viscoso no es amargo o ácido.
- **CHOCOLATE:** El chocolate es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao: una materia sólida (la pasta de cacao) y una materia grasa (la manteca de cacao). A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla o no con otros productos tales como leche y frutos secos.

Todos estos productos pueden ser sustituidos debido a cambio de costumbres, precios y gustos, como el chocolate se lo reemplaza por caramelos, el polvo de chocolate por té, café o bebidas enriquecidas o como materia prima por otros frutos como la algarroba.

La algarroba es un producto fruto del algarrobo, se ha convertido en la estrella de la pastelería naturista, siendo utilizada en preparaciones como budines, alfajores y galletitas. No posee cafeína como el chocolate, contiene un 50% de azúcares naturales y es rica en hierro, calcio, fósforo, potasio y fibras beneficiosas para el buen funcionamiento del intestino. Ya se la utilizaba en el antiguo Egipto, y los pueblos originarios de América elaboraban el patay.

Muchos suelen describirla como el "**reemplazo saludable del cacao**". Sin embargo, la algarroba tiene un sabor muy propio que no es comparable al del cacao aunque se le parezca en cuanto a su color y pueda utilizarse del mismo modo y en las mismas cantidades que aquél en preparaciones como budines, alfajores o galletitas.

Sus ventajas son muchas: **no posee cafeína como el chocolate**, contiene un cincuenta por ciento de azúcares naturales con lo cual se reduce el agregado de azúcar extra a las preparaciones que la contienen.

Además es rica en hierro, calcio, fósforo y potasio y también en fibras beneficiosas para el buen funcionamiento del intestino. Es antioxidante y aporta proteínas y vitaminas A, B1, B2 y D. www.diariopopular.com.ar/.../156336-la-algarroba-el-cacao-tiene-quien)

3.3.3. Normativa sanitaria, técnica y comercial

- **Normativa sanitaria:**

Según el ARCSA y el REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO-
Decreto Ejecutivo No 1583(Registro Oficial N° 347, junio 14 del 2001) en su artículo 1
manifiesta:

Se exceptúan del cumplimiento del Registro Sanitario de los siguientes productos:

1. Productos alimenticios en su estado natural como frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abeja y otros de origen agrícola que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación.
2. Productos semielaborados.
3. Granos secos a granel

- **Normativa técnica:**

El cacao en grano debe cumplir con especificaciones y requisitos descritos en la norma técnica NTE INENE 176:2006. (Ver Anexo 1 de la norma).

- **Normativa comercial:**

Solo en caso de exportación de materia prima debe obtener el Certificado Fitosanitario otorgado por Agrocalidad.

3.4. Investigación del mercado

3.4.1. Segmentación del mercado

El grano de cacao por ser materia prima que para su consumo necesita de procesos agroindustriales tiene como posibles clientes a acopiadores y comerciantes de la zona, por lo que la segmentación del mercado está dada por los compradores de cacao en grano del sector.

3.4.2. Marco muestral o universo

El universo del mercado definido para este proyecto en el largo plazo con la producción del cacao fino son los centros de acopio de la materia prima que se encuentran ubicadas en la zona 1.

3.4.3. Censo

Para el Censo se obtuvo información del MAGAP referente a centros de comercialización del cacao, siendo cuatro empresas acopiadoras y compradoras de cacao fino de la zona a las mismas que se les realizó la entrevista.

3.4.4. Metodología de la investigación de campo

Para realizar la investigación se utilizó el método Inductivo- Deductivo para la información teórica; empírico para la Revisión Documental, Recolección de Información, y Medición y matemático para uso de tablas, y gráficos estadísticos.

Las técnicas a utilizadas fueron:

Información primaria:

- **Entrevista y encuesta:** se la realizó a los potenciales clientes y representantes de los centros de acopio y comerciantes
- **Entrevista:** se la aplicó a los productores de cacao identificados en la provincia de Imbabura.
- **Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.
- **Información secundaria:** se la obtuvo de libros, revistas especializadas, documentos del MAGAP, documentos de la Dirección de Salud de Imbabura, INEC e internet.

3.4.5. Diseño del instrumento de investigación

Para diseñar el instrumento de investigación se consideró la información que se deseaba obtener para lo cual se tomó en cuenta el comportamiento del cliente, la razón de compra, preferencias, volúmenes, frecuencias de compra, etc, con la finalidad de establecer el comportamiento del mercado. (Ver Anexo 2 de modelo de encuesta.)

3.4.6. Prueba piloto

Se realizó una corrida de la encuesta con posibles compradores para determinar y corregir las preguntas planteadas, previa revisión y corrección del Sr. Tutor de Tesis.

3.4.7. Levantamiento de la investigación

Para el levantamiento de la investigación se realizó visitas personalizadas a los encuestados en sus lugares de trabajo.

3.4.8. Tabulación y procesamiento de la información

Las encuestas se realizaron a cuatro Asociaciones ubicadas en la zona cuya información de ubicación fue proporcionada por el MAGAP.

1.- ¿Compra usted cacao?

Cuadro 8

Compra de cacao

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
			%
Si	4		100%
No	0		0%
Total	4		100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 8

Compra de cacao



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

En la encuesta realizada a las diferentes asociaciones se constató que el 100% compran cacao ya que su razón de ser y su negocio es la comercialización del cacao.

2.- ¿Qué variedad de cacao compra?

Cuadro 9

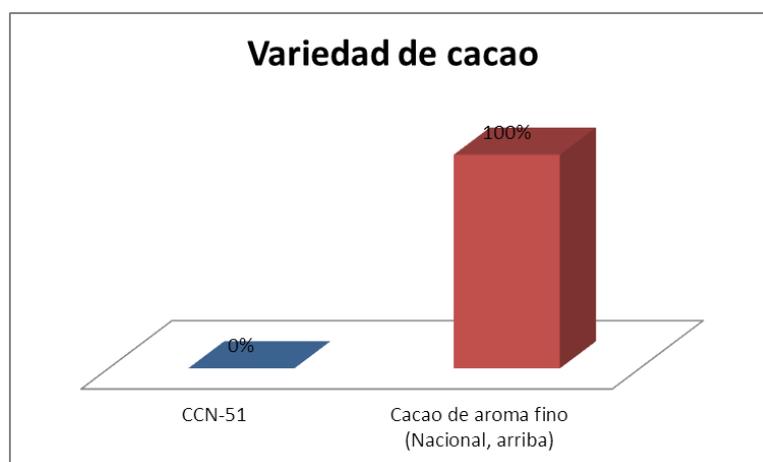
Variedad de cacao

VARIEDADA DE CACAO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
CCN-51	0	0%
Cacao de aroma fino (Nacional, arriba)	4	100%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 9

Variedad de cacao



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

El 100% de estas asociaciones compran el cacao fino de aroma por su exquisitez y calidad a nivel nacional y mundial, además de ser la variedad más apreciada en el país y que el Gobierno Provincial de Imbabura está desarrollando en el proyecto de fortalecer la cadena del cacao, por lo que en el proyecto se trabajará con la misma variedad.

3.- ¿Cómo lo prefiere comprar?

Cuadro 10

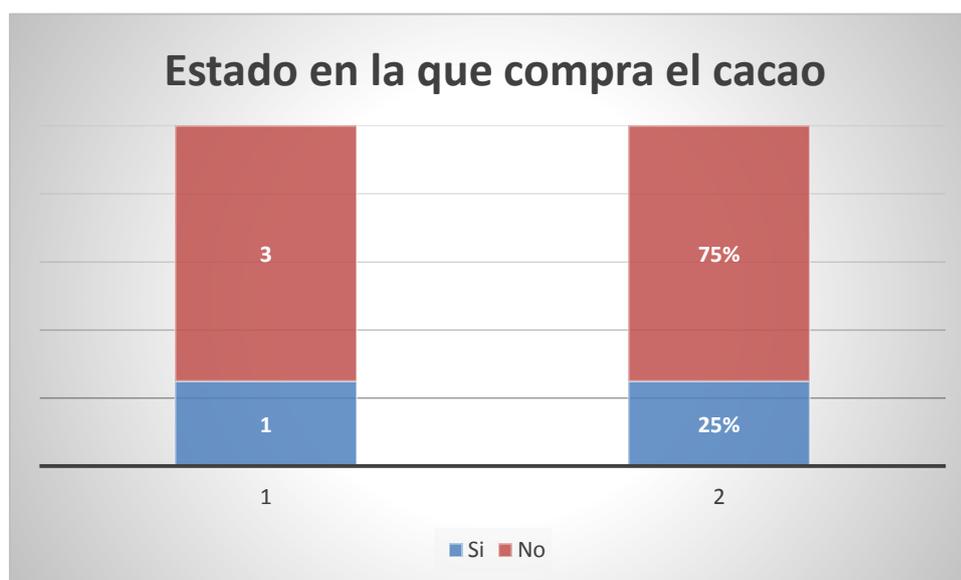
Estado en la que compra el cacao

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
Húmedo	1	25%
Seco	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 10

Estado en la que compra el cacao



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

De todas las asociaciones encuestadas el 75% compra el cacao seco debido a que facilita el manejo y almacenamiento; además evita la construcción de instalaciones para realizar el proceso de secado.

4.- ¿Con qué frecuencia compra usted el producto?

Cuadro 11

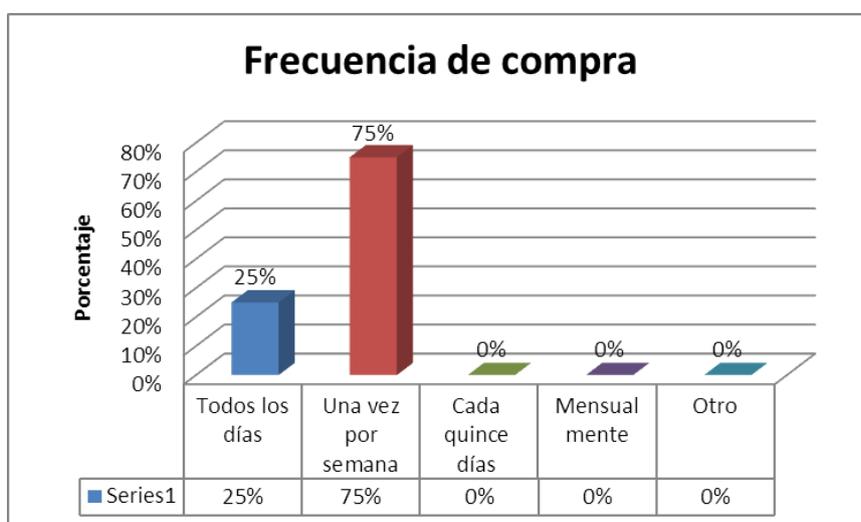
Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Todos los días	1	25%
Una vez por semana	3	75%
Cada quince días	0	0%
Mensualmente	0	0%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 11

Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

Si bien es cierto las Asociaciones que compran el producto les parece mucho mejor realizarlo una vez por semana para dar tiempo a que se acumule el producto y poder comprar en cantidades más razonables.

5.- ¿Cuál es el lugar donde adquiere el producto?

Cuadro 12

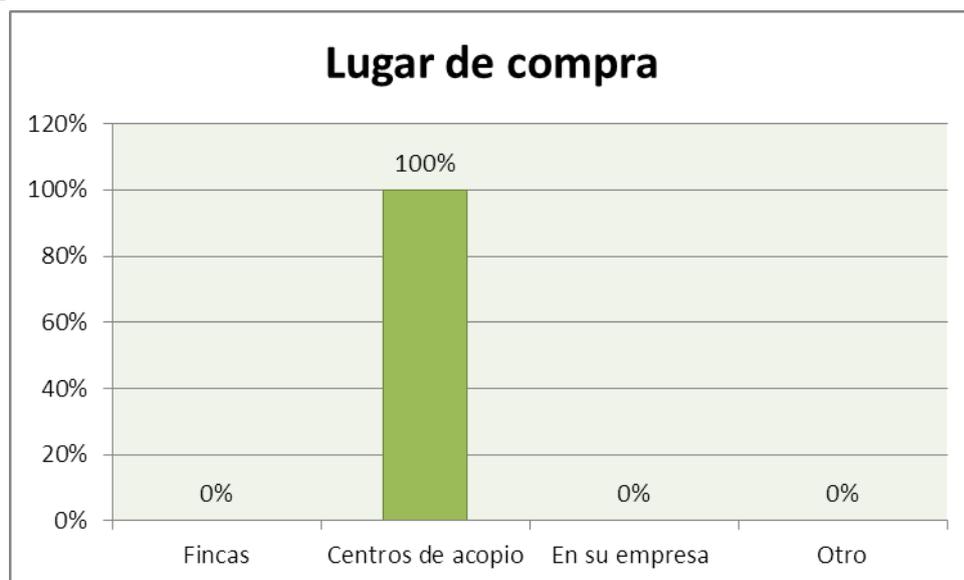
Lugar de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
Fincas	0	0%
Centros de acopio	4	100%
En su empresa	0	0%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 12

Lugar de compra



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

Las diferentes Asociaciones prefieren comprar en los centros de acopio porque son los lugares establecidos para la compra del producto, esto les evita moverse de un lugar a otro y les ayuda a los vendedores a saber dónde ofrecer su producto.

6.- ¿Por qué compra en este lugar?

Cuadro 13

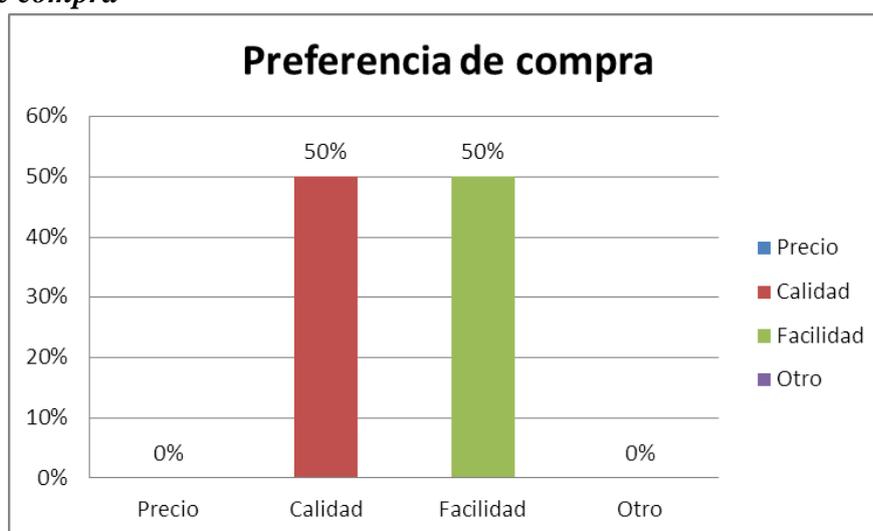
Preferencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
Precio	0	0%
Calidad	2	50%
Facilidad	2	50%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 13

Preferencia de compra



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

Con relación al lugar de compra el 50% de las Asociaciones lo hacen en su propio centro de acopio por calidad, es decir tiene las facilidades para realizar el control de calidad del producto en sus instalaciones; y el otro 50% por facilidad elementos muy importantes para considerar en el manejo de las ventas en forma eficiente y eficaz.

7.- ¿Qué cantidad de quintales compra?

Cuadro 14

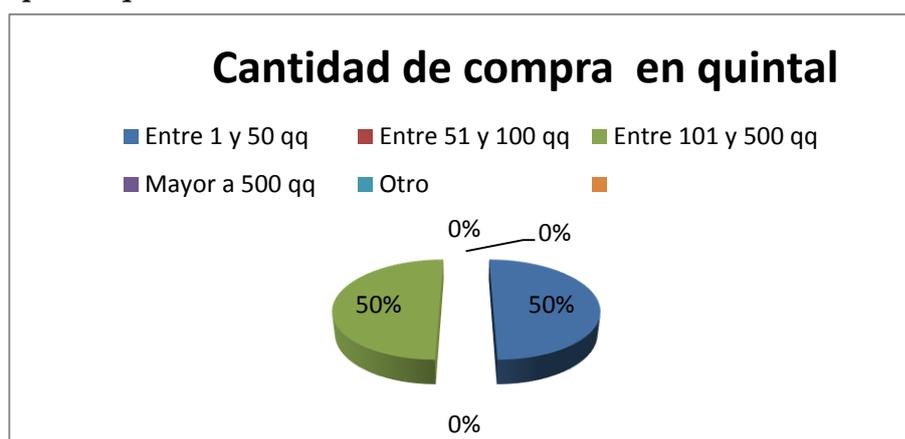
Cantidad de compra en quintal.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Entre 1 y 50 qq	3	50%
Entre 51 y 100 qq	0	0%
Entre 101 y 500 qq	1	50%
Mayor a 500 qq	0	0%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 14

Cantidad de compra en quintal



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

El 50% de estas Asociaciones están ubicados en el primer rango es decir que compran de 1 a 50 quintales por semana, el 25% compra diariamente hasta 50qq teniendo un promedio semanal de casi 350 quintales y el otro 25% que compran un aproximado de 500 quintales, semanales; por lo que se estima una demanda semanal total de 950 quintales semanales, 3800 quintales mensuales y que por conversaciones con los acopiadores se concluyó que está, dispuestos a comprar mayores cantidades de materia prima pues la demanda es alta.

8.- ¿Qué valor paga por quintal de cacao seco?

Cuadro 15

Precio quintal.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Entre 100 y 120 USD	1	25%
Entre 121 y 130 USD	0	0%
Entre 131 y 145 USD	2	50%
Entre 146 y 150 USD	0	0%
Otro	1	25%
Total	4	100%

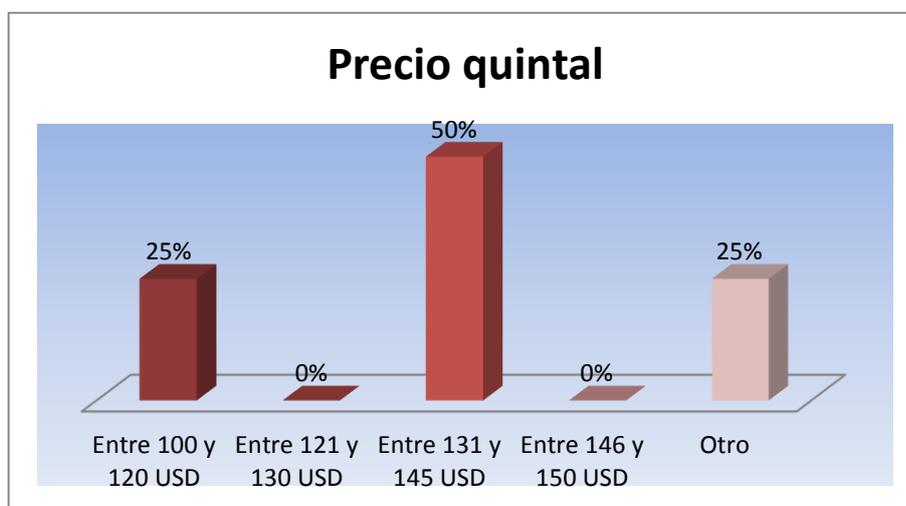
Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2015

Gráfico 15

Precio quintal



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2015

ANÁLISIS:

El 50% de las Asociaciones compran el producto entre 131 y 145 dólares un 25% entre 100 y 120 y el otro 25% compran a menor precio, los precios varían mucho de acuerdo a la calidad, humedad, temporada y el sector en el que se encuentra.

9.- ¿Cómo es la forma de pago?

Cuadro 16

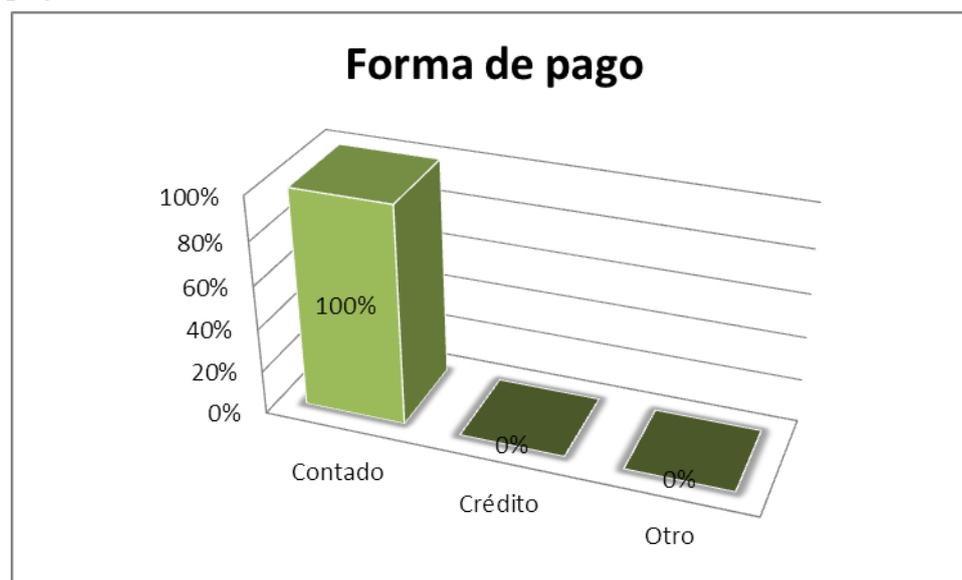
Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Contado	4	100%
Crédito	0	0%
Otro	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

Gráfico 16

Forma de pago



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

ANÁLISIS:

Todas las Asociaciones pagan en efectivo, pues los vendedores son pequeños productores y viven de la comercialización de su producto.

10.- ¿La cantidad de cacao que usted compra cubre su demanda?

Cuadro 17

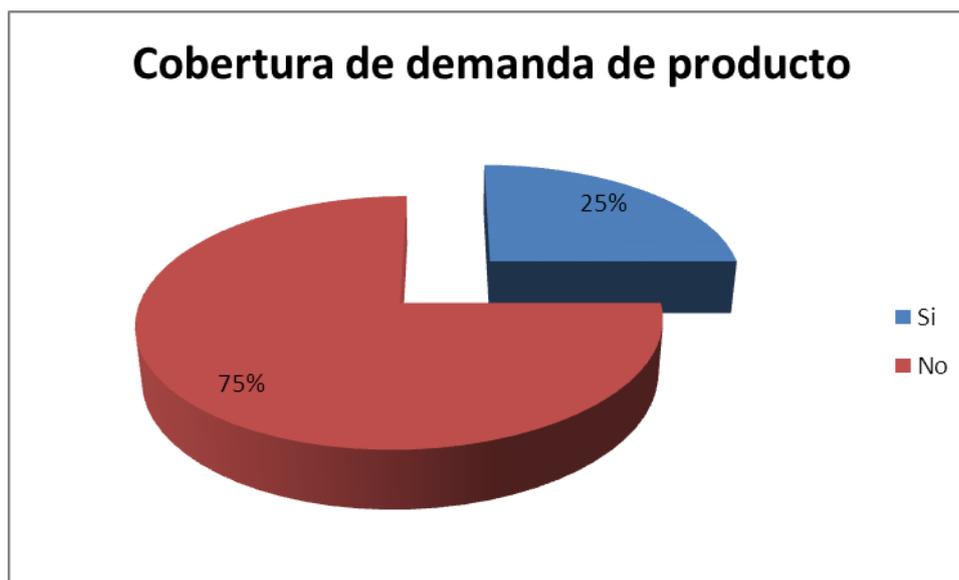
Cobertura de demanda de producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	1	25%
No	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
 Elaborado por: Las Autoras
 Año: 2015

Gráfico 17

Cobertura de demanda de producto



Fuente: Encuesta Asociaciones Cacaoteras
 Elaborado por: Las Autoras
 Año: 2015

ANÁLISIS:

De todas las Asociaciones encuestadas solo una cubre su demanda lo que quiere decir que al convertirnos en productores de cacao podemos proveer a las demás Asociaciones que no cubren su demanda.

3.5. Análisis de la demanda

3.5.1. Comportamiento histórico

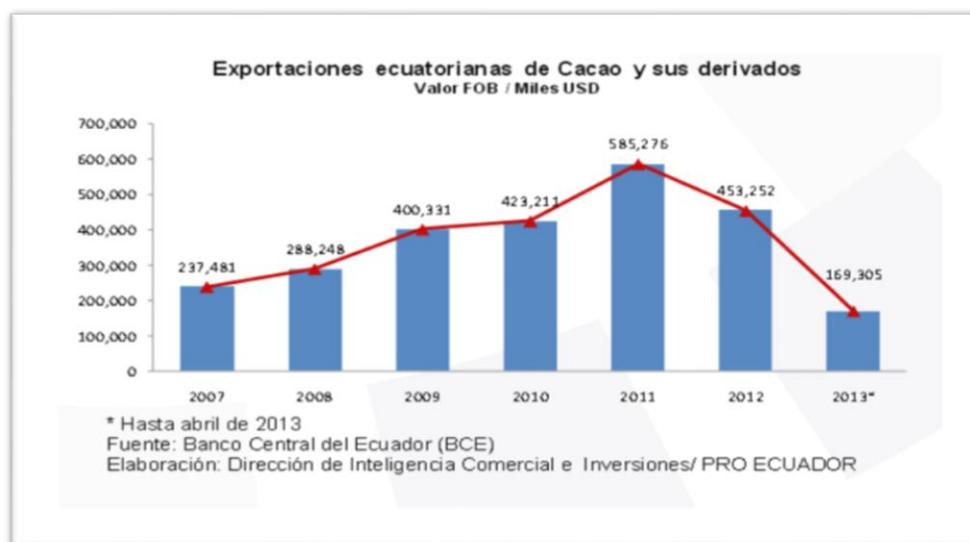
Según el Instituto de Promoción de Exportadores e Inversión en su publicación “Análisis del Sector Cacao y Elaborados 2013” Durante el período 2007-2012, las exportaciones del cacao y sus derivados registran un aumento constante con una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 13.80%. En el 2011, las exportaciones alcanzaron su nivel más alto al llegar a 585,276 miles de dólares, sin embargo en el 2012 bajaron hasta 453,252 miles. En el 2013, las exportaciones ecuatorianas de este producto hasta el mes de abril han alcanzado 169,305 miles de dólares.

Con relación al volumen exportado, se han registrado fluctuaciones, alcanzando durante el mismo período una TCPA de 12.94%. En el 2011 se registró el mayor aumento del volumen exportado a 181,838 toneladas métricas, mientras que el 2012 disminuyó la cantidad exportada a 172,506 TM.

Por lo tanto la demanda del producto en mención tiene un mercado prometedor ya que la demanda va en aumento pese al año 2012 como lo demuestra el gráfico 11

Gráfico 18

Exportación ecuatoriana de cacao



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) *Hasta abril de 2013
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones/ PRO ECUADOR

3.5.2. Demanda actual

Para establecer la demanda actual se efectuó una investigación de campo a través de encuestas, las cuales permitieron cuantificar la cantidad de cacao que necesitan los centros de comercialización del cacao de la zona. A continuación se presenta la demanda anual de cacao.

Cuadro 18

Identificación de la demanda actual de cacao en quintal

POTENCIALES COMPRADORES	CONSUMO PROMEDIO DE CACAO EN quintales/mes	DEMANDA ANUAL DE CACAO EN quintales
4	3800	45600

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

3.5.3. Proyección de la demanda

Para efectuar la proyección de la demanda se utilizó la Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de los últimos años que se ubica en el de 13.80%, según el Instituto de

Promoción de Exportadores e Inversión en su publicación “Análisis del Sector Cacao y Elaborados 2013” que indican que las exportaciones del cacao y sus derivados registran un aumento constante con una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 13.80%.

La proyección se la obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

D_n = Demanda Futura

D_o = Demanda actual

i = Tasa de Crecimiento

n = Año Proyectado

Cuadro 19

Proyección de la demanda de cacao en qq.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CACAO EN QQ.
2015	45600,00
2016	51892,80
2017	59054,01
2018	67203,46
2019	76477,54
2020	87031,44
2021	99041,77
2022	112709,54
2023	128263,46
2024	145963,81

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Las autoras

3.6. Análisis de la oferta

3.6.1. Comportamiento histórico

Según el Instituto de Promoción de Exportadores e Inversión en su publicación "Análisis del Sector Cacao y Elaborados 2013", los datos de producción disponibles hasta el año 2011, registran a nivel nacional de 224,163 TM, con una superficie sembrada de 521,091 Has. y una superficie cosechada de 399,467 Has. Tanto la superficie sembrada, la cosecha y la producción registran incrementos en los últimos cinco años registrados (2007 –2011), dando una tasa de crecimiento promedio anual de 5.35% para la superficie sembrada, 2.87% para la superficie cosechada y 14.28% para la producción de cacao. El aumento también se refleja en el rendimiento del producto.

De esto se concluye que hay oferta, la cual se incrementa pero la demanda también presenta el mismo comportamiento.

Cuadro 20

Superficie, producción y rendimiento del cacao

TABLA DE SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO DEL CACAO				
Año	Superficie sembrada (Hectáreas)	Superficie cosechada (Hectáreas)	Producción (Ton. Métricas)	Rendimiento
2007	422,985	356,657	131,419	0.37
2008	455,414	360,025	132,100	0.37
2009	468,840	376,604	143,945	0.38
2010	470,054	398,104	189,755	0.48
2011	521,091	399,467	224,163	0.56

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

3.6.2. Oferta actual

La oferta corresponde en identificar la competencia que tiene el cacao en el mercado, la cual está representada por los productores de cacao en el área de influencia del proyecto, siendo 10 productores de cacao, dato proporcionado por el MAGAP de Imbabura y Esmeraldas. Mediante la aplicación de una entrevista y los registros del MAGAP, se pudo cualificar la oferta, lo cual ayudó a plantear lo siguiente:

Cuadro 21

Oferta anual de cacao en quintales

N° PRODUCTORES	HECTÁRES PROMEDIO DEL CULTIVO	TOTAL DE HECTARES DEL CULTIVO DE CACAO	PRODUCCIÓN PROMEDIO POR HECTÁREA EN quintales.	PRODUCCIÓN DE CACAO quintales./anual
10	5	50	30	1500

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

Se puede estimar en el cuadro anterior que existe baja producción de cacao en el área de influencia del proyecto.

3.6.3. Proyección de la oferta

Para obtener la proyección de la oferta se estableció una tasa de crecimiento promedio anual en los cinco últimos años de 5.35% para la superficie sembrada, 2.87% para la superficie cosechada y 14.28% para la producción de cacao, según Instituto de Promoción de Exportadores e Inversión.

La proyección se la obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$O_n = O_o (1+i)^n$ Dónde:

O_n = Oferta Futura

O_o = Oferta actual

i = Tasa de Crecimiento

n = Año Proyectado

Cuadro 22

Proyección de la oferta de cacao en quintales

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CACAO EN qq.
2015	1500
2016	1713,00
2017	1956,25
2018	2234,03
2019	2551,27
2020	2913,55
2021	3327,27
2022	3799,74
2023	4339,30
2024	4955,49

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

3.7. Determinación y proyección de la demanda insatisfecha

La demanda potencial a satisfacer corresponde a la comparación de la demanda y oferta para determinar si existe o no mercado para el cacao, observándose un amplio nicho para el cacao

Cuadro 23***Demanda potencial a satisfacer***

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CACAO EN quintales.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CACAO EN quintales.	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE CACAO EN quintales.
2015	45600,00	1500,00	44100,00
2016	51892,80	1713,00	50179,80
2017	59054,01	1956,25	57097,76
2018	67203,46	2234,03	64969,43
2019	76477,54	2551,27	73926,27
2020	87031,44	2913,55	84117,89
2021	99041,77	3327,27	95714,51
2022	112709,54	3799,74	108909,80
2023	128263,46	4339,30	123924,15
2024	145963,81	4955,49	141008,33

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

3.7.1 Demanda a captar por el proyecto

La demanda a captar por el proyecto tiene que ver con la capacidad de producción de la empresa, representada por el número de quintales de cacao aptos para la venta.

Según datos proporcionados por el MAGAP los rendimientos del cacao inicia desde el segundo año de haber sembrado la plantación, se incrementa hasta el quinto año donde se llega a la máxima producción por hectárea, y hasta que la planta tenga de 7 a 10 años la producción entra en una estabilidad de producción, teniendo la plantación con un manejo adecuado una vida útil promedio de 25 a 30 años.

Tomando en cuenta que la producción del cacao variedad nacional fino de aroma mejorado que es la que va a implementarse en el proyecto tiene menos cosechas al año (2

cosechas al año) da un estándar de producción de 25 a 33 qq por año en una hectárea, por ende la producción inicial será de 125 qq aproximadamente pues se considera sembrar para este proyecto 5 hectáreas.

Cuadro 24

Demanda a captar por el proyecto

AÑO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE CACAO EN QUINTALES.	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE CACAO EN %
2015	0	0,00
2016	125	0,25
2017	125	0,22
2018	165	0,25
2019	200	0,27
2020	250	0,30
2021	250	0,26
2022	250	0,23
2023	250	0,20
2024	250	0,18

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

Como se puede analizar el nivel que satisface el proyecto en el inicio de las actividades es aproximadamente de 0.25% en comparación a la demanda potencial a satisfacer identificada.

3.7.2. Precios

Mediante observación directa en los mercados locales y con base la entrevista efectuada a los productores de cacao el precio actualmente oscila entre 140 y 145, esto depende de muchos factores como: costos de producción, procedencia de la fruta, mercado, inclemencias climáticas,

entre otros. Con este antecedente se puede afirmar que el precio del cacao no es estandarizado, sufre fluctuaciones.

1 Determinación del precio

Para determinar el precio de cada quintal de cacao, se analizó los costos y gastos más un margen de utilidad, tomado en cuenta la competencia.

Para el primer año de comercialización del cacao el precio será de 145 dólares el qq.

2 Proyección de precios

Para la proyección del precio se aplicó la inflación publicada en noviembre del 2014 por el BCE de 3.76 %.

Cuadro 25

Proyección de precios

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Precio por quintal de cacao	145	150,45	155,87	161,48	167,29

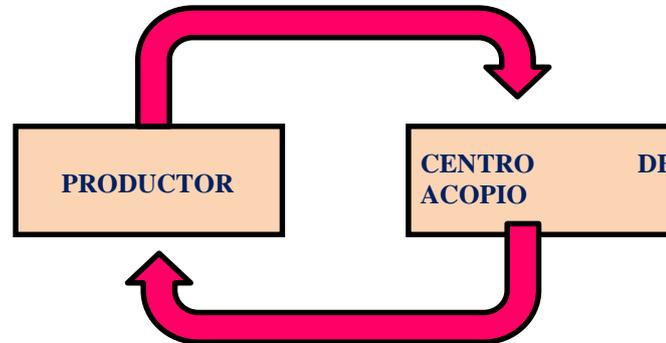
Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

3.7.3. Comercialización

La microempresa utilizará el canal directo, esto significa que el producto tendrá una relación directa de comercialización con el demandante de la materia prima.

Gráfico 19

Canal de comercialización directo



Elaborado por: Las Autoras

Productor: Empresa de producción y comercialización de cacao "EL CACAO LIVE"

Centros de acopio: Lugar de compra del cacao.

3.8. Conclusiones del estudio

Una vez efectuado el estudio de mercado, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La demanda de cacao es muy significativa, los centros de comercialización están dispuestos y necesitan tener proveedores fijos, para cubrir sus necesidades, siendo actualmente de 45600 quintales anuales.
- La oferta de cacao en el área de influencia del proyecto esta representa por 10 productores con 1500 quintales anuales, los cuales no abastecen la demanda local, es por tal motivo que existe producto de otras latitudes geográficas especialmente de la costa.
- El precio del cacao está determinado por la calidad, la presentación, lugar de procedencia entre otros, por tanto éste se ubica entre 131 y 145 dólares el quintal.
- La demanda a captar, está en función a la capacidad de producción del proyecto, por tal razón que en el primer año, se llegará a satisfacer aproximadamente en un 0.25% de la demanda potencial.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

4.1.1 Factores determinantes

1. El mercado

En base al capítulo anterior se ha establecido que existe un mercado significativo para el cacao, representada por la demanda insatisfecha por parte de los centros de acopio y comerciantes de la zona, la cual puede ser captada por el proyecto.

Cuadro 26

Existencia de mercado

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE CACAO EN QUINTALES.
2015	44100,00
2016	50179,80
2017	57097,76
2018	64969,43
2019	73926,27

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Las autoras

2. Disponibilidad de recursos financieros

El inversionista cuenta con el terreno, vehículo y además posee el capital operativo.

3. Economías de escala

Existe por parte del Gobierno Provincial de Imbabura y la Junta parroquial de Lita apoyo técnico y de gestión para fortalecer la cadena del cacao y generar fuentes de ingresos para los pequeños agricultores del sector.

4. Disponibilidad tecnológica

La tecnología que se aplicará para el cultivo será la recomendada por el MAGAP, considerando que esta institución tiene el programa de asistimiento técnico y apoyo para este cultivo.

5. Disponibilidad de insumos, materiales y materia primas

El lugar donde estará ubicada la plantación presenta fácil abastecimiento de la materia prima e insumos agrícolas que se requiere para la producción, ya que está cerca de la ciudad de Ibarra y San Lorenzo donde se comercializa estos insumos agrícolas. Entre la materia prima e insumos a utilizar se encuentran: Plantas, pesticidas, fungicidas, fertilizantes, entre otros.

6. Optimización del tamaño del proyecto

La capacidad del proyecto fue planteado en base a la existencia de mercado para el producto, como también al asesoramiento de un ingeniero agrónomo para determinar los parámetros técnicos de producción y manejo, la existencia y extensión del terreno.

El área para el cultivo del cacao será 5 hectáreas.

Horizonte del proyecto 5 años.

7. Determinación de la capacidad de producción

La capacidad de producción del cacao está dada por la extensión del terreno que se va a utilizar siendo 5 ha, con siembra de 1000 plantas por hectárea y un rendimiento promedio según el MAGAP de 25 qq/ha al segundo año de haberse realizado la siembra, y que presentará un incremento hasta el quinto año donde se llega a la máxima producción por hectárea, y hasta que la planta tenga de 6 a 10 años la producción entra en una estabilidad de producción, teniendo la plantación con un manejo adecuado una vida útil promedio de 25 a 30 años.

Además por necesitar el cultivo de cacao sombra se sembrará plátano, el mismo que tendrá producción al primer año de la siembra y cuyos rendimientos fluctuarán en el tiempo de acuerdo a información técnica del MAGAP.

Cuadro 27

Producción cacao y plátano

Año	N° de plantas cacao/ Ha	N° de plantas plátano/ Ha	Producción cacao qq/año/ha	Producción cacao qq/año/5ha	Producción racimos plátano /año/ha	Producción racimos plátano/año/ 5ha
1	1000	1000	0	0	800	4000
2	1000	1000	25	125	900	4500
3	1000	1000	25	125	1100	5500
4	1000	1000	33	165	1100	5500
5	1000	1000	40	250	900	4500

Fuente: MAGAP e Ing. Agrónomo
Elaborado por: Las autoras

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

El proyecto se implementará en la Parroquia de Lita perteneciente al cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, está ubicada en la Cordillera Occidental a 100 Km de la ciudad de

Ibarra, a 280 Km. de la ciudad de Quito y a 92 Km de San Lorenzo; siendo un sitio de confluencia de tres provincias Imbabura, Carchi y Esmeraldas, tiene una superficie de 209,46 km².

Según el Censo Poblacional y de Vivienda del año 2010, Lita cuenta con una población de 3349 habitantes, distribuidos por género en 1788 hombres y 1561 mujeres. La población económicamente activa por rama de actividad según el Censo 2010, es de 1206 personas que corresponde al 36% de la población total de la parroquia. Mientras que la población en edad de trabajar PET (15-64 años) es de 1763 personas que corresponde al 52,64%.

Según datos de la Estación Meteorológica de Lita, está ubicada a 740 m.s.n.m., posee una temperatura media de 23°C y una precipitación de 3.598,7 mm., siendo una de las estaciones que registra mayor precipitación en la provincia.

Se aprecia una época más lluviosa entre los meses de octubre hasta mayo, donde el mes con más precipitaciones es abril; y una época menos lluviosa entre los meses de junio hasta septiembre, el mes más seco es julio con 129,8 mm.

Presenta una humedad relativa media anual de la provincia es del 96% siendo mayor en los meses de febrero y noviembre, mientras que en los meses julio y agosto son menores.

Cuadro 28

Macro localización

PAIS	ECUADOR
REGION	SIERRA
PROVINCIA	IMBABURA
CANTON	IBARRA
PARROQUIA	LITA

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Las autoras

Gráfico 20

Mapa político del cantón Ibarra



Fuente: Plan de ordenamiento territorial Lita

4.2.2. Micro localización

El proyecto producción y comercialización del cacao estará ubicado en la parroquia de Lita, sector Cachaco en la vía San Lorenzo a 30 Km. antes del pueblo de Lita y a dos horas de la ciudad de Ibarra utilizando transporte terrestre, siendo una finca que cuenta con un área total de 5 hectáreas de fácil acceso ya que la propiedad lindera con la vía.

Cuadro 29**Micro localización**

PROVINCIA	IMBABURA
CANTON	IBARRA
PARROQUIA	LITA
DIRECCIÓN	Vía San Lorenzo Km 70 cacaolive.hotmail.com

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Las autoras

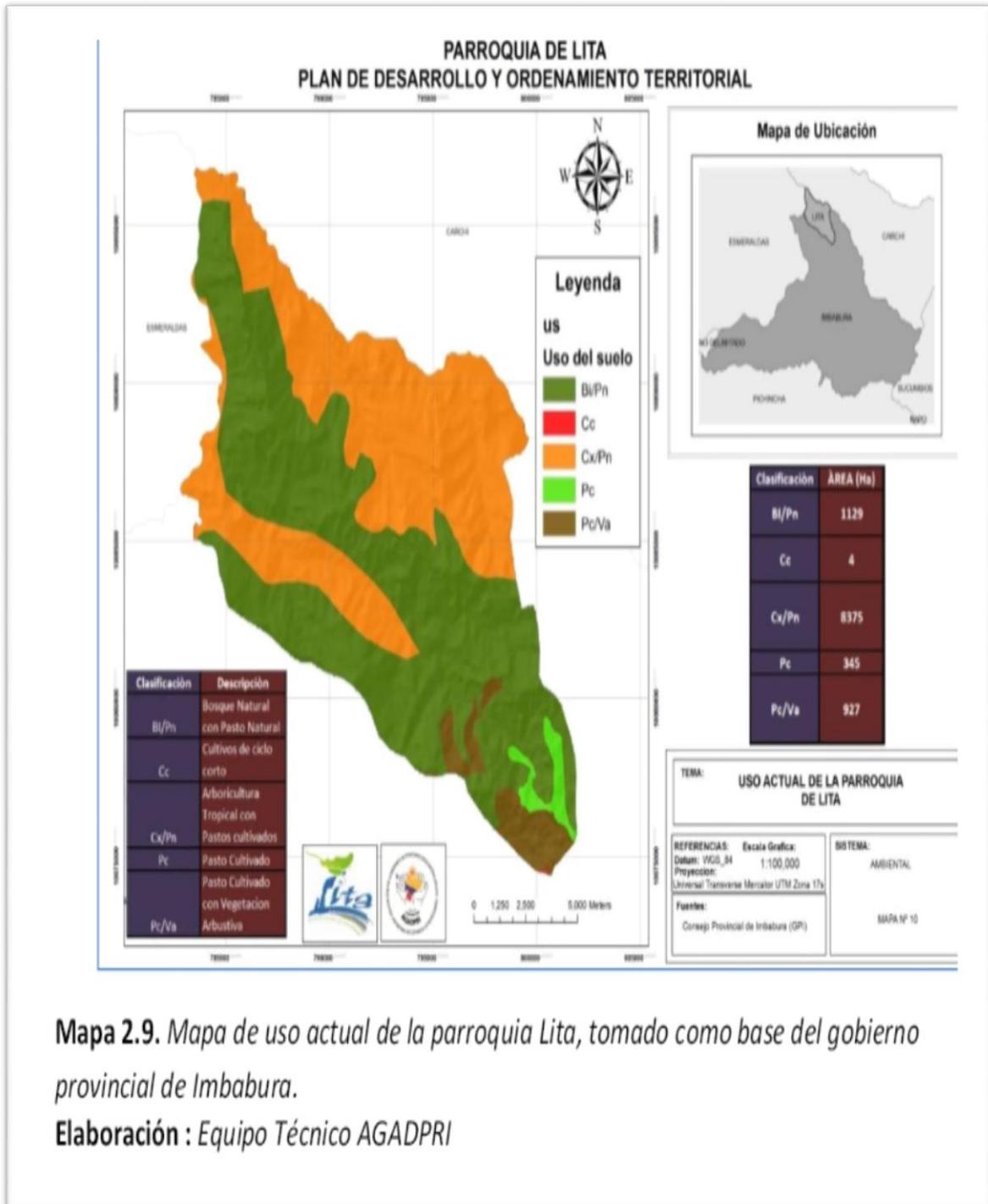
4.2.3. Matriz Locacional**1. Selección de la alternativa óptima**

En este acápite se debe mencionar que el terreno ya existe por lo que se instalará en este sitio, considerando que si hay disponibilidad de materia prima, insumos, mano de obra, y sobre todo condiciones hídricas y climáticas aptas para el cultivo de cacao.

2. Mapa de micro localización

Gráfico 21

Mapa de la parroquia Lita



Mapa 2.9. Mapa de uso actual de la parroquia Lita, tomado como base del gobierno provincial de Imbabura.

Elaboración : Equipo Técnico AGADPRI

Fuente: Plan de Ordenamiento territorial de la Parroquia Lita

4.3. Ingeniería el proyecto

4.3.1. Procesos de producción

- **Preparación del suelo.**

El suelo es el medio fundamental en el desarrollo de cacaotales. Se debe proteger contra los rayos directos del sol ya que éstos degradan rápidamente la capa de humus que puedan contener. Por ello se recomienda un adecuado sombreado y el mantenimiento de la hojarasca, no practicar labores profundas y cortar las malas hierbas lo más bajo posible. La hojarasca y el sombreado ayudan a mantener la humedad necesaria durante los meses de sequía.

El cacao es una planta muy sensible a terrenos encharcados por lo que se realizara drenajes adecuados que impidan el anegamiento y construirá canales que recolecten y conduzcan el exceso de agua de lluvia para evitar que ésta elimine la hojarasca y el horizonte húmico del suelo.

- **Eliminación de malas hiervas.**

Consiste en realizar aplicaciones de herbicidas es importante que no entren en contacto con la planta de cacao. Por ello es común el empleo de protectores cilíndricos de plástico que protejan a las plantas.

- **Análisis del suelo**

Radica en realizar el análisis físico y químico del terreno para establecer el plan de manejo del suelo como drenaje, reservas de agua, control de pH y nutrientes, y asegurar el manejo adecuado del cultivo.

- **Trazado y demarcación**

Se realiza utilizando estacas de acuerdo al distanciamiento de 3 x 3 pudiendo ser cuadrado y tresbolillo.

La realización del trazado para el cultivo, tiene por objeto señalar los sitios en los que se perforarán los hoyos para trasplantar allí los árboles correspondientes. Debe hacerse un trazado para el cacao, para el sombrío transitorio y para los sombríos permanentes, los cuales pueden realizarse simultáneamente o separadamente según sea el caso.

Para las plantas de sombrío transitorio que es el plátano, puede instalarse una planta de este por cada planta de cacao, lo cual da una densidad similar para las dos especies.

- **Hoyado**

La planta joven requiere de comodidad para crecer y distribuir su raíz a lo largo y ancho del suelo. Por eso requiere la mayor amplitud con suelo suelto y blando. De ahí que se le debe proporcionar un hoyo lo más cómodo posible.

Teniendo en cuenta las diferencias del suelo, así mismo un suelo pesado, arcilloso y duro requerirá huecos de mayores dimensiones que un suelo suelto y mullido. En el primer caso las

dimensiones pueden ser de 60 centímetros de largo por 60 de ancho y en el segundo de 40 por 40.

Para preparar el hoyo se realizará:

Demarcación del perímetro, es decir señalar en la tierra el tamaño del hueco.

Retirar la tierra de la superficie de los primeros 10 ó 20 centímetros, la cual es de color más oscuro por su contenido de materia orgánica. Esta debe separarse para usarla posteriormente en el llenado del hoyo.

El excavado de los hoyos se hará con dos semanas de anticipación al trasplante, con una profundidad 40cm.

- **Siembra del cacao**

Sembrar la planta, para ello quitar la bolsa de polietileno, sin romper el "pilón" o masa compacta de tierra y raíces que se ha formado dentro de la bolsa, colocar el "pilón" dentro del hoyo de tal manera que el cuello de la raíz quede a ras del suelo, terminar de llenar el hoyo hasta la superficie, sin que quede el tallo enterrado, ni la raíz expuesta, llenar parcialmente el hoyo con la tierra negra u oscura de la primera capa del suelo, la cual se apartó al abrirlo, hasta dejar sin llenar solamente los primeros 20 centímetros, medidos de la boca del hoyo hacia abajo, aplicar fertilizante, preferiblemente de origen orgánico, garantizar que la materia orgánica se encuentre totalmente transformada.

- **Siembra de árboles para sombra temporal**

Es importante poseer sombra para la planta de cacao tanto inicio de la plantación como al desarrollo pleno de la planta, el objetivo es reducir la cantidad de radiación que llega al cultivo y proteger de los vientos que la puedan perjudicar y a la vez de situaciones extremistas de las temperaturas.

Cuando el cultivo ya se haya desarrollado por completo se podrá reducir el porcentaje de sombreo hasta un 25 o 30 %. La luminosidad deberá estar comprendida más o menos al 50 % durante los primeros 4 años de vida de las plantas, para que éstas alcancen un buen desarrollo y limiten el crecimiento de las malas hierbas.

Para el sombreo del cultivo temporal se empleará el plátano macho también llamado banana grande o de guisar, no es muy conocido en Europa, sin embargo en muchos países tropicales es un alimento básico, se emplea verde en diversas elaboraciones culinarias, como por ejemplo cocido, frito, a la plancha o en papilla, pero no se come crudo.

Se empieza de cero instalando primero la cobertura y la sombra temporal que es el plátano, a un distanciamiento de 3 x 3 m.

Para empezar con este proyecto es necesario instalar como mínimo un número igual de plantas de plátano y de cacao, intercalando surcos de una especie con surcos de la otra.

- **Siembra de árboles para sombra permanente**

Sembrar alrededor de toda la plantación total de cacao, especies más altas y de vida útil mayor o igual al cacao (20 años), las mismas que sirven como cortavientos a una distancia de

3 a 6 metros entre plantas de acuerdo con las especies, para este proyecto se utilizará el laurel para al final tener un gran aporte económico por la venta de la madera fina.

- **Poda**

Es una técnica que consiste en eliminar todos los chupones y ramas innecesarias, así como las partes enfermas y muertas del árbol. La poda ejerce un efecto directo sobre el crecimiento y producción del cacaotero ya que se limita la altura de los árboles y se disminuye la incidencia de plagas y enfermedades. Hay varios tipos de poda:

- **Poda de formación.**

Se efectúa durante el primer año de edad del árbol, y consiste en dejar un solo tallo y observar la formación de la horqueta o verticilo, el cual debe formarse aproximadamente entre los 10 y 16 meses de edad de la planta, con el objeto de dejar cuatro o más ramas principales o primarias para que formen el armazón y la futura copa del árbol. Estas ramas principales serán la futura madera donde se formará la mayoría de las mazorcas, lo mismo que en el tronco principal.

Cuanto más tierno sea el material podado, mejores resultados se obtienen. En el segundo y tercer año se eligen las ramas secundarias y así sucesivamente, hasta formar la copa del árbol. Se eliminarán las ramas entrecruzadas muy juntas, y las que tienden a dirigirse hacia adentro.

- **Poda de mantenimiento.**

Desde los dos o tres años de edad los árboles deben ser sometidos a una poda ligera por medio de la cual se mantenga el árbol en buena forma y se eliminen los chupones y las ramas

muertas o mal colocadas. El objetivo de esta poda es conservar el desarrollo y crecimiento adecuado y balanceado de la planta del cacao.

- **Poda fitosanitaria.**

Se deben eliminar todas las ramas defectuosas, secas, enfermas, desgarradas, torcidas, cruzadas y las débiles que se presenten muy juntas. Debe comprender también la recolección de frutos dañados o enfermos.

- **Poda de rehabilitación.**

Se realiza en aquellos cacaotales antiguos que son improductivos y consiste en regenerar estos árboles mal formados o viejos con podas parciales, conservando las mejores ramas, o podando el tronco para estimular el crecimiento de chupones, eligiendo el más vigoroso y mejor situado, próximo al suelo, sobre el que se construirá un nuevo árbol. También es posible hacer injertos en los chupones y luego dejar crecer solamente los injertos.

- **Poda de sombra.**

Se realiza en las especies de sombra para evitar que éstas ramifiquen a baja altura e impidan el desarrollo de las plantas de cacao. Se podan una o dos veces al año para favorecer el manejo del cultivo. Se cortan las ramas bajas y sobrantes de las plantas de sombra permanente. El adecuado control de la sombra es muy importante para la obtención de buenos rendimientos del cacao, por lo que se recomiendan porcentajes de sombreo próximos al 30 %.

- **Recolección.**

Los árboles de cacao florecen dos veces al año, siendo el principal periodo de floración en junio y julio. En los meses de septiembre y octubre tiene lugar una segunda floración pero más pequeña. El periodo de maduración de los frutos oscila entre los cuatro y seis meses, según la altura sobre el nivel del mar y de la temperatura. Así la primera cosecha se concentra en los meses de octubre, noviembre y diciembre, y la segunda durante marzo y abril. La recolección es una de las fases más importantes, se debe hacer la identificación de las mazorcas maduras. Este estado se conoce por los cambios de coloración externa, que varía dependiendo del tipo o variedad. Este cambio de color puede ser muy ligero y se corre con el riesgo de no cosechar a tiempo mazorcas que han alcanzado su plena madurez. Ante este importante detalle, muchos recolectores cosechan las mazorcas que se encuentran en las partes bajas del árbol, basados en el sonido que emiten estas cuando son golpeadas con los dedos. El punto óptimo de recolección se produce cuando las variedades de fruto rojo han tomado un color anaranjado-bermellón y los de fruta amarilla un color amarillo-verdoso.

La recolección puede ser semanal o algo más repartida según la disponibilidad de mano de obra. La recogida de los frutos se realiza manualmente mediante un cuchillo curvado unido a un palo que permite al operario recolectar los frutos de las ramas superiores. En la recolección del cacao es común aplicar un desinfectante en el extremo del pedicelo del fruto tras su recolección para la evitar la transmisión mecánica de enfermedades a través de las herramientas de trabajo que puedan estar contaminadas.

Los frutos defectuosos, enfermos o agusanados se destruyen directamente en el campo y se entierran. Las mazorcas sanas se abren en el campo para extraer las semillas y trasladarlas al centro de procesado.

- **Partida de la mazorca**

Seleccionar las mazorcas sanas y de grado de madurez óptimo y proceder a partir para sacar el grano.

- **Fermentación**

Los granos extraídos de la mazorca depositar en recipientes o cajones de madera, con orificios en el fondo y a los lados para la salida de la baba o líquidos que se desprenden del mucílago. Estos cajones deben colocarse unos 10 ó 15 centímetros por encima del suelo, para el fácil drenaje de estos líquidos.

Los cajones deben estar colocados en sitios cubiertos y abrigados protegidos de corrientes aire frío que suelen presentarse especialmente en las horas de la madrugada, pues se requiere que la temperatura se eleve y sea constante, para garantizar un proceso de fermentación completo.

- **Remoción**

Las almendras deben permanecer sin ser removidas, durante las primeras 36 horas, tiempo que dura la fase de fermentación anaeróbica; luego, es necesario voltear la masa de cacao diariamente, es decir, cada 24 horas, para permitir la liberación del CO₂ generado en el proceso y que su lugar sea ocupado por aire con oxígeno que garantice el proceso de oxidación.

El tiempo de fermentación debe ser de 5 a 6 días, o de 120 a 144 horas contadas a partir del depósito del grano en los recipientes.

- **Secado**

Para que el producto pueda ser almacenado, con la seguridad de que no se afectará por causa del ataque de hongos, es necesario acondicionar su humedad a un contenido de agua cercano a 7%. De otro lado, debe tenerse en cuenta, que durante el proceso de secado del grano continúa el desarrollo de algunos de los procesos de transformación física y química, los cuales no alcanzan a completarse mientras el producto están en la pila de la fermentación. Durante esta etapa se termina la oxidación y transformación de los polifenoles desapareciendo por completo el color violeta de las almendras, con lo que el grano se torna totalmente marrón, generando las características organolépticas deseables.

El secado se realiza en patios pavimentados o en pequeños invernaderos adaptados y con constantes remoción del grano con palas de madera para lograr un secado uniforme.

- **Selección, clasificación, almacenado y encostalado**

Los granos secos se deben seleccionar para eliminar la tierra, las partículas sueltas de la cáscara de la semilla y los granos quebrados, para ello se emplean una serie de mallas dispuestas en serie y los granos pasan a través de ellas, unas corrientes de aire caliente eliminan las impurezas. Existen normas que se aplican a los granos de cacao o almendras para tipificarlos según su calidad, para esto se toma una muestra de cacao al alzar y se cortan los granos longitudinalmente. Los factores que determinan la calidad del cacao pueden agruparse en factores de la herencia, del ambiente y del beneficio (fermentación y secado).

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

Cuadro 30**Características del grano**

Almendra seca bien fermentada	Almendra seca sin fermentar o mal fermentada
Hinchada o más gruesa	Más bien aplanada
La cáscara se separa fácilmente	Por lo general es difícil separar la cáscara
Color marrón o chocolate	Color violáceo en su interior o blanquecino
Naturaleza quebradiza	Naturaleza compacta
Sabor medianamente amargo	Sabor astringente
Aroma agradable	Aroma desagradable

1. Diagrama de flujo

Gráfico 22

Diagrama de flujo



Fuente: MAGAP
Elaborado: Las autoras

4.3.2. Distribución de la planta

1. Infraestructura física

- **Terreno**

El terreno para el proyecto consta de 5 Ha destinadas a la siembra del cacao y en centro de acopio donde se realizará las actividades de fermentación, secado empacado y almacenamiento.

- **Edificio**

La distribución de la planta será: área de oficina, baños, vestidores, área de producción conformada por áreas de fermentación, área de secado, área de empaque y área de almacenamiento y parqueadero. (Ver anexo de diseño de la planta)

Cuadro 31

Área de la planta

AMBIENTES	ÁREA (m ²)
Almacén de materia prima	20,00
Área de proceso	150,00
Oficinas administrativas	24,00
Área de vestidores.	12,00
Servicios higiénicos	10,00
Zona de parqueo	50,00
TOTAL	266 m²

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado por: Las Autoras

La descripción de la planta se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 32**Distribución de la planta**

Nº	SECCIÓN / ÁREA	ACTIVIDADES, MATERIALES Y / O EQUIPO
1	Área de materia prima	Es el lugar que servirá para ubicar el cacao que llegan desde los campos de cultivo las mismas permanecerán por cortos periodos de tiempo ya que tienen que ingresar a proceso.
2	Procesamiento	Aquí se realizará el acondicionamiento de las cacao, fermentación, secado, selección, limpieza y empacado en la cual se seguirá todos los pasos indicados en los diagramas de flujo y se contará con los equipos requeridos.
3	Oficinas Administrativas	Se contará con oficinas para la gerencia de producción, comercialización y contabilidad.
4	Área de vestidores	Se destinará un espacio para que los trabajadores puedan vestirse adecuadamente antes de manipular el producto.
5	Servicios Higiénicos	Constará con ambientes adecuados para servicios higiénicos, tanto para el personal administrativo como para el de planta.
6	Zona de Cague y descargue	Se contará con un acceso para camiones para el descargue de materia prima y cargue del producto final.

Fuente: Equipo de Trabajo
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 33**Resumen de infraestructura**

Detalle	Unidad	Área	Valor
Terreno	Has	5	10000
Construcción	m2	266	7980
Total			17980

Fuente: Equipo de Trabajo
Elaborado por: Las autoras

4.3.3. Maquinaria y equipo

Para el proyecto del cacao, se utilizará equipó tanto para el cultivo como para el proceso de pos cosecha. Ver Cuadro.

El sistema de riego está conformado por aspersores, collarín y poli tubo, el principio de funcionamiento se basa en un ala de riego que en general posee dimensiones de uno de los lados del lote a regar. La cañería de distribución de agua actúa como eje y está sustentada por ruedas metálicas ubicadas a 12 m entre sí. En el centro del mismo se encuentra ubicado un equipo de tracción oleo hidráulico que tracciona por torsión laterales de hasta 700 m de longitud. Los traslados se efectúan sin agua y en cada posición de riego el lateral se conecta con una manguera de abastecimiento que va unida por hidrantes a la cañería madre con una eficiencia de 80 % y una vida útil de 10 años.

Cuadro 34

Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Capacidad	Costo unitario	Total	Proveedor	
Producción						
Sistema de riego	5	700 m	350	1750	Comercializadoras de productos agrícolas del sector	
Bomba de fumigación	1	25 lt	200	200		
Equipo para siembra (pala, picos, aporques)	5	unidad	50	250		
Equipo para manejo de cultivo (podadoras, machetes)	5	unidad	25	125		
Equipo para cosecha (tijeras)	5	unidad	15	75		
Auxiliares						
Carretillas	1	unidad	150	150		
Mesa de selección	1	unidad	200	200		
Afilador de machetes	1	unidad	30	30		
Equipo comercialización						
Balanza qq	1	qq	300	300		
TOTAL				3080		

Elaborado por: Las autoras

4.3.4. Equipo de oficina

El equipo de oficina está considerado lo necesario para utilizar en el proyecto, y el proveedor es todos los centros comerciales de equipos de informática y oficina de la zona.

Cuadro 35

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio	
		Unitario	Precio total
Computadora	1	300	300
Impresora	1	150	150
Teléfono	1	10	10
Escritorio	1	120	120
Archivadores	1	150	150
Silla giratoria	1	45	45
Varios (papeleras, calculadora, basureros)	1	25	25
Total			800

Elaborado por: Las autoras

4.3.5. Vehículo

El inversionista dispone de una camioneta Mazda, con un valor de 8.000 USD., en la cual se transportara la materia prima, insumos, materiales y producto necesarios para el funcionamiento del proyecto.

4.3.6. Requerimiento de materia prima e insumos (Materiales Directos)

Las plantas de cacao, plátano y laurel están considerada solo para el primer año ya que en adelante solo se las mantienen; el proyecto será para 5 años puesto que la producción inicia desde el segundo y hasta el quinto año se incrementa; para luego mantenerse hasta el décimo año, considerando que con un buen manejo la vida útil del cultivo es 20 años.

Cuadro 36**Materia prima e insumos**

Producto	N° / Ha	Unidad	Valor unitario USD	Valor para 5 Has
Plantas de cacao	1000	unidad	0,5	2500,00
Plantas de plátano	1000	unidad	0,3	1500,00
Plantas de laurel	100	unidad	0,75	375,00
Total				4375,00

Elaborado por: Las autoras

4.3.7. Requerimientos de materiales indirectos

Los materiales indirectos son aquellos que no son parte del producto, pero son necesarios para su producción y presentación y son los siguientes:

Cuadro 37**Requerimientos de Materiales Indirectos**

Producto	Cantidad/Ha	Unidad	Valor unitario	Valor anual USD
Abono	1	qq	90	450,00
Urea	2	qq	80	800,00
Mata malezas	1	galones	80	400,00
Costales	250	unidades	0,25	312,50
Total				1962,50

Elaborado por: Las autoras

4.3.8. Requerimiento de mano de obra**1. Mano de obra directa**

La mano de obra directa está dada por los agricultores que van a trabajar en el cultivo, requiriéndose 2 obreros fijos que realizarán actividades de mantenimiento del suelo, mantenimiento del cultivo, cosecha y pos cosecha, a los cuales se les pagará el sueldo básico más beneficios de ley.

Cuadro 38**Mano de obra directa**

Detalle	Cantidad	Valor unitario USD	Valor año (más beneficios de ley)
Obreros	2	354	11017.19

Elaborado por: Las autoras

2. Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta es el técnico del MAGAP, quien realizará visitas trimestrales a la finca para asesorar y dirigir las actividades de manejo del cultivo; y por ser un ente del estado y que está a cargo del programa del fortalecimiento de la cadena del cacao esta actividad no representa un rubro para el inversionista.

4.3.9. Inversiones diferidas

Corresponden a los costos que no son tangibles pero que son indispensables para el funcionamiento del proyecto, siendo los costos por la elaboración del proyecto y por la organización y legalización de la empresa.

Cuadro 39**Inversiones diferidas**

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Estudio de pre inversión	1	1000	1000
Gastos de constitución	1	500	500
Total			1500

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Resumen de la inversión

La inversión para el proyecto es de 55941.16 USD americanos, en la que consta el valor del terreno y demás activos fijos más las inversiones diferidas y el capital de trabajo el mismo que está considerado para un año, puesto que el cacao empieza a producir al segundo año de instalado el proyecto pero el plátano al primer año, y además iniciada la producción se espera tener una rotación del capital y las ventas trimestralmente. Considerando que el inversionista ya cuenta con el terreno y el vehículo.

Cuadro 40

Resumen de inversiones

Activos fijos netos	Total
Maquinaria y equipo	3080,00
Vehículo	8000,00
Terreno	10000,00
Obras civiles	7980,00
Equipo de oficina	800,00
Activos diferidos	
Inversiones diferidas	1500,00
Subtotal	31360,00
CAPITAL DE TRABAJO	24581,16
Total	55941,16

Elaborado por: Las autoras

5.2. Ingresos

En el presente proyecto se utiliza los siguientes datos que se exponen a continuación:

Precio del cacao por quintal es de \$ 145,00 el cacao nacional (fino aroma).

Precio por racimo de plátano es de \$ 4,00

El proyecto financieramente está considerado para 5 años, pero es necesario aclarar que la producción de cacao inicia desde el segundo año de haber realizado la siembra con 25 qq/ha según fuentes del MAGAP y hasta el quinto año se incrementa; para posteriormente mantenerse hasta el décimo año, considerando que con un buen manejo la vida útil del cultivo es 25 a 30 años, por lo que el proyecto puede tener mayor duración en el tiempo.

Además el cultivo de cacao requiere sombra por lo que se tendrá una plantación de plátano que cumplirá con la función de dar sombra al cacao, pero a la vez existirá producción desde el primer año con ingresos económicos que ayudan a la rentabilidad del proyecto. (Ver acápite 7 del capítulo 4.1.1)

Adicionalmente se muestra la tabla con los ingresos del café y del plátano. (La producción está en base a datos del MAGAP).

Cuadro 41

Presupuesto de ingresos

PRODUCTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cacao en grano	0,00	0,00	18125,00	18125,00	23925,00	36250,00
Plátano	0,00	16000,00	18000,00	22000,00	22000,00	18000,00
Liquidación del proyecto						50000,00
INGRESO TOTAL	0,00	16000,00	36125,00	40125,00	45925,00	104250,00

Elaborado por: Las autoras

5.3. Egresos

5.3.1. Costo de producción

- **Materia prima**

Las plantas de cacao, plátano y laurel están considerada solo para el primer año ya que en adelante solo se las mantienen; el proyecto está calculado para 5 años puesto que la producción inicia desde el segundo y hasta el quinto año se incrementa; para luego mantenerse hasta el décimo año, considerando que con un buen manejo la vida útil del cultivo es 20 años.

Para los insumos se consideró un incremento de los precios del 3% por año, de acuerdo a la inflación promedio que presenta el país en los últimos años. (Esto también aplica para el resto de costos)

Cuadro 42

Costos de materia prima e insumos

Producto	N° / Ha	Unidad	Valor unitario USD	Valor para 5 Has	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Plantas de cacao	1000	unidad	0,5	2500,00	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Plantas de plátano	1000	unidad	0,3	1500,00	1500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Plantas de laurel	100	unidad	0,75	375,00	375,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total				4375,00	4375,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Elaborado por: Las autoras									

- **Mano de obra directa**

La mano de obra directa está dada por los agricultores que van a trabajar en el cultivo, requiriéndose 2 obreros fijos que realizarán actividades de mantenimiento del suelo,

mantenimiento del cultivo, cosecha y pos cosecha, a los cuales se les pagará el sueldo básico más beneficios de ley. El incremento de sueldos para cada año está al 5%

Cuadro 43

Mano de obra directa

COSTOS DE PERSONAL PARA PRODUCCION (anuales)

5% incremento anual

SUELDOS Y SALARIOS(COSTOS FIJOS DE PRODUCCION)				ANOS						
CANT.	CARGO	Valor Unit.	Valor Mes	1	2	3	4	5	TOTAL	
2	Subtotal personal produccion	354,00	708,00	8.496,00	8.920,80	9.366,84	9.835,18	10.326,94	46.945,76	
	Fondos de Reserva		8,33%	-	743,10	780,26	819,27	860,23	3.202,87	
2	(+) Decimo Cuarto	354,00	708,00	708,00	743,40	780,57	819,60	860,58	3.912,15	
	(+) Decimo Tercero	-	708,00	708,00	743,40	780,57	819,60	860,58	3.912,15	
TOTAL			2.124,08	9.912,00	11.150,70	11.708,24	12.293,65	12.908,33	57.972,92	
(+)			Aporte patronal IESS	11,15%	1.105,19	1.243,30	1.305,47	1.370,74	1.439,28	6.463,98
(-)			Descuento empleados IESS	9,35%	926,77	1.042,59	1.094,72	1.149,46	1.206,93	5.420,47

TOTAL SUELDO A PAGAR	8.985,23	10.108,11	10.613,52	11.144,19	11.701,40	52.552,45
TOTAL IESS A PAGAR	2.031,96	2.285,89	2.400,19	2.520,20	2.646,21	11.884,45

TOTAL COSTO DE PERSONAL DE PRODUCCION	11.017,19	12.394,01	13.013,71	13.664,39	14.347,61	64.436,90
--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaborado por: Las autoras

- **Materiales indirectos**

Los materiales indirectos son aquellos que no son parte del producto, pero son necesarios para su producción y presentación y son los siguientes. (Se consideró un incremento de los precios del 3% por año, de acuerdo a la inflación promedio que presenta el país en los últimos años.)

Cuadro 44**Requerimientos de materiales indirectos**

Producto	Cantidad/Ha	Unidad	Valor unitario	Valor anual USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Abono	1	qq	90	450,00	450,00	463,50	463,91	477,42	478,23
Urea	2	qq	80	800,00	800,00	824,00	824,72	848,74	850,18
Mata malezas	1	galones	80	400,00	400,00	412,00	424,36	437,09	450,20
Costales	250	unidades	0,25	312,50	312,50	321,88	331,53	341,48	351,72
Total				1962,50	1962,50	2021,38	2044,52	2104,73	2130,33

Elaborado por: Las autoras

- **Materiales y servicios**

En este acápite se demuestra los costos por materiales auxiliares de seguridad y los servicios de agua, luz.

Cuadro 45**Materiales y servicios**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proceso					
Gorras	30	30,30	30,60	30,91	31,22
Guantes	4	4,04	4,08	4,12	4,16
Botas plásticas	90	90,90	91,81	92,73	93,65
Auxiliar de proceso		0,00	0,00	0,00	0,00
Kavetas	100	101,00	102,01	103,03	104,06
Seguridad		0,00	0,00	0,00	0,00
Extintor y caja de h	30	30,30	30,60	30,91	31,22
Botiquin	10	10,10	10,20	10,30	10,41
Equipo de limpieza		0,00	0,00	0,00	0,00
Escobas	2	2,02	2,04	2,06	2,08
Recogedores de basura	1,5	1,52	1,53	1,55	1,56
Manguera con su respectivo pistón	15	15,15	15,30	15,45	15,61
Sub total	282,5	285,325	288,17825	291,060033	293,970633
Suministros y servicios					
Servicios Básicos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5-10
Agua	30,00	30,30	30,60	30,91	31,22
Energía eléctrica	60,00	60,60	61,21	61,82	62,44
Sub Total	90	90,9	91,81	92,73	93,65
Total	372,50	376,23	379,99	383,79	387,62

Elaborado por: Las autoras

- **Depreciaciones**

La depreciación está calculada en base a la vida útil de cada rubro, así para la maquinaria y equipo 10 años, obra civil 20 años y equipo de oficina 10 años.

Cuadro 46

Depreciaciones, mantenimiento y seguros

Detalle	Depreciación	Mantenimiento 1%	Seguros 1%
Maquinaria y equipo	308	30,8	30,8
Obra civil	899	179,8	179,8
Sub total	1207	210,6	210,6
Gastos administrativos y ventas			
Equipo de oficina	80	9	9
Subtotal	80	9	9
Total	1287	219,6	219,6

Elaborado por: Las autoras

5.3.2. Gastos de administración

Este rubro comprende un empleado con conocimientos en contabilidad que será el encargado de administrar el proyecto.

Cuadro 47

Administrador

COSTOS DE PERSONAL PARA PRODUCCION (anuales)

5% incremento anual

SUELDOS Y SALARIOS(COSTOS FIJOS DE PRODUCCION)				ANOS					
CANT.	CARGO	Valor Unit.	Valor Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
1	Subtotal personal administracion	354,00	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47	23.472,88
	Fondos de Reserva		8,33%	-	371,55	390,13	409,64	430,12	1.601,43
1	(+) Decimo Cuarto	354,00	354,00	354,00	371,70	390,29	409,80	430,29	1.956,07
	(+) Decimo Tercero	-	354,00	354,00	371,70	390,29	409,80	430,29	1.956,07
	TOTAL		1.062,08	4.956,00	5.575,35	5.854,12	6.146,82	6.454,17	28.986,46
	(+) Aporte patronal IESS		11,15%	552,59	621,65	652,73	685,37	719,64	3.231,99
	(-) Descuento empleados IESS		9,35%	463,39	521,30	547,36	574,73	603,46	2.710,23

TOTAL SUELDO A PAGAR	4.492,61	5.054,06	5.306,76	5.572,10	5.850,70	26.276,23
TOTAL IESS A PAGAR	1.015,98	1.142,95	1.200,09	1.260,10	1.323,10	5.942,22

TOTAL COSTO DE PERSONAL DE PRODUCCION	5.508,59	6.197,00	6.506,85	6.832,20	7.173,81	32.218,45
--	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------

Elaborado por: Las autoras

5.3.3. Gasto de ventas

En el cuadro se presenta los gastos de venta en los mismos que no se considera sueldo del vendedor ya que esta actividad la realizará el administrador, pero si se registra los gastos por el transporte.

Cuadro 48

Gastos por transporte

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
Mantenimiento	75,00	77,25	79,57	81,95	84,41
Total	315,00	324,45	334,18	344,21	354,54

Elaborado por: Las autoras

5.4. Presupuesto de egresos

El cuadro muestra los costos directos e indirectos de producción y gastos para el proyecto, considerando también el mantenimiento, seguro y depreciaciones de los activos fijos.

Cuadro 49**Presupuesto de egresos**

PERIODO	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION					
Mano de obra directa	11.017,19	12.394,01	13.013,71	13.664,39	14.347,61
Materiales directos	4.375,00	-	-	-	-
Subtotal	15.392,19	12.394,01	13.013,71	13.664,39	14.347,61
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION					
Costos que representan desembolso					
Mano de obra indirecta	-	-	-	-	-
Materiales indirectos	1.962,50	2.021,38	2.044,52	2.104,73	2.130,33
Suministros y servicios	372,50	376,23	379,99	383,79	387,62
Mantenimiento y seguros	421,20	421,20	421,20	421,20	421,20
Imprevistos 2%	55,12	56,38	56,91	58,19	58,78
Parcial	2.811,32	2.875,18	2.902,62	2.967,91	2.997,94
Costos que no representan desembolsos					
Depreciaciones	1.207,00	1.207,00	1.207,00	1.207,00	1.207,00
Subtotal	4.018,32	4.082,18	4.109,62	4.174,91	4.204,94
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gastos que representan desembolsos					
Remuneraciones	5.508,59	6.197,00	6.506,85	6.832,20	7.173,81
Gastos de Oficina	10,00	10,30	10,61	10,93	11,26
Mantenimiento y seguros	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Otros (teléfono) internet	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
Imprevistos 2%	117,75	117,75	117,75	117,75	117,75
Parcial	6.005,35	6.704,85	7.026,14	7.363,26	7.717,00
Gastos que no representan desembolsos					
Depreciaciones	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Subtotal	6.085,35	6.784,85	7.106,14	7.443,26	7.797,00
GASTOS DE VENTAS					
Gastos que representan desembolsos					
Comisión sobre ventas 5%	-	-	-	-	-
Propaganda y publicidad	50,00	50,50	51,01	51,52	52,03
Transporte	315,00	324,45	334,18	344,21	354,54
Imprevistos 2%	7,30	7,37	7,45	7,52	7,60
Subtotal	372,30	382,32	392,64	403,25	414,16
TOTAL	25.868,16	23.643,36	24.622,10	25.685,80	26.763,71
Total sin depreciaciones	24581,1579	22356,3599	23335,0971	24398,8017	25476,7118

Elaborado por: Las autoras

5.5. Estado de situación inicial

El estado demostrará la situación inicial con la que el inversionista inicia el proyecto, teniendo como activos todos los bienes, valores y servicios que posee la empresa al iniciar un negocio nuevo, y como pasivos todas las obligaciones que la empresa adquiera mismas que para esta actividad iniciará con capital propio, pues el terreno y el carro ya los posee.

Cuadro 50

Estado de situación inicial

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		24.581,16	PASIVOS LARGO PLAZO		0,00
Capital de trabajo	24.581,16			0,00	
Propiedad, planta y equipo (ACTIVOS FIJOS)		31.360,00			
Maquinaria y equipo	3.080,00		Total de pasivo		0,00
Vehículo	8.000,00		Patrimonio		55.941,16
Terreno	10.000,00				
Obras civiles	7.980,00				
Equipo de oficina	800,00				
Activos diferidos	1.500,00				
TOTAL ACTIVOS		55.941,16	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		55.941,16

Elaborado por: Las autoras

5.6. Estado de resultados

El estado de resultados demuestra al primer año una utilidad negativa, esto se debe a que el cultivo de cacao empieza a producir a partir del segundo, sin embargo el plátano ya tiene una

producción que contribuye a los ingresos del proyecto. Además las utilidades para los trabajadores se ha considerado en un 5%, ya que se espera reinvertir en mejoras de la propiedad y el proyecto, y no se ha considerado pagos de impuestos ya que por ser el grano de cacao materia prima no paga IVA, y el impuesto a la renta está cubierto por las gastos que representa el manejo del cultivo.

Cuadro 51

Estado de resultados

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	16.000	36.125	40.125	45.925	149.250
GASTOS OPERACIÓN	19.411	16.476	17.123	17.839	18.553
GASTOS ADMINISTRACION	6.085	6.785	7.106	7.443	7.797
GASTOS VENTAS	372	382	393	403	414
UTILIDAD OPERATIVA	-9.868	12.482	15.503	20.239	122.486
UTILIDAD DEL PERIODO	-9.868	12.482	15.503	20.239	122.486
PARTIC. TRABAJADORES 15%	0,00	0,00	0,00	0,00	18372,94
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	-9.868	12.482	15.503	20.239	104.113
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	-2.467	3.120	3.876	5.060	26.028
UTILIDAD DESPUES IMPUESTOS	-7.401	9.361	11.627	15.179	78.085
DEPRECIACIONES	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287
UTILIDAD NETA	-6.114	10.648	12.914	16.466	79.372
PORCENTAJE/ VENTAS	-38,21	29,48	32,18	35,85	53,18

Elaborado por: Las autoras

5.7. Flujo de caja

El flujo de caja demuestra al primer año la inexistencia de utilidad, esto se debe a que el cultivo de cacao empieza a producir a partir del segundo año, sin embargo a partir de este año se incrementa debido a que el cultivo empieza a escalar su producción hasta llegar al quinto año

donde se estabiliza. Asimismo al quinto año se incrementa los ingresos por la liquidación del proyecto.

Cuadro 52

Flujo de fondos

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		16000,00	36125,00	40125,00	45925,00	54250,00
Liquidación del proyecto						95000,00
EGRESOS						
Costos de operación y mantenimiento		24.581,16	22.356,36	23.335,10	24.398,80	25.476,71
Depreciación		1.287,00	1.287,00	1.287,00	1.287,00	1.287,00
Utilidad antes de participación de impuestos		-9868,16	12481,64	15502,90	20239,20	122486,29
Participación a trabajadores		0,00	0,00	0,00	0,00	18372,94
Impuesto a la renta		-2.467	3.120	3.876	5.060	26.028
Utilidad neta		-7401,12	9361,23	11627,18	15179,40	78085,01
Depreciación		1.287,00	1.287,00	1.287,00	1.287,00	1.287,00
Inversión	55941,16					
Flujo de fondos netos	-55941,16	(6.114,12)	10.648,23	12.914,18	16.466,40	79.372,01

Elaborado por: Las autoras

5.8. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad de una inversión es el costo de una inversión que no se realiza calculado a partir de la utilidad que se espera según los recursos invertidos, se mide por la rentabilidad esperada de los fondos invertidos en el proyecto; en este caso al invertir los **55941,16** dólares en el cultivo de cacao es mejor que rentar el terreno, ya que la utilidad neta para el segundo año es de 10648 USD versus si se lo rentara a 100USD la hectárea con un total de 500 USD anuales.

5.9. Evaluación financiera

5.9.1. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es el valor actual de los flujos futuros de efectivo descontados a determinada tasa, y si este es positivo (mayor que cero) nos indica que el proyecto generará riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto

El valor actual neto para este proyecto es de \$ **11.783,07**, siendo un rubro positivo y rentable en términos monetarios a tiempo real, es decir se recupera la inversión, se obtiene el retorno que se buscaba al establecer la tasa (12%) y además alcanza un remanente sobre el retorno requerido.

La fórmula y proceso empleado fue:

$$VAN = - I + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

En donde:

FNE: representa los flujos de caja en cada periodo.

I: es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n: es el número de períodos considerado.

i: tasa de descuento

$$VAN = -55941,16 + [(-6114.12/(1.12)^1 + 10648.23/(1.12)^2 + 12914.18/(1.12)^3 + 16466.4/(1.12)^4 + 79372.01/(1.12)^5]$$

$$VAN = -55941,16 + 67724.23$$

VAN = 11783.07

Cuadro 53

Valor actual neto

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 12%
0	-55.941,16	
1	-6114,12	-5.459,03
2	10.648,23	8.488,70
3	12.914,18	9.192,06
4	16.466,40	10.464,69
5	79.372,01	45.037,81
TOTAL		67.724,23
VAN		11.783,07

Elaborado por: Las autoras

5.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados generados por una inversión en términos relativos, es decir en porcentaje; para este proyecto es del 16.84%, es decir mayor al 7% que es la tasa que los bancos pagan a depósitos fijos; por lo que el proyecto es rentable financieramente.

Las fórmulas y procesos empleados fueron:

$$TIR = VAN = -I + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

En donde:

FNE: representa los flujos de caja en cada periodo.

I: es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n: es el número de períodos considerado.

i: tasa de descuento

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

TIR = 16.84%

Cuadro 54

Tasa interna de retorno financiera

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 12%	FL ACTUAL 16,84%
0	-55.941,16		
1	-6.114,12	-5.459,03	-
2	10.648,23	8.488,70	5232,89833
3	12.914,18	9.192,06	7799,99512
4	16.466,40	10.464,69	8096,40259
5	79.372,01	45.037,81	8835,52653
TOTAL	0,00	67.724,23	36451,0153
VAN		11.783,07	8,88

Elaborado por: Las autoras

5.9.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio para el segundo año es de 10206.61 USD, es decir que el inversionista debe vender como mínimo 70 quintal de cacao en grano al año para cubrir los costos de operación del proyecto.

Se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Punto de equilibrio en USD= 10206.61 Uds.

$$PE. Unidades = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PV_u}$$

Punto de equilibrio en qq= 70

Cuadro 55

Punto de equilibrio

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE					
Materiales directos	4375,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mano de obra directa	11017,19	12394,01	13013,71	13664,39	14347,61
Sub total	15392,19	12394,01	13013,71	13664,39	14347,61
COSTO FIJO					
Gastos administrativos	6005,35	6704,85	7026,14	7363,26	7717,00
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	6005,35	6704,85	7026,14	7363,26	7717,00
COSTOS TOTALES	21397,53	19098,86	20039,84	21027,65	22064,61
VENTAS TOTALES	16000,00	36125,00	40125,00	45925,00	104250,00
PUNTO DE EQUILIBRIO USD	158084,30	10206,61	10398,76	10482,06	8948,56

Elaborado por: Las autoras

5.9.4. Relación beneficio-costo

El beneficio costo es de 2,15 es decir mayor a 1, por lo que el proyecto es viable al genera aportes económicos y trabajo en el sector. La fórmula que se utilizo fue:

B/C = Ingresos actualizados/ Costos actualizados

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

B/C = Relación Beneficio / Costo

V_i = Valor de la producción (beneficio bruto)

C_i = Egresos ($i = 0, 2, 3, 4, \dots, n$)

i = Tasa de descuento 12%

Cuadro 56

Cálculo beneficio-costo

CONCEPTO	AÑOS						Sumatoria
	0	1	2	3	4	5	
INGRESOS	0	1	2	3	4	5	
Ingresos actualizados	0	14285,7143	28798,6288	28560,1824	29186,1678	84688,4582	185519,15
Costos actualizados	55941,16	21947,46	17822,35	16609,46	15505,88	14456,17	86341,3268
B/C=	2,15						

Elaborado por: Las autoras

5.9.5. Recuperación de la inversión

La recuperación de la inversión de acuerdo a la inversión y el flujo neto será a los 4 años de iniciado el proyecto.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATEGICA

6.1. La Empresa

6.1.1. Nombre o razón social

EL CACAO LIVE

El nombre de la empresa ha sido propuesto con la finalidad de ser identificado por los consumidores de la fruta, debido a que expresa el nombre del producto y la relevancia del cacao en el consumo diario de la gente.

6.1.2. Titularidad de propiedad de la empresa

La empresa estará a nombre de tres inversionistas miembros de la familia, con un porcentaje de participación de 34% uno y los dos restantes con 33% cada uno.

6.1.3. Tipo de empresa (sector actividad)

La empresa será legalizada como Compañía De Responsabilidad Limitada, ya que de acuerdo a la Superintendencia de Compañías es la única que permite iniciar con tres socios, pues las otras organizaciones tienen como requisito un número mayor de socios y de capital.

6.2. Base filosófica

6.2.1. Misión

“Producir y comercializar el cacao de mejor calidad y PROMOVER EL DESARROLLO Y EL CRECIMIENTO agrícola de la zona de lita, entregando al mercado una fruta que cumpla CON LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR.”

6.2.2. Visión

“Seremos PARA EL AÑO 2020 Considerados LA EMPRESA LÍDER EN EL CULTIVO Y COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL NORTE DEL PAÍS”

6.2.3. Políticas de la empresa

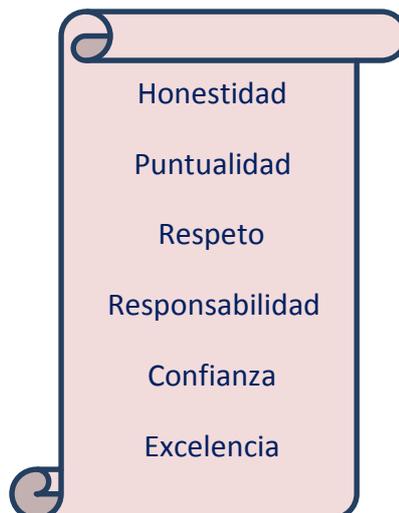
- Los inversionistas velarán por el desarrollo constante de la empresa
- Todos los empleados recibirán capacitación continua
- La atención personalizada a nuestros clientes y servicio de calidad será la prioridad.
- El pago, la puntualidad y el respeto a proveedores
- Se reconocerá los esfuerzos que presente los trabajadores en beneficio de mejoras para la empresa.
- Se brindara un ambiente laboral cómodo, y seguridad laboral para que el trabajador pueda desenvolverse sin ningún problema en su puesto de trabajo.
- Se cumplirá un horario de trabajo de ocho horas laborables, la entrada será 7:00 y la salida 4:00, considerando una hora para el almuerzo.

6.2.4. Principios y valores

1. Principios:

- **Integridad y justicia:** Se actuara con integridad ante la responsabilidad que demuestren cada uno de los trabajadores.
- **Trabajo en equipo:** Sera uno de los principios importantes el trabajar en equipo para alcanzar las metas de la empresa.
- **Mejora continua:** El mejoramiento siempre estará en primera instancia, porque se pretende alcanzar un posicionamiento en el mercado.
- **Buscar siempre el mayor nivel de calidad:** Se mantendrá una búsqueda constante para mejorar el nivel de calidad en la producción y comercialización del producto.
- **Disposición al Cambio:** Ante los diferentes escenarios que se encuentren en el mercado, la empresa estará dispuesta al cambio para mejorar.

2. Valores:



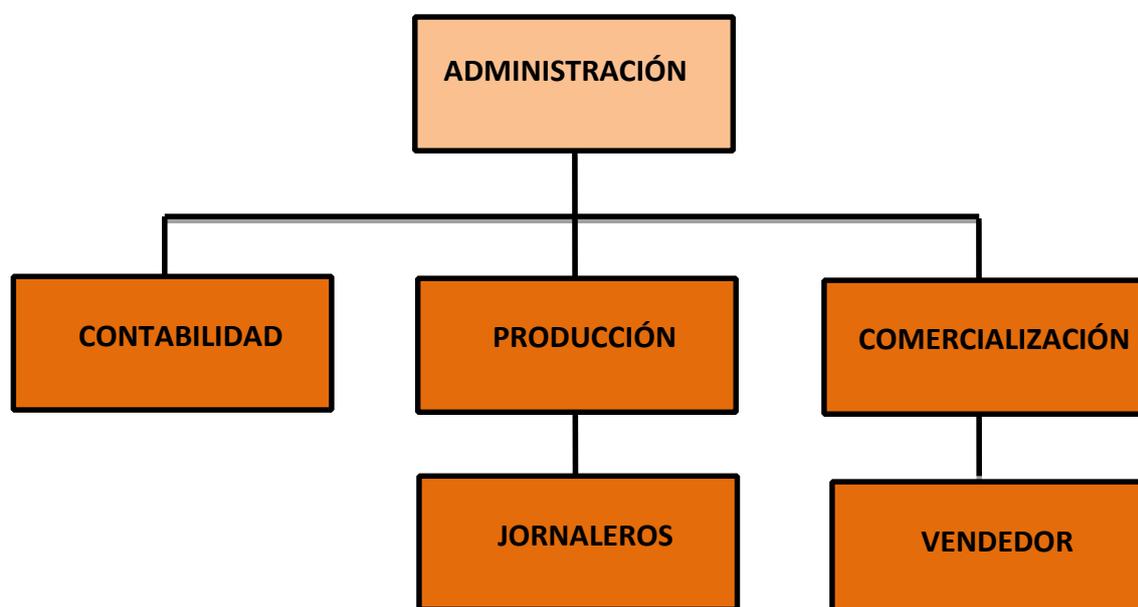
6.3. La Organización

6.3.1. Organigrama estructural

La estructura organizacional presenta los cargos y funciones de los empleados que deben desempeñar dentro de la empresa.

Gráfico 23

Organigrama estructural empresa CACAO LIVE



Elaborado por: Las autoras

6.3.2. Descripción de funciones

En este punto se realiza el detalle del cargo y funciones que desempeña cada trabajador dentro de la microempresa, aunque en un principio solo se contará con un administrador que realizará las funciones de administración, contabilidad y ventas y la colaboración de dos agricultores.

1. Administrador

Objetivo: El administrador tiene como objetivo administrar y sacar adelante a la empresa.

Perfil

- Liderazgo.
- Trabajo bajo presión.
- Buen manejo de relaciones humanas

Funciones:

- Planificar, organizar y ejecutar las actividades que se deben desarrollar en la microempresa.
- Verificar los estados financieros que presenta el contador y dar su aprobación.
- Establecer los objetivos organizacionales, metas parámetros, políticas que se deberán cumplir.
- Dirigir y motivar a empleados a través de los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.
- Controlar las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo de acuerdo a lo planificado.
- Presentar informes y análisis financieros a los socios de la microempresa.
- Velar que se cumplan efectivamente los objetivos en el tiempo previsto.

Requisitos:

- **Título:** Ing. Administración de Empresas.
- **Experiencia:** 2 años de experiencia como gerente.
- **Formación:** Planeación estratégica, Procesos de administrativos, desarrollo organizacional.

2. Contador

Objetivo. El contador se encarga de la parte contable de la empresa dando a conocer las condiciones económicas.

Perfil

- Agilidad de pensamiento
- Estudios en contabilidad
- Conocimiento leyes tributarias.

Funciones:

- Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.
- Llenar y enviar formularios de compensación a todos los trabajadores en fechas designadas.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.
- Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno que sea necesario
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información.

- Realizar y presentar las declaraciones tributarias en las fechas prevista para evitar multas tributarias.
- Preparar y certificar los estados financieros al final del periodo económico con sus respectivas notas explicativas.

Requisitos:

- **Título:** Ing. Contabilidad y Auditoría CPA.
- **Experiencia:** 2 años de experiencia
- **Formación:** Desarrollo organizacional, Paquetes informáticos, tributación, contabilidad.

3. Jefe de producción

Objetivo. El jefe de producción se responsabiliza del manejo productivo.

Perfil

- Manejo de recursos agrícolas □ Excelentes conocimientos.
- Buenas relaciones humanas.
- Identificación de problemas agrícolas

Funciones:

- Realizar informes sobre las actividades productivas que se han realizados durante su proceso.
- Controlar el proceso productivo de la frambuesa en la aplicación de técnicas.
- Aplicar estrategias de minimización de costos de producción.

- Preparar y presentar el presupuesto que necesita el departamento de producción para dar inicio con las actividades.
- Calificar al personal idóneo para el trabajo de campo.
- Realizar el mantenimiento previo a las instalaciones que se encuentren a su cargo.

Requisitos:

- **Título:** Ing. Agrónomo
- **Experiencia:** 2 años de experiencia
- **Formación:** Planeación estratégica, Desarrollo organizacional, trabajo en equipo, fruticultura

4. Jornalero

Objetivo. Es la persona que se encarga de las labores agrícolas

Perfil

- Conocimientos básicos en la agricultura Buenas relaciones humanas

Funciones:

- Estar pendiente de las necesidades que presente en las labores agrícolas.
- Realizar la recolección del fruto de acuerdo a las ordenanzas descritas
- Aplicar las técnicas descritas por el técnico agrónomo
- Informar cualquier anomalía que se presente en el cultivo
- Cuidar que la producción se encuentre libre de plagas y enfermedades

- Asegurarse que la aplicación de insumos agrícolas sea la correctamente
- Realizar los cuidados pertinentes del producto

Requisitos:

- **Título:** No necesario
- **Experiencia:** 1 año de experiencia en actividades agrícolas
- **Formación:** Trabajo en equipo

5. Vendedor

Objetivo. El vendedor se encarga de buscar estrategias de ventas para el producto.

Perfil

- Buenas relaciones humanas.
- Conocimientos básicos del producto Analista del Mercado

Funciones:

- Mantener continuo contacto con el cliente mediante visitas periódicas.
- Planificar las técnicas de mercadeo que se va aplicar para la introducción del producto en el mercado
- Realizar estudios a los mercados que se relaciones con la producción y comercialización de frutas.
- Desarrollar estrategias de venta para incrementar el nivel de consumidores del producto.
- Presentar, Diseñar y controlar el presupuesto de ventas y costos asociados.

Requisitos:

- **Título:** Técnico en ventas.
- **Experiencia:** 2 años de experiencia
- **Formación:** Planeación estratégica, Procesos efectivos de ventas.

6.4. Estrategias empresariales**6.4.1. Estrategias mercadológicas de posicionamiento**

- Se establecerá un plan de mejoramiento de la calidad, para ser competitivos con productos que logren posicionamiento por sus características físicas y químicas.
- Se establecerá un plan de producción y entrega de productos, para cumplir con los clientes.
- Se establecerá un convenio de precios y entrega de productos con los centros de acopio, para asegurar la comercialización del cacao.

6.4.2. Estrategias operativas

- Plan de capacitación y asistencia técnica entre MAGAP y empleados para asegurar el manejo del cultivo.
- Se establecerá un cronograma de visitas del técnico acorde al desarrollo del cultivo.
- Se implementará un plan de incentivos a trabajadores para premiar las labores y el mejor desempeño
- Se establecerá un manual de manejo del cultivo
- Se establecerá un registro del cultivo y mejoras.

6.4.3. Estrategias financieras

- Se establecerá un plan para disminución de costos de producción.
- Se procurará tener una cartera vencida mínima.
- Se evitará la inversión de capital en rubros que no permitan la rotación de capital.
- Procurar la mayor rotación de capital para generar ingresos.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Para conocer el nivel de impacto que causará el proyecto se ha considerado aplicar la matriz de valoración, la cual permitirá conocer el efecto positivo o negativo que provocará en la zona.

Cuadro 57

Matriz de valoración de impactos

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: Las autoras

7.1. Impacto económico

Cuadro 58

Impacto económico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento empresarial						X		2
Mejoramiento competitivo						X		2
Incremento productivo						X		2
Crecimiento agrícola							X	3
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

El proyecto a realizarse genera un impacto empresarial medio positivo, porque su finalidad es seguir fortaleciendo la empresa en sectores rurales, considerando el mejoramiento competitivo a través de nuevas técnicas de producción y negociaciones, lo que permitirá el crecimiento agrícola de la zona.

7.2. Impacto social

Cuadro 59

Impacto social

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento económico							X	3
Nuevas fuentes de trabajo.						X		2
Estabilidad laboral							X	3
Eliminación de la migración						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: Las autoras

$$(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

El proyecto a realizarse presenta un nivel alto positivo, porque está encaminado a fortalecer el mejoramiento económico, a través de la creación de nuevas fuentes de trabajo, garantizando una estabilidad laboral a cada uno de los empleados, además se eliminará la migración de las personas a otras ciudades que salen en busca de trabajo.

7.3. Impacto ambiental

Cuadro 60

Impacto ambiental

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo sin tóxicos			X					-1
Producción natural					X			1
Manejo de los desechos			X					-1
Contaminación del ambiente			X					-1
TOTAL			-3		1			-2

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-2}{4}$$

$$NI = -0,5$$

ANÁLISIS:

En cuanto al impacto ambiental la microempresa presenta un nivel negativo, pero desde el inicio de las actividades se tomará en cuenta el proceso adecuado para la utilización de químicos, esto permitirá eliminar probabilidades de generar efectos negativos que vayan en contra del medio ambiente.

7.4. Impacto educativo

Cuadro 61

Impacto educativo

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimiento							X	3
Mejoramiento tecnológico						X		2
Capacitación continua						X		2
Interés por el producto							X	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{EDUCATIVO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

La creación del proyecto de producción y comercialización de cacao genera un impacto educativo medio positivo en la parroquia de Lita Ibarra, porque está encaminado a la generación de conocimientos nuevos sobre el manejo de técnicas de cultivos de frutas, a través de la capacitación continua que se brindara a trabajadores y empleados, además se despertará el interés por la producción agrícolas en la zona.

7.5. Impacto cultural

Cuadro 62

Impacto cultural

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Motivación para crear empresas						X		2
Cambio de cultivos tradicionales por parte de agricultores							X	3
Deseos de mejorar nivel de vida						X		2
Cambio de costumbres en manejo de cultivo							X	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

El proyecto a realizarse genera un impacto alto positivo, al demostrar que si se realiza cambios de cultivos por no tradicionales sin afectar al medio ambiente y se maneja técnicamente, la productividad se incrementa y por ende los ingresos económicos y se mejora el nivel de vida.

7.6. Resumen de impactos

Cuadro 63

Impacto general

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO ECONÓMICO						X		2
IMPACTO SOCIAL							X	3
IMPACTO AMBIENTAL			X					-1
IMPACTO EDUCATIVO							X	3
IMPACTO CULTURAL							X	3
TOTAL			-1			2	9	10

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = 2$$

ANÁLISIS:

Con el resultado obtenido de cada impacto analizado se determina que el proyecto a realizarse en la parroquia de Lita Ibarra, cuenta con varios aspectos positivos tanto en lo social, económico, empresarial, y educativo que representan niveles de mejoramiento para la parroquia y a sus habitantes.

En lo ambiental generará un mínimo impacto negativo al realizar las fumigaciones y en la producción de desechos propios del ejercicio del cultivo, pero para ello se aplicará un plan de mitigación ambiental considerando las siguientes acciones:

- Las fumigaciones se realizará, con químicos amigables con el medio ambiente.
- Para la eliminación de las malas hierbas se procurará hacerla en forma manual y no química.
- Para los desechos sólidos se elaborará composteras para la producción de abono orgánico.
- Se implementará instalaciones para producción de humus.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado determino que hay demanda insatisfecha en la zona siendo 44100 quintales anuales, el proyecto alcanzará un porcentaje de cobertura de 0.25% y el canal de distribución será productor-centro de acopio.
- La oferta de cacao en el área de influencia del proyecto esta representa por 10 productores con 1500 quintales al año, los cuales no abastecen la demanda local, es por tal motivo que existe producto de otras latitudes geográficas especialmente dela costa.
- El precio del cacao está determinado por la calidad, la presentación, lugar de procedencia entre otros, por tanto éste se ubica entre 131 y 145 dólares el quintal.
- El estudio técnico determinó la factibilidad del proyecto al existir disponibilidad de terreno, condiciones climáticas, equipo, mano de obra, etc en la zona de Lita; conjuntamente se concluyó que se cultivarán 5 hectáreas con un rendimiento de 25 qq/ha a partir del segundo año de haber iniciado la siembra y con incrementos de productividad hasta el quinto año donde se estabilizará.
- La tasa interna de retorno es de 16%, y un Valor actual Neto de \$ 11783,07, es decir financieramente el proyecto es factible.
- La empresa "CACAO LIVE" se legalizará en la Súper Intendencia de Compañías como "COMPAÑÍA LIMITADA" estará conformada por tres inversionistas, y un esquema organizacional de administrador, contador, jefe de producción, vendedor y obreros.
- Los impactos analizados en el proyecto determinaron que se generan efectos positivos para el entorno y para los inversionistas del proyecto, porque están encaminados a brindar un mejoramiento continuo del sector.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar de manera adecuada los recursos que dispone el sector para un mejor manejo en la producción y comercialización del cacao.
- Aprovechar todos los involucrados gubernamentales y no gubernamentales que el sector dispone para obtener beneficios encaminados a mejorar e incrementar el área de producción y garantizar el mercado.
- Elaborar y utilizar estrategias que tengan como propósito atraer a consumidores potenciales con la finalidad de captar e incrementar el nivel de venta del cacao.
- Buscar el cumplimiento constante de las políticas y reglamentos, porque son factores importantes que conllevan al desarrollo de la empresa, generando mejores resultados en las actividades.
- Vigilar que las medidas de precaución se aplique de acuerdo a lo establecido para no presentar problemas de impactos que provoquen pérdidas para la empresa y el sector.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

GPI. Agendas preliminares de intervención para las cadenas priorizadas de la provincia de Imbabura. 2010. Gobierno Provincial de Imbabura

Arboleda Vélez, German. 2001. Formulación, evaluación y control de proyectos.

Acero, L. C. (2012). Estrategias de creación empresarial. Bogotá, Colombia: Eco Ediciones.

Agro, Revista El. (2013). <http://www.revistaelagro.com/2013/03/20/el-cacao-en-la-economia-del-ecuador/>. Obtenido de <http://www.revistaelagro.com>.

Alejandro, J. (24 de Mayo de 2008). *Empresa y economía*. Obtenido de <http://www.empresayeconomia.es/planificacion/vision-y-mision-dos-conceptos-fundamentales.html>

Anecacao. (2013). *Cacao nacional*. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/cacao-nacional/>

Araujo, David. (2012). *Proyectos de Inversión: análisis, formulación y evaluación práctica*. México: Editorial Trillas, S.A.

Attanasi, A. (2007). "Chocolate: Origen e historia".

Ayala, O. (2015). *Contabilidad*. Ibarra: utn.

Baca Urbina, Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. Mac Graw Hill.

Baca Urbina, Gabriel. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Bentley, A. (28 de Abril de 2014). *El origen de los tipos de cacao*. Obtenido de <http://alicebentleychocolates.com/index.php?route=pavblog/blog&id=12>

Castro, J. (Abril de 2014). *Definición del tamaño del proyecto*. Obtenido de <http://www.fing.edu.uy/iq/cursos/proyectoindustrial/Tama%F1o+Localizacion.pdf>

Córdoba, Marcial. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. En M. CÓRDOBA. Colombia: Eco Ediciones.

Córdoba, Marcial. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. En M. Córdoba. Colombia: Eco Ediciones.

De Dios Juan. (24 de Enero de 2012). *Macro y microlocalización*. Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

De Dios, j. (24 de Enero de 2012). *Macro y microlocalización*. Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

Gabriel Baca Urbina. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Gabriel, B. U. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Hernandez Celis, Domingo. (2012). *Definición de valor actual*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos97/valor-actual-neto/valor-actual-neto.shtml>

José, A. (24 de mayo de 2008). *empresa&economía*. Recuperado el 3 de septiembre de 2014, de <http://www.empresayeconomia.es/vision-y-mision-dos-conceptos-fundamentales.html>

KOTLER, P. (2010). *Dirección del Marketing*. México.

KOTLER, Philip. (2010). *Dirección del Marketing*. México.

- Mercedes, Bravo Valdivieso. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.
- Miranda J. José. (2006). *Gestión de Proyectos*.
- Miranda, J. J. (2006). *Gestión de Proyectos* .
- Miranda, José. (2006). *Gestión de Proyectos*.
- Molina Antonio. (2007). *Contabilidad de costos*. Quito - Ecuador: Talleres gráficas de IMPRETEC.
- Molina, A. (2007). *Contabilidad de costos*. Quito - Ecuador: Talleres gráficas de IMPRETEC.
- Ortega, Alfonso. (2008). *Planificación Financiera Estratégica*.
- Premium, E. (Abril de 2013). *Definición de maquinarias y herramientas*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Maquina-Herramienta-e-Instrumentos/24729305.html>
- PromonegocioS.net. (diciembre de 2006). *Misión y Visión*. Recuperado el 3 de septiembre de 2014, de <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Ruales, Macshori. (2013). *Origen y aroma de cacao*. Quito: 1º Edición.
- Ruíz Sebastian. (2012). *Definición de proceso productivo*. Obtenido de <http://definicion.de/proceso-de-produccion>
- Ruíz, S. (2012). *Definición de proceso productivo*. Obtenido de <http://definicion.de/proceso-de-produccion>

Sierra Anrango Hernan Dario, & B. (2013). *Procesos Administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. Pearson.

Sierra Anrango, H. B. (2013). *Procesos Administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. Pearson.

Standards, International Accouting. (2009). Norma Internacional de información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades. En *Corporación de Estudios y Publicaciones*.

Val, M. (21 de Enero de 2014). *Historia del cacao, hasta convertirse en chocolate*. Obtenido de http://www.sabormediterraneo.com/gastronomia/cacao_historia.htm:
<http://www.sabormediterraneo.com/>

Vargas Belmonte, A. (2013). *Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa*. España: IC Editorial.

Zapata Pedro. (2007). *Contabilidad General*.

Zapata, P. (2007). *Contabilidad General*.

Zoilo. Pallares, D. R. (2010). *Hacer Empresa, Un Reto*. Canadá.

ANEXOS

Anexo 1: Norma INEN grano de cacao

Anexo 2: Encuesta para estudio de mercado



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE INGENIERIA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONOMICAS**

**ENTREVISTA A COMPRADORES DE CACAO EN LA PARROQUIA LITA,
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

1. ¿COMPRA USTED CACAO?

SI	
NO	

2. ¿QUÉ VARIEDAD DE CACAO COMPRA?

CCN-51	
Cacao de fino aroma(Nacional, arriba)	
Otro	

3. CÓMO LO PREFIERE COMPRAR?

Húmedo	
Seco	

4. ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA USTED EL PRODUCTO?

Todos los días	
Una vez por semana	
Cada 15 días	
Mensualmente	
otro	

5. ¿CUÁL ES EL LUGAR DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO?

Finca	
Centros de acopio	
En su empresa	
Otros	

6. ¿POR QUÉ COMPRA EN ESE LUGAR?

Precio	
Calidad	
Facilidad	
Otro	

7. ¿QUÉ CANTIDAD COMPRA MENSUALMENTE?

Entre 1 y 50 qq	
Entre 51 y 100 qq	
Entre 101 y 500 qq	
Mayor a 500 qq	
Otro	

8. ¿QUÉ VALOR PAGA POR QQ DE CACAO SECO?

Entre 100 y 120	
Entre 121 y 130	
Entre 131 y 145	
Entre 146 y 150	
Otro	

9. ¿CÓMO ES LA FORMA DE PAGO?

Contado	
Crédito	

10. ¿PODRÍA COMPRAR MÁS CACAO?

SI	
NO	

MUCHAS GRACIAS

Anexo 3 Plano de la planta



FACHADA FRONTAL DE LA PLANTA

PLANO DE IMPLANTACION

