



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA - CPA**

TITULO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA SECADORA Y COMERCIALIZADORA DE CACAO EN LA
PARROQUIA MARISCAL SUCRE”**

AUTORA:

KERLY VANESSA JIMENEZ GOYA

TUTOR:

ECON. JOSÉ DÍAZ

19 DE ABRIL DEL 2013

MILAGRO

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Estudio de factibilidad para la implantación de una secadora y comercializadora de cacao en la parroquia Mariscal Sucre”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría - CPA.**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por la Egresada:

Kerly Vanessa Jiménez Goya

C.I. 0928424670

TUTOR

Econ. José Díaz

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Kerly Vanessa Jiménez Goya egresada en la carrera de CPA, por medio de este documento, entrego el proyecto; **“Estudio de factibilidad para la implantación de una secadora y comercializadora de cacao en la parroquia Mariscal Sucre”**, del cual me responsabilizo por ser autora del mismo y tener la asesoría personal del Econ. José Díaz.

Milagro, 19 de abril del 2013

Kerly Jiménez Goya
C.I 0928424670

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA – CPA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

La presente tesis de grado se la dedico a Dios en primer lugar, por darme salud, conocimiento y sabiduría para poder terminar mi carrera.

A mis padres Oswaldo Jiménez y Ana Goya por aconsejarme y guiarme por el buen camino.

A mi esposo José Luis Chicaiza por estar siempre conmigo dándome su apoyo incondicionalmente en esta ardua tarea de aprendizaje.

A mí querida hija Dayana Chicaiza por ser mi fortaleza para enfrentar los obstáculos que se me presenta.

A mi apreciada hermana Alexandra Jiménez por haberme brindado su apoyo moral y confianza en cada paso que me he propuesto dar.

A mis dos queridos amigos Johana Flores y Freddy Llasha, por estar siempre en los momentos más difícil con una palabra de aliento y superación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por permitirme llegar a cumplir mi sueño anhelado. A mis padres por haberme dado el primer escalón para llegar a mis objetivos.

A mi esposo por la confianza depositada en mí. A mi hermana que me ha brindado su ayuda incondicional.

A mi hija por ser la razón de mi vida, que con solo su presencia mi renueva para seguir día a día.

Y a todas las personas que directa e indirectamente estuvieron presentes a lo largo de mi carrera, brindándome su apoyo cuando más lo necesitaba.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNEMI

Ciudad.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la **“Estudio de factibilidad para la implantación de una secadora y comercializadora de cacao en la parroquia Mariscal Sucre”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 19 de abril del 2013

Kerly Jiménez Goya

C.I 0928424670

RESUMEN

En la presente tesis de grado tiene como finalidad el estudio de factibilidad para la implantación de una secadora y comercializadora de cacao. Para el desarrollo de esta investigación se ha dividido en cinco capítulos en las que se detallaran: el sometimiento de los productores a realizar ventas a terceras personas por estar lejos del centro urbano, influyendo de esta manera a sus ingresos. Además de una breve reseña histórica de la transcendencia del cacao en el país. Las herramientas de investigación en este caso fue la encuesta con una muestra estratificada. Los resultados fueron analizado e interpretados mediante el programa SPSS para su mayor comprensión.

Para la propuesta de esta empresa se ha redactado una visión, misión, objetivos, políticas, publicidad y de mayor importancias un presupuesto financieros. Entre los beneficios que obtendrían los agricultores sería la de capacitaciones, las cuales le ayudaría a mejorar su producción e ingresos económicos.

Palabras clave: Comercializadora, agricultores, ingresos, cacao, producción

ABSTRACT

In the present thesis you have willingly like purpose the feasibility study for the implantation of a drier and marketer of cocoa. For the development of this investigation he has you divided in five I surrender in the ones that are detailed: The submission of the producers to accomplish sales to third persons to be far from the town center, having influence this way to his income. In addition to a brief historic review of the transcendence of the cocoa at the country. In this case the opinion poll with a stratified sample was the fact-finding tools. Results were analyzed and interpreted intervening the program SPSS for their bigger understanding.

For the proposal of this company a vision, mission, objectives, policies, publicity have been written up and of bigger importance one financial budgets. Between the benefits that the farmers would obtain it would be that of capacitations, you would help to which to improve his production and cost-reducing income.

Key words: Marketer, farmers, budgets, cocoa, production

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	2
EL PROBLEMA.....	2
1 PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	4
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3.1 Justificación de la investigación.....	5
CAPITULO II	6
MARCO REFERENCIAL.....	6
2.1 MARCO TÈORICO.....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	6
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	14
2.1.3 Fundamentación	16
2.1.4 Fundamentación Filosóficas.....	16
2.2 MARCO LEGAL.....	17
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	23
2.4. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	24
2.4.1 Hipótesis General.	24
2.4.2 Hipótesis Específica.....	24
2.4.3 Declaración de variables.....	24
2.4.4 Operación de las variables.....	25

CAPITULO III	26
MARCO METODOLOGICO.....	26
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
3.2.1 Características de la Población.....	27
3.2.2 Delimitación de la población.....	27
3.2.3 Tipo de muestra.....	27
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	27
3.2.5 Proceso de selección.	28
3.3 MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	29
3.3.1 Método Teórico.....	29
3.3.2 Técnica e instrumentos.....	29
3.3.3 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	30
CAPITULO IV	31
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	31
4.1 Análisis de la Situación Actual.....	31
4.2 Análisis Comparativo, Evaluación, Tendencia y Perspectiva.....	48
4.3 Resultados	48
4.4 Verificación de Hipótesis.....	58
CAPITULO V	59
PROPUESTA	59
5.1 Tema	59
5.2 Fundamentación	59
5.3 Justificación	62
5.4 Objetivos.....	63
5.4.1 Objetivo general.....	63
5.4.2 Objetivos Específicos	63
5.5 FODA.....	63
5.5.1 Ponderación de la Matriz FODA.....	64
5.5.2 Estrategias.....	67
5.5.3 Misión.....	68
5.5.4 Visión	68

5.5.5 Políticas de la empresa.....	68
5.5.6 Valores de la empresa.	68
5.6 Ubicación.....	69
5.7 Factibilidad	70
5.7.1 Factibilidad Administrativa.....	70
5.7.2 Factibilidad legal.....	72
5.7.3 Factibilidad presupuestaria.....	72
5.7.4 Factibilidad técnica.....	72
5.8 Descripción de la propuesta.....	73
5.8.1 Actividades	77
5.8.2 Recursos, análisis financieros	77
5.8.3 Impacto.....	88
5.8.4 Cronograma de actividades.....	89
5.8.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	90
Conclusiones.....	91
Recomendaciones.....	92
Bibliografía.....	93
Linkcografía.....	94
ANEXOS	
Anexos 1 Árbol de problemas.....	97
Anexos 2 Formato de la encuesta.....	98
Anexos 3 Formato de la entrevista.....	100
Anexos 4 Formulario de solicitud de patente	101
Anexos 5 Modelo de permiso de funcionamiento	102
Anexos 6 Modelo de publicación de escritura pública de una compañía S.A...	103
Anexos 7 Fotos del cacao.....	104
Anexos 8 Gastos operacionales.....	105
Anexos 9 Planillas anual.....	106
Anexos 10 Forma de cobranza de las ventas y pagos de las compras año 1	107
Anexos 11 Publicidad.....	108
Anexos 12 Logotipo.....	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Exportaciones ecuatorianas de cacao y sus derivados.....	13
Gráfico 2. Tipos de Cacao.....	32
Gráfico 3. Método del secado de cacao.....	33
Gráfico 4. Método del secado de cacao.....	34
Gráfico 5. Presencia de una secadora y comercializadora.....	35
Gráfico 6. Lejanía de los sectores productivos.....	36
Gráfico 7. Afectación en precios.....	37
Gráfico 8. Comercializadora da mayor ingreso.....	38
Gráfico 9. Afectación de estaciones climática en el cacao.....	39
Gráfico 10. Disminución de la producción.....	40
Gráfico 11. Perdida de dinero por estaciones.....	41
Gráfico 12. Unidos se llega a ser competitivo.....	42
Gráfico 13. Confianza en representantes.....	43
Gráfico 14. Bajo poder de negociación.....	44
Gráfico 15. Conocimiento administrativo.....	45
Gráfico 16 Conocimiento administrativo para realizar negocios.....	46
Gráfico 17 Capacitación administrativa.....	47
Gráfico 18. Relación pregunta 2 y 5c.....	49
Gráfico 19. Relación pregunta 5 a y 5b.....	51
Gráfico 20. Relación pregunta 5 d y 5e.....	52
Gráfico 21. Relación pregunta 7 a y 7b.....	54
Gráfico 22. Relación pregunta 7d y 8.....	55
Gráfico 23. Croquis de la ubicación de la secadora y comercializadora.....	69
Gráfico 24. Ubicación de la comercializadora en el mapa político de la Parroquia Mariscal Sucre.....	69
Gráfico 25. Vista de área administrativa de la Empresa VANECACAO S.A....	70
Gráfico 26. Vista de área de comercialización de la Empresa VANECACAO S.A.....	70
Gráfico 27. Vista de área de almacenamiento de la Empresa VANECACAO S.A.....	71
Gráfico 28. Vista de área de secado de la Empresa VANECACAO S.A.....	71

Gráfico 29. Grafico del proceso de secado y comercialización del cacao en VANECACAO S.A.	74
Gráfico 30. Organigrama funcional de la Secadora y Comercializadora de cacao “VANECACAO S.A.	75
Gráfico 31. Distribución de la empresa VANECACAO S.A.....	76

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Declaración de las variables.....	24
Cuadro 2. Operacionalización de las variables.....	25
Cuadro 3. Muestra estratificada por recinto.....	28
Cuadro 4. Tipos de Cacao.....	32
Cuadro 5. Método del secado de cacao.....	33
Cuadro 6. Comercialización del cacao.....	34
Cuadro 7. Presencia de una secadora y comercializadora.....	35
Cuadro 8. Lejanía de los sectores productivos	
Cuadro 9. Afectación en precios.....	36
Cuadro 10. Comercializadora da mayor ingreso.....	37
Cuadro 11. Afectación de estaciones climática en el cacao.....	38
Cuadro 12. Disminución de la producción.....	39
Cuadro 13. Perdida de dinero por estaciones climáticas.....	40
Cuadro 14. Unidos se llega a ser competitivo.....	41
Cuadro 15. Confianza en representantes.....	42
Cuadro 16. Bajo poder de negociación.....	43
Cuadro 17. Conocimiento administrativo.....	44
Cuadro 18. Conocimiento administrativo para realizar negocios.....	45
Cuadro 19. Capacitación administrativa.....	46
Cuadro 20. Tabla de contingencia pregunta 2 y 5c.....	49
Cuadro 21. Tabla de contingencia pregunta 5a y 5b.....	50
Cuadro 22. Tabla de contingencia pregunta 5d y 5e.....	52
Cuadro 23 Tabla de contingencia pregunta 7a y 7b.....	53
Cuadro 24 Tabla de contingencia pregunta 7d y 8.....	55
Cuadro 25. Verificación de las Hipótesis.....	58
Cuadro 26 Ponderación de la matriz FODA 1.....	65
Cuadro 27. Ponderación matriz FODA 2.....	66
Cuadro 28. Recursos para el área administrativa.....	72
Cuadro 29 Recursos para el área operativa.....	73
Cuadro 30. Herramientas básicas.....	76
Cuadro 31. Actividades.....	77
Cuadro 32 Inversión de activos fijos.....	78

Cuadro 33. Presupuesto de ventas y cobranzas.....	80
Cuadro 34. Costo de ventas.....	80
Cuadro 35. Gastos de planilla año 1.....	81
Cuadro 36. Amortización de los activos diferidos.....	81
Cuadro 37. Depreciación anual de los activos fijos.....	82
Cuadro 38. Estados de pérdidas y ganancias.....	82
Cuadro 39 Flujo de caja proyectado.....	83
Cuadro 40. Balance General.....	84
Cuadro 41. Calculo de la TIR y el VAN.....	85
Cuadro 42. Índices Financieros.....	87
Cuadro 43. Impacto.....	88
Cuadro 44. Lineamiento para evaluar la propuesta.....	90

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación surgió por la alta demanda que tienen el cacao en el Ecuador e internacionalmente.

La parroquia Mariscal Sucre es una zona productora de cacao en proceso, ventaja que puede ser aprovechada para su desarrollo económico y agro-comercial.

El cacao tiene su origen en el Ecuador desde 1600 cuando se encontró las primeras plantaciones de cacao a la orilla del río Guayas, las cuales se extendieron más tarde en todo el país. Las variedades existentes aun en el Ecuador son el nacional y el CCN51.

A pesar de lo antes mencionado la producción ha bajado por el mal manejo de procesos de secado y comercialización que se viene realizando. Para conocer las causas de este problema se implementó una de las herramientas investigativas más utilizadas como es la encuesta en las cuales determino que una de las causas era el sometimiento de venta a terceras personas que influye significativamente en sus ingresos provocando la búsqueda de nuevas actividades económicas.

Por tal razón es que nace la idea de crear una secadora y comercializadora de cacao, para evitar que el productor se aparte de esta actividad. Para comprender de lo tratado se podrá observar la información investigada en los cinco capítulos de este proyecto. El cual es un requisito previo a la Obtención del Título de Ingeniería en Contaduría pública y auditoría - CPA.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

La parroquia Mariscal Sucre, se encuentra ubicada a 7.74 km. del Cantón Milagro, con una población de 5.365 habitantes según censo poblacional 2010, es una zona agrícola productora principalmente de caña de azúcar, maíz, banano, arroz, y cacao.

Según la Junta de Usuarios de Riego consta que la parroquia en la actualidad (2012) tiene cultivadas 1.090,05 hectáreas, las cuales se encuentran divididas en: 470 has. de caña de azúcar; 394,5 has. de banano; 227,5 has. de cacao; 3 has. en sembríos de ciclo corto y 2 has. en tilapiera.

Existe en la actualidad 84 productores de cacao en el sector asociado a la Junta de Usuarios de Riego, lo que equivale a 336 familias que viven del cultivo de este producto.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en conjunto en la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) del total de hectáreas de cacao que están en plena producción, están divididas en pequeños productores que son los que tienen hasta 10 has, medianos productores que poseen entre 10 a 50 has. y grandes productores que si superan las 50 has.

La parroquia Mariscal Sucre se encuentra ubicada dentro del rango de los pequeños productores ya que no superan 10 has.

En el 2008 la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO) creó una asociación con los productores del sector que tenía como objetivo la compra y venta del cacao en baba o en seco. Pero en el mismo año se vio disuelta por el mal manejo de los recursos y el bajo poder de negociación originado por el desconocimiento administrativo existente en los agricultores encargados.

La comercialización del cacao actualmente se viene realizando individualmente por cada agricultor, provocado por la desconfianza existente en los representantes de asociaciones anteriores. Además la afectación de estaciones climáticas en el proceso de cosecha y comercialización del cacao ha causado pérdida de la calidad del producto por lo cual ha disminuido el ingreso económico que percibe el agricultor.

La distancia existente entre los productores de cacao y el centro parroquial ha provocado que se realice una comercialización mediante intermediarios, quienes fijan precios que están fuera de lo establecido en el mercado.

Pronóstico

De continuar con un mal manejo de los recursos financieros y humanos por parte de los representantes de asociaciones, la comercialización individualista, la pérdida de calidad, además de seguir vendiendo a intermediarios, traerá como consecuencia el estancamiento del desarrollo económico y seguirán siendo simples productores que venden su producto a valores que están debajo de las regulaciones establecidas en el mercado, perdiendo de esta manera competitividad ante grandes empresas a nivel nacional.

Control de pronóstico

Frente a ello es de gran importancia establecer una empresa secadora y comercializadora de cacao que beneficiará a los productores de la localidad y recintos cercanos, facilitando su comercialización, conservando la calidad del producto, optimización de tiempo y generando mayores ingresos a la empresa así como a los productores, dando oportunidad al crecimiento económico otras fuentes de trabajo y contribuyendo con el desarrollo económico de la localidad.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador
Provincia: Guayas
Cantón: Milagro
Parroquia: Mariscal Sucre.

Variables dependientes: Comercialización a intermediarios, pérdida de calidad, comercialización individual, bajo poder de negociación.

Variables independientes: sectores productivos distantes, afectación de estaciones climáticas, desconfianza en representantes, desconocimiento administrativo.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide en los ingresos, la aplicación de procedimientos inadecuados en el secado y en la comercialización del cacao en los productores agrícolas de la parroquia Mariscal Sucre, cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

1. ¿De qué manera influye la distancia entre los sectores productivos y el centro parroquial de Mariscal Sucre a la hora de comercializar el cacao?
2. ¿De qué manera influye la afectación de las estaciones climáticas en los niveles de producción del cacao en los productores de Mariscal Sucre?
3. ¿Cómo afecta la desconfianza en los representantes de asociaciones cacaoteras para la integración de los productores de Mariscal Sucre?
4. ¿Cómo afecta el desconocimiento administrativo de los productores cacaoteros de Mariscal Sucre en el bajo poder de negociación?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa secadora y comercializadora de cacao en la parroquia Mariscal Sucre del cantón Milagro

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad de una empresa secadora y comercializadora de cacao a través de un estudio técnico de mercado que proporcione información suficiente y veraz, con el propósito de contribuir a mejorar los ingresos económicos de los productores agrícolas de la parroquia Mariscal Sucre.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Determinar los efectos que produce la distancia entre los sectores productivos y el centro parroquial de Mariscal Sucre en la comercialización del cacao.
2. Identificar de qué manera afectan las estaciones climáticas en los bajos rendimientos productivos del cacao en los productores de la parroquia Mariscal Sucre.
3. Analizar las consecuencias de la desconfianza en los representantes de asociaciones cacaoteras en la integración de los productores de la parroquia Mariscal Sucre.
4. Analizar de qué manera afecta el desconocimiento administrativo de los productores de Mariscal Sucre en su bajo poder de negociación.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Este tema de investigación busca que la parroquia Mariscal Sucre y sus alrededores cuenten con la capacidad para comercializar sus productos y que de esta manera logre mejorar su desarrollo agrícola, comercial y económico, abriendo nuevas vías de progreso, incrementando fuentes de trabajo que disminuya la migración y el desempleo en la localidad.

Para la obtención de la información se aplicará la técnica de recopilación de información utilizando varias herramientas investigativas como son: la encuesta, la entrevista entre otros, que nos darán indicadores para medir el grado de aceptación de la investigación y las necesidades que tienen.

De esta manera explotar al máximo el potencial comercial de la zona, obteniendo beneficios económicos para el sector.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TÈORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Historia del cacao

De acuerdo al Instituto de promoción de exportadores e inversiones (PRO ECUADOR). El cacao doméstico es un árbol que tiene su punto de origen en Mesoamérica entre México, Guatemala y Honduras. Su uso está reconocido históricamente desde 2000 años antes de Cristo, aunque la variedad Theobroma tiene su origen en la Alta Amazonía hace 5000 años A.C

Su nombre científico es Theobroma cacao c., en griego Theobroma significa “comida de los dioses”. Su producción se da en los climas ecuatoriales en especial en la zona costera donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona.

Sus frutos son leñosos en forma de haba alargada y aparecen sobre la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Estos frutos, dependiendo el tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo, que oscurece al madurar. La fruta mide entre 10 y 32 cm. de largo y entre 7 y 10 cm. de ancho y pesa entre 200 gr. y 1 kg.

En su interior contiene entre 20 y 60 semillas dispuestas en 5 filas rodeadas con una pulpa gelatinosa y azucarada.¹

El Cacao en el país

Según la Asociación de Exportadores de Cacao, ANECACAO, se cultivó el cacao en Guayaquil, en la segunda mitad del siglo XVI a pesar de las prohibiciones establecidas mediante las Cédulas Reales. La variedad nacional, productora del cacao de arriba y reconocido mundialmente por su aroma floral, es producido exclusivamente por Ecuador.

Desde la época de la independencia de nuestro país, ya existían muchas familias adineradas dedicadas a la producción de cacao, en haciendas denominadas “Grandes Cacaos”, la mayoría ubicadas en Vinces y otros cantones de Los Ríos. En 1880 la producción de este producto en el Ecuador se duplicó a 15.000 TM. Entre 1915 - 1920 aparecen y se expanden en toda la zona cacaotera las enfermedades de la Escoba de Bruja y la Monilla, que destruyen el cultivo, causando una reducción de la producción.

La crisis descrita promovió el abandono y venta de la mayoría de grandes haciendas, las cuales fueron compradas por pequeños y medianos propietarios. Estos comenzaron, desde fines de la década de los años 30 y 40, a renovar y sembrar nuevas huertas, utilizando semillas de los árboles que habían tolerado las enfermedades, lo cual dio origen al actual complejo varietal, denominado híbrido nacional.

Este híbrido es el resultado del cruzamiento natural entre los árboles sobrevivientes de la variedad nacional y árboles de la variedad trinitario, introducida de Venezuela a principios de siglo, por considerarla más productiva y tolerante a las enfermedades. Sin embargo el aroma arriba sigue permaneciendo por el Ecuador es agro-climático que permite mantener esta condición.²

¹ **PRO ECUADOR**, (2011) Análisis sectorial de cacao y elaborados, Dirección de Inteligencia Comercial,. **Consultado** el 22 de octubre del 2012. Página 3, **consultado en:** <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>

² **ANECACAO**, historia del cacao en Ecuador. Consultado el 22 de octubre del 2012, pág. 1, consultado en: <http://www.anecacao.com/historia.html>.

Tipos de cacao

Según análisis sectorial del cacao y sus elaborados realizado por la Dirección de Inteligencia Comercial del Instituto de Promoción de Exportadores e Inversiones (PRO ECUADOR), reconoce que el cacao se divide genéticamente en 3 grandes grupos: los **Criollos**, que dominaron el mercado hasta mediados del siglo XVIII, en la actualidad existen muy pocos árboles criollos puros.

Los Forasteros, que es un amplio grupo que contiene variedades cultivadas, semi-silvestres y silvestres, entre las cuales el Amelonado es la variedad más cultivada en extensas áreas de Brasil y África Occidental. Dentro de este grupo existe las variedades: Común en Brasil, Amelonado de África Occidental, el Matina o Ceylán de Costa Rica y México y el Arriba o Cacao Nacional de Ecuador.

Los Trinitarios, que son considerados como Forasteros, sin embargo son una mezcla de los Criollos y Forasteros. Esta variedad fue cultivada en Trinidad y esparcida a Venezuela hasta llegar a diferentes países como: Ecuador, Camerún, Samoa, Sri Lanka, Java y Papúa Nueva Guinea.

El mercado mundial del cacao reconoce 2 grandes categorías de cacao en grano: cacao “fino o de aroma” y el cacao “al granel” o “común”. Generalmente, el cacao fino o de aroma es producido por árboles de cacao de variedad Criollo o Trinitario, mientras que el cacao al granel provienen de la variedad de árbol Forastero. Existen excepciones, por ejemplo en Ecuador los árboles de cacao Nacional, considerados de variedad Forastero, producen cacao fino o de aroma. Otra excepción en Camerún el cacao producido por árboles de variedad Trinitario es considerado cacao común.³

La mayoría de los productores de cacao de la parroquia Mariscal Sucre cosechan la variedad CCN51 o conocido como híbrido injerto por la cantidad de producción dejando atrás al nacional por no ser rentable.

³ PRO ECUADOR, (2011) Análisis sectorial de cacao y elaborados, Dirección de Inteligencia Comercial,. **Consultado** el 24 de octubre del 2012. Página 3-4, **consultado en:** <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>

Proceso de secado del cacao

Según Rigel en un estudio del Centro Nacional de Investigaciones Agrícolas INIA señala que el secado es una actividad que beneficia a la calidad del cacao porque el grano debe contener alrededor de 6% de humedad para su almacenamiento.

La velocidad y temperatura de secado son esenciales para mantener activas las reacciones de oxidación de alcoholes y la de otros compuestos producidos durante la fermentación que son de vital importancia para dar aroma y sabor.

Para el almacenamiento el cacao sacado se lo ubica en saco de yute, para destile de un líquido conocido como la baba del cacao, luego de la cual es secado de modo natural en los tendales, o también de manera artificial.

Secado natural



Método en que consiste en poner la almendra del cacao en tendales (patios de cemento) a temperatura solar alta en constante movimiento, con herramientas como el rastrillo u otras parecidas que son elaboradas con madera. Si las condiciones ambientales son favorables la duración del secado demora de 3 a 4 días. Si la temperatura es baja esto disminuye la velocidad del secado ocasionando que tarde varios días en secarlo.

Durante el proceso es recomendable que se elimine restos de cascara, granos partidos, restos de placenta o yoyo, así como cualquier material extraño. Se debe mantener un equilibrio en este proceso ya que el secado exagerado produciría que la cascara sea quebradiza y pierda peso y si no se hace correctamente en cambio se formaría hongo que daña la calidad del cacao.

Otra manera de secado, es la utilización de una estera o barbacoa, construida con técnicas artesanales. Este procedimiento reduce el daño de la almendra, no obstante pueden surgir problemas al tener varias barbacoas que deben ser cubiertas para protegerse de la lluvia. La solución para este problema sería el tener esteras u hojas de plátano sirviendo como techo.

Secado artificial



Este método es apropiado en temporada de lluvias. Las ventajas del proceso son: el ahorro de espacios y tiempo. Sus desventajas guardan relación con el control que se le dé a la maquinaria y el uso de los químicos utilizados. Los equipos utilizados para este secado son: el secador rotatorio y el somoa.

El secador rotatorio: consta con tambores de doble camisa que utiliza el vapor o el gas como fuente de calentamiento.

El somoa: consta con una unidad de calefacción que calienta el aire, que conduce por un tubo hasta una plataforma donde se encuentra el cacao.⁴

Con respecto al tema de investigación de la presente tesis, los sectores productivos de la parroquia Mariscal Sucre realizan el secado natural debido a que se da en su propia casa, además de que no existe una empresa que brinde el servicio de secado artificial.

Manejo integrado de plagas en cacao utilizando new bt 2x



Según el Ingeniero Emilio Farías en el boletín anual del Departamento Técnico de la empresa ECUAQUIMICA señala que las plantaciones cacaoteras son comúnmente infestadas por insectos defoliadores pertenecientes a la familia Saturniidae y Megalopigidae que atacan a

los materiales CCN 51 y al Nacional. Lo que ocasiona que disminuya la capacidad de transformación de la clorofila a través de las hojas, lo que se refleja en crecimiento lento y raquítico. Cuando la infestación de insectos es alta es severa en plantaciones adultas tenemos dificultad de aplicar insecticidas de amplio espectro podemos afectar a la población de la mosquita polinizadora, lo que significa pérdida de unidades de producción.

⁴ Liendo Rigel J. investigador del CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGRICOLA INIA Venezuela (2005) el proceso de secado del cacao. Consultado el 30 de octubre del 2012. Página 24-25. Consultado en: http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_tec/inia_divulga/numero%205/liendo_r.pdf

La principal medida de control para varias especies de larvas de insectos de las familias Saturnidae entre las que se mencionan *Stenomacropia* (Meyrick), *Sibinensea*. Stoll es la aplicación al follaje de insecticidas biológicos New bt 2X (0.5 kg/ha) o New BT 8L (1 litro/ha), en ambas a base de la bacteria *Bacillusthuringiensis*, y recomienda aplicaciones especialmente en las horas de la tarde.

Las larvas de los insectos comedores de hojas son de hábitat nocturno que al alimentarse ingieren al New Bt 2X. A las 24 horas de haber sido ingerido las larvas dejan de alimentarse por que la bacteria invade sus intestinos y a las 48 horas mueren deshidratadas.

Este producto es de etiqueta verde, no tiene efecto sobre los insectos polinizadores del cacao, y de otros organismos benéficos como las arañas, avispas y predadores que ayudan a mantener el equilibrio biológico en este cultivo; además, no afecta la salud de los aplicadores.

El ataque de estos insectos se presentan en la época de invierno entre los meses de enero – abril, el estadio que más afecta a las plantaciones es cuando está en tamaño pequeño a mediano y tomar medidas de control, pasado estos estadios ya el control no es eficiente ya que la larva deja de alimentarse por el cambio de estadio a pupa⁵.

En la investigación que se está realizando en el sector productivo de cacao de la parroquia Mariscal Sucre gran parte de los agricultores utilizan variedad de insecticida principalmente este nuevo producto por su eficaz control de la plaga que ataca a los sembríos de la variedad CCN 51.

Descripción de productos y elaborados del sector

Según análisis realizado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) señala que a partir de las semillas del cacao se obtienen varios productos como el cacao en grano, los cuatro productos intermedios

⁵ **ING. EMILIO FARÍAS FALCONES**, Jefe Técnico Otros Cultivos – Costa, ECUAQUIMICA, boletín Manejo integrado de plagas en cacao utilizando new bt 2x, edición 2012, Milagro. Consultado el 3 de noviembre del 2012.

(el licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo), y el chocolate, como producto terminado. El mercado que absorbe la producción de cacao a nivel mundial es la industria chocolatera, sin dejar atrás el uso de productos como: el polvo y la manteca de cacao.

Dentro de los productos semielaborados del cacao están:

El licor de cacao: es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir de un proceso de molienda. Se utiliza como materia prima en la producción de chocolates y de algunas bebidas alcohólicas. Al someterse al proceso de prensado, puede convertirse en:

Manteca: Es la materia grasa del cacao. Se conoce también como aceite de theobroma. Es usada en la producción de cosméticos y farmacéuticos.

Torta: Es la fase sólida del licor de cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates. Los productos derivados de un proceso de industrialización o elaboración artesanal del cacao en grano se los considera elaborados del cacao. Por lo general, se refiere al **chocolate**, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, y un sinnúmero de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos. En medicina tradicional es un remedio para las quemaduras, la tos, los labios secos, la fiebre, la malaria, el reumatismo, y otras heridas. Se dice que es antiséptico y diurético. Inclusive la industria estética utiliza el cacao para productos y tratamientos de belleza.

Polvo: La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao. El cacao en polvo se usa básicamente para dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas.⁶

La producción del cacao en la parroquia Mariscal Sucre es vendida en granos debido a que solo cosechan para luego ser comercializado a empresas pequeñas dedicada a la compra del cacao en grano. No existe un mercado que compre los derivados en el sector y menos los implementos para realizarlo.

Ubicación geográfica del cacao en el Ecuador

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos, Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2012, la región que concentra la mayor

⁶ Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Productos agrícolas, Sectores de utilización del cacao, realizada en: agosto 2011, consultado el: 4 de noviembre del 2012. pág. 1 consultado en :<http://unctad.org/infocomm/espagnol/cacao/utilizacion.htm>

superficie cosechada de cacao es la región Costa, que en el 2012 registró el 80% de la superficie total a nivel nacional. Las provincias que cuentan con una mayor superficie cosechada de cacao son Manabí, Los Ríos y Guayas, también tiene una participación Esmeraldas, el Nororiente, El Oro. Las principales provincias de la región Sierra que cultivan cacao son Cotopaxi, Bolívar, Cañar, pero en menor participación.⁷

Importaciones ecuatorianas de cacao y sus derivados

Es necesario resaltar que el Ecuador tiene una elevada importación de cacao en polvo sin azúcar y chocolate, 1,39% y 0,34% del mercado mundial respectivamente. Los principales proveedores son países latinoamericanos: Chile, Colombia, Argentina, Brasil, entre otros.⁸

Exportaciones ecuatorianas de cacao y sus derivados

El mercado mundial reconoce 2 categorías de cacao que produce Ecuador como es el de grano fino o aroma y el al granel o común según el análisis estadístico el “Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado”.

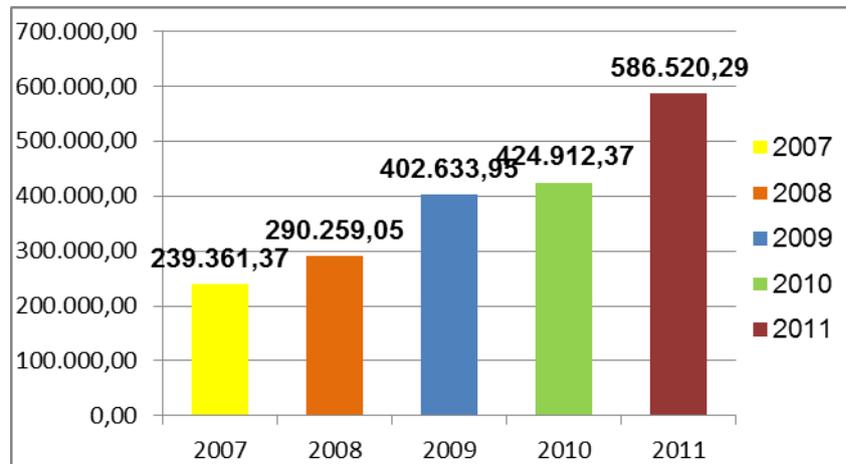
Los principales países de destino del producto ecuatoriano son Estados Unidos, Holanda y México. En el 2011, las exportaciones ecuatorianas de este producto fueron de USD 586.520,29. Superando al valor del 2010 que fue de 424.912,37 USD. Los principales exportadores de cacao son: Colonial Cocoa del Ecuador, Cofina S.A, Fundación Maquita Cushunchic, Inmobiliaria Guangala, Agro Manobanda Hnos., Exporcafe, Casa Luker del Ecuador, Santa Fe, Agroxven S.A., Ecuatoriana C. Ltda. entre otros.⁹

⁷ Instituto Nacional de Estadística y Censos, Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2012, publicado en agosto del 2012, consultado el 22 de noviembre del 2012, consultado en: [http://inec.gob.ec/espac/producción ecuatoriana.pdf](http://inec.gob.ec/espac/producción%20ecuatoriana.pdf)

⁸ Marcelo Varela investigador del Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro Pequeña y Mediana Empresas FALCSO, Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES “Elaboración de cacao y sub-elaborados”. Publicado: mayo del 2012. Consultado el: 22 de noviembre del 2012. Consultado en: <http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/ydi3j1kqfy3qsn5npcogt1a9yxk7z2.pdf>

⁹ BANCO CENTRA DEL ECUADOR, Boletín Mensuales del comercio exterior, publicado: el 2012, consultado el: 28 de noviembre del 2012, consultado en: <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006>.

Gráfico 1. Exportaciones ecuatorianas de cacao y sus derivados



Fuente: Banco Central del Ecuador, (BCE), 2011

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Organizaciones gremiales del sector

Existen varias Asociaciones y Gremios de este sector en el Ecuador, tanto de productores como exportadores, entre los ellos están:

- ✓ Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO)
- ✓ Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma” (APROCAFA)
- ✓ Corporación de Organizaciones Productoras de Cacao Nacional Fino de Aroma del Ecuador (CONCACAO)
- ✓ Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE)
- ✓ Federación de Cacaoteros del Ecuador (FEDECADE)
- ✓ Corporación de Agroindustriales de Cacao del Ecuador (CORPCACAO)
- ✓ Asociación Nacional de Cacaoteros (ASOCACAO)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Universidad Estatal de Milagro

“Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización e intermediación de cacao, del productor al exportador en la ciudad de Milagro sector La Garganta, Los Tímalos y Estero Los Chirijos”

El presente trabajo de investigación demuestra la necesidad que tienen los productores de cacao de que exista un cercano centro de acopio dentro del sector,

pero al mismo tiempo los agricultores poseen una cultura comercial arraigada las cuales no les permiten el desarrollo de este proyecto.

Para la implementación de la comercializadora tendría que implementar estrategias publicitaria y trabajar el cómo cambiar la negativa de los productores de cacao una de las soluciones sería ofrecer la transportación y realizar la compra de forma personalizada.¹⁰

Con relación a la investigación de tesis que se está realizando en la parroquia Mariscal Sucre se enfrenta en la misma situación, pero con la diferencia de que los productores están dispuestos a ser uso del proyecto siempre que se demuestre que la persona encargada es confiable, por el grado de desconfianza existente.

Escuela Superior Politécnica del Litoral

“Proyecto de creación de una empresa comercializadora de cacao en la zona del cantón Las Naves provincia Bolívar.”

Este proyecto se enfoca en cómo mejorar los niveles de producción del cacao en base a la capacitación de procedimiento de secado y cultivo del mismo.

Para la implementación de este proyecto se debe prestar capacitaciones a los agricultores para que aumente su rendimiento de producción adicionado a fomentar una cultura de comercialización unida para ser competitivo a nivel nacional¹¹

Se relaciona con la investigación realizada en la parroquia Mariscal Sucre debido a que se enfrentan a circunstancias similares como es la pérdida de competitividad a nivel nacional ocasionada por la poca capacitación del cuidado de la planta del cacao para mantener el aroma y su sabor.

¹⁰ **LUPE ASTUDILLO, BLANCA MORALES**, UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO. Tesis sobre un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de cacao, febrero 2012. Consultado el 6 de noviembre del 2012. Pág. 22-23

¹¹ **CAROLINA TORBAY, ESTÉFANO MURILLO, FERNANDO ALVEAR**, UNIVERSIDAD ESPOL. Proyecto de creación de una empresa secadora de cacao, enero 2009. Consultado el: 6 de noviembre del 2012. Consultado en: www.dspace.espol.edu.ec/repositorio/ Proyecto de creación de una empresa secadora de cacao.

2.1.3 Fundamentación

2.1.3.1 Fundamentación Filosófica

Proceso de secado del cacao

Según Rigel en un estudio del Centro Nacional de Investigaciones Agrícolas INIA señala que el secado es una actividad que beneficia a la calidad del cacao porque el grano debe contener alrededor de 6% de humedad para su almacenamiento.

Para el almacenamiento del cacao sacado se lo ubica en saco de yute, para destile de un líquido conocido como la baba del cacao, luego de la cual es secado de modo natural en los tendales, o también de manera artificial.

Secado natural

Método en que consiste en poner la almendra del cacao en tendales (patios de cemento) a temperatura solar alta en constante movimiento, con herramientas como el rastrillo u otras parecidas que son elaboradas con madera. Si las condiciones ambientales son favorables la duración del secado demora de 3 a 4 días. Si la temperatura es baja esto disminuye la velocidad del secado ocasionando que tarde varios días en secarlo. Durante el proceso es recomendable que se elimine restos de cascara, granos partidos, restos de placenta o yoyo, así como cualquier material extraño.

Otra manera de secado, es la utilización de una estera o barbacoa, construida con técnicas artesanales. Este procedimiento reduce el daño de la almendra, no obstante pueden surgir problemas al tener varias barbacoas que deben ser cubiertas para protegerse de la lluvia. La solución para este problema sería el tener esteras u hojas de plátano sirviendo como techo.

Secado artificial

Este método es apropiado en temporada de lluvias. Las ventajas del proceso son: el ahorro de espacios y tiempo. Sus desventajas guardan relación con el control que se le dé a la maquinaria y el uso de los químicos utilizados. Los equipos utilizados para el este secado son: el secador rotatorio y el somoa.

El secador rotatorio: consta con tambores de doble camisa que utiliza el vapor o el gas como fuente de calentamiento.

El somoa: consta con una unidad de calefacción que calienta el aire, que conduce por un tubo hasta una plataforma donde se encuentra el cacao.¹²

Importancia de la comercialización

La comercialización es la actividad que se realiza entre dos persona para vender o comprar un producto determinado.

En el caso de esta investigación cumple un papel importante porque es una actividad comercial en la que dependen dos clases de personas la que compra el producto y la que lo vende con el fin de obtener un beneficio económico.

2.2 MARCO LEGAL

En el presente capítulo se establecerá los requisitos legales necesarios para el establecimiento de este tipo de negocio son:

Permiso de la Superintendencia de Compañías

Requisitos para la constitución de una Compañía Anónima

Los requisitos para constituir una Compañía Anónima de acuerdo al instructivo para la constitución, aumento de capital y más actos societarios de las Compañías Mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías son las siguientes.

1. **El Nombre:** Puede consistir en una denominación objetiva o de fantasía, menos en una razón social, la misma que deberá ser aprobada por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.
2. **Solicitud de Aprobación:** Se debe presentar al Superintendente de Compañías o a su delegado tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntara la solicitud suscrita por abogado, requerimiento la aprobación del contrato constitutivo.
3. **Objeto Social:** Como requisitos para la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías, y debido a que la compañía va a dedicarse a la actividad comercial se debe estar afiliado a la cámara de comercio del cantón Milagro, puesto que sus actividades obedecen al género de comercio.

¹² **Liendo Rigel J.** investigador del CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGRICOLA INIA Venezuela (2005) el proceso de secado del cacao. Consultado el 30 de octubre del 2012. Página 24-25. **Consultado en:** http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_tec/inia_divulga/numero%205/liendo_r.pdf

4. **Origen de la Inversión:** Debido a que en la constitución de la compañía invierten personas naturales, es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, inversión nacional y o extranjera.
5. **Capital:** El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, correspondan al género de actividad de la compañía.

Inscripción del RUC (Registro Único del Contribuyente)

Requisitos

1. Formulario RUC01-A y RUC01-B(Debidamente firmado por el representante legal de la empresa)
2. Original y copia a color de la cedula vigente (representante legal de la empresa)
3. Original del certificado de votación (representante legal de la empresa)
4. Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en Registro Mercantil)
5. Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
6. Planilla de servicio básico (una de los 3 meses ultimo)
7. Comprobante de pago del impuesto predial.(año que se realiza la inscripción)
8. Escritura de propiedad o de compra venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de inscripción.

Patente Municipal

Requisitos para el permiso de patente municipal.

1. Compra de una tasa administrativa para registro de patente
2. Llenar la solicitud.
3. Copia del RUC actualizada
4. Copia de cedula y papeleta de votación(representante legal de la empresa)

5. Copia de declaración de impuesto a la renta. Si es el caso de personas no obligadas a llevar contabilidad copia de las declaraciones realizadas a la Superintendencia de compañías (representante legal de la empresa)
6. Copia del pago impuesto predial si es propietario.
7. Copia de planilla de servicio básico.
8. Copia del permiso de funcionamiento extendida por el Benemérito Cuerpo de Bombero

Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación.

Requisitos para obtener el código municipal del local o establecimiento

1. Llenar y presentar solicitud en el departamento de avalúo y catastro.
2. Copia del RUC actualizada.
3. Copia de cedula y certificado de votación (representante legal)
4. Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.

Permiso del Cuerpo de Bombero

Requisitos

1. Solicitud en especie valorada
2. Inspección por parte del cuerpo de Bombero
3. Si es el caso de que se acepte la inspección presentar:
 - ✓ Copia de cedula
 - ✓ Certificado de votación
 - ✓ Copia de RUC
 - ✓ Planilla de servicio básico.

Afiliación a la cámara de comercio

1. Original y copia de la cedula y certificado de votación.
2. Original y copia del RUC.
3. Certificado extendido por el cuerpo de bombero y la copia de factura de los extintores comprados para el local.
4. Tres copias certificadas del Proceso Judicial.

Normativa para mantener calidad del cacao

Según el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca , Acuerdo N° 02-503. MICIP. Oficializa con carácter de OBLIGATORIA la Tercera Revisión de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176, Cacao en grano, Requisitos. Registro Oficial N° 745, 15/enero/2003. Según el Acuerdo Ministerial No. 287, ANECACAO es el organismo autorizado para expedir el certificado de calidad de exportación del grano basado en las normas INEN 17613. Entonces la normativa actual utilizada es la NTE INEN 176 (tercera revisión) que tiene las siguientes especificaciones para cacao seco:

Objetivo

Esta norma establece la clasificación y los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao beneficiado y los criterios que deben aplicarse para su clasificación.

Alcance

Esta norma se aplica al cacao beneficiado, destinado para fines de comercialización interna y externa.

Definiciones

Cacao en grano. Es la semilla proveniente del fruto del árbol *Theobroma cacao* beneficiado. Grano entero, fermentado, seco y limpio.

Grano defectuoso. Se considera como grano defectuoso a los que a continuación se describen:

Grano dañado por insectos. Grano que ha sufrido deterioro en su estructura (perforaciones) debido a la acción de insectos.

Grano vulnerado. Grano que ha sufrido deterioro evidente en su estructura por el proceso de germinación, o por la acción mecánica durante el beneficiado.

Grano múltiple o pelota. Es la unión de dos o más granos por restos de mucílago.

Grano negro. Es el grano que se produce por enfermedades o por mal manejo post cosecha.

Para la verificación de la calidad del cacao, los laboratorios contratados por ANECACAO trabajan en base a la tercera revisión de la Norma INEN 176.

Grano ahumado. Grano con olor o sabor a humo o que muestra signos de contaminación por humo.

Grano plano, vano o granza. Es un grano cuyos cotiledones se han atrofiado hasta tal punto que cortando la semilla no es posible obtener una superficie de cotiledón.

Grano partido (quebrado). Fragmento de grano entero que tiene menos del 50% del grano entero.

Grano mohoso. Grano que ha sufrido deterioro parcial o total en su estructura interna debido a la acción de hongos, determinado mediante prueba de corte.

Grano pizarroso (pastoso). Es un grano sin fermentar, que al ser cortado longitudinalmente, presenta en su interior un color gris negruzco o verdoso y de aspecto compacto.

Grano violeta. Grano cuyos cotiledones presentan un color violeta intenso, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

Grano ligeramente fermentado. Grano cuyos cotiledones ligeramente estriados presentan un color ligeramente violeta, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

Grano de buena fermentación. Grano fermentado cuyos cotiledones presentan en su totalidad una coloración marrón o marrón rojiza y estrías de fermentación profunda. Para el tipo CCN51 la coloración variará de marrón a marrón violeta.

Grano infestado. Grano que contiene insectos vivos en cualquiera de sus estados biológicos.

Grano seco. Grano cuyo contenido de humedad no es mayor de 7,5% (cero relativo). Impureza. Es cualquier material distinto a la almendra de cacao (maguey, vena y corteza de la mazorca de cacao).

Cacao en baba. Almendras de la mazorca del cacao recubiertas por una capa de pulpa mucilaginosa.

Fermentación del cacao. Proceso a que se somete el cacao en baba, que consiste en causar la muerte del embrión, eliminar la pulpa que rodea a los granos y lograr el proceso bioquímico que le confiere el aroma, sabor y color característicos.

Grano bien fermentado Grano medianamente fermentado Grano violeta

Grano pizarroso Grano mohoso Criollo fermentado.

Clasificación.-

Requisitos específicos:

- El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,5% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173.

- El cacao beneficiado no deberá estar infestado.
 - Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no deberá exceder del 1% de granos partidos.
 - El cacao beneficiado deberá estar libre de: olores a moho, humo, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.
 - El cacao beneficiado, deberá sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites de recomendación de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes.
- El cacao beneficiado deberá estar libre de impurezas y materias extrañas.

Requisitos complementarios:

- La bodega de almacenamiento deberá presentarse limpia desinfestada, tanto interna como externamente, protegida contra el ataque de roedores.
- Cuando se aplique plaguicidas, se deberán utilizar los permitidos por la Ley para formulación, importación, comercialización y empleo de plaguicidas y productos afines de uso agrícola (Ley No 73).
- No se deberá almacenar junto al cacao beneficiado otros productos que puedan transmitirle olores o sabores extraños.
- Los envases conteniendo el cacao beneficiado deberán estar almacenados sobre palets (estibas).

Inspección.-

Muestreo:

- El muestreo se efectuará de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 177.
- Aceptación o rechazo. Si la muestra ensayada no cumple con los requisitos establecidos en esta norma, se considera no clasificada.
- En caso de discrepancia se repetirán los ensayos sobre la muestra reservada para tales efectos.

Cualquier resultado no satisfactorio en este segundo caso será motivo para reclasificar el lote.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Para una interpretación adecuada de algunos términos utilizados en la presente investigación se ha definido según el diccionario de administración de José López los cuales son:

Comercialización intermediaria: Actividad de compra de un producto mediante terceras personas.

Estrategia: El conjunto de reglas a aplicar que aseguran una toma de decisión óptima en cada momento dado.

Industria: Instalación destinada a estas operaciones. Conjunto de operaciones integradas que se ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno.

Industrialización.- La industrialización se refiere a los procesos de preparación de semielaborados y elaborados de un producto específico, en los cuales se emplea cierto porcentaje de la producción nacional de un estado.

MAGAP: Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca.- Institución gubernamental dedicado a la inclusión difusión y control de programas agrícolas

Monilla: Plaga que ataca a los cultivos de cacao disminuyendo su producción o desapareciendo sus plantaciones en su totalidad.

Mercados: Conjunto de actividades económicas controladas o no donde realizadas libremente por los agentes económicos (comprador vendedor) sin intervención del poder público.

Optimizar.- Mejorar el rendimiento de algo. Integrar o eliminar procesos en un sistema para mejorar su eficiencia o también minimizar el uso de los recursos necesarios en la fabricación de un bien o prestación de un servicio.

Producción.- En el campo de la economía, es crear utilidad, entendiéndose en términos cuantitativos, como la capacidad que posee una empresa, maquinaria o equipo humano de generar el volumen requerido y satisfacción objetivos; sea mediante un producto, un bien económico o un servicio en distintos modos de y procesos de producción.

Productividad.- Es la relación existente entre un producto y un insumo. Depende por lo tanto, de la tecnología, la organización, el comportamiento de los actores sociales involucrados.¹³

¹³ Diccionario contable administrativo, autor López López José Isauro, edición: tercera, consultado el 22 de noviembre del 2012.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La aplicación de procedimientos inadecuados en el secado y en la comercialización del cacao influye en los bajos ingresos económicos de los productores agrícolas de la parroquia Mariscal Sucre.

2.4.2 Hipótesis Particulares

1. La distancia entre los sectores productivos y el centro parroquial de Mariscal Sucre influye en el sometimiento de los productores de cacao a la comercialización mediante intermediarios
2. La afectación de las estaciones climáticas influye en los bajos rendimientos productivos del cacao en los productores de la parroquia Mariscal Sucre.
3. La desconfianza existente en los representantes de asociaciones cacaoteras impide la integración de los productores de la parroquia Mariscal Sucre.
4. El desconocimiento administrativo de los productores cacaoteros de Mariscal Sucre afecta su competitividad debido a su bajo poder de negociación.

2.4.3 Declaración de variables

Cuadro 1. Declaración de las variables

Hipótesis General	
Variable independiente	La aplicación de procedimientos inadecuados en el secado y en la comercialización del cacao
Variable dependiente	Bajos ingresos económicos.
Hipótesis Particulares 1	
Variable independiente	Distancia existente entre con sectores productivo y centro parroquial
Variable dependiente	Comercialización a intermediarios
Hipótesis Particulares 2	
Variable independiente	Afectación de estaciones climáticas
Variable dependiente	Calidad del cacao
Hipótesis Particulares 3	
Variable independiente	Desconfianza en los representante de asociaciones cacaoteras
Variable dependiente	Integración de los productores
Hipótesis Particulares 4	
Variable independiente	Desconocimiento administrativo
Variable dependiente	Bajo poder de negociación

Elaborado por: Kerly Jiménez

2.4.4 Operación de las variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

VARIABLE	TIPO	INDICADOR	TÉCNICA
Aplicación de procedimientos inadecuados en el secado y comercialización	Independiente	✓ Nivel de producción anual de los productores de Mariscal Sucre	Encuesta
Bajos ingresos económicos	Dependiente	✓ Niveles de ingreso de los productores de Mariscal Sucre	Encuesta Entrevista
Distancia sectorial	Independiente	✓ Km de distancia de recintos con el centro parroquial	Mapeo
Comercialización a intermediarios	Dependiente	✓ Nivel de ventas de cacao a intermediarios. ✓ Número de intermediarios	Encuesta
Afectación de Estaciones climáticas	Independiente	✓ Promedio de precipitación por año	Reporte climatológico
Calidad del producto	Dependiente	✓ Números de quintales con defectos	Reporte según norma INEN
Desconfianza en representantes gremiales	Independiente	✓ Número de casos de mal manejo por parte del representante gremial	Encuesta
Integración de los productores	Dependiente	✓ Número de productores que no están integrados a un gremio o asociación	Encuesta
Desconocimiento administrativo	Independiente	✓ Numero de errores cometido en la administración de recursos	Encuesta
Bajo poder de negociación	Dependiente	✓ Número de pérdida de oportunidades	Encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según su finalidad es aplicada.- puesto que busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.

Según su objetivo gnoseológico es descriptiva.- por qué describen la mala implementación de proceso de secado y comercialización de cacao que tienen los productores cacaoteros los cuales afectan a su competitividad en el mercado.

Según su contexto es de campo.- se trabaja en el ambiente donde conviven las personas, se tendrá que obtener datos relevantes de la fuente principal que son los agricultores y todo esto se realizará con la finalidad de descubrir las relaciones e interacciones entre las variables propuestas.

Según el control de las variables es experimental.- se quiere determinar y describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento en particular.

Según su orientación temporal es transversal.- ya aplicada la encuesta y obtenido los resultados no se lo volverá a repetir en otro periodo de tiempo.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

La parroquia Mariscal Sucre, pertenece al cantón Milagro, sus habitantes viven y subsisten específicamente de la agricultura, existen aproximadamente 84 agricultores cacaoteros, con niveles de estudios primarios, la edad comprendida está dentro de los 25 años de edad en adelante.

3.2.2 Delimitación de la población

La población para este proyecto es finita y está constituida por los 84 productores cacaoteros que habitan en recintos perteneciente a la parroquia Mariscal Sucre los cuales son: El chaparral, Vuelta del Piano, Amarice Pérez, Maravillas 2, Los Palmares, La Libertad, Rio Milagro y el Centro parroquial.

3.2.3 Tipo de muestra

La muestra a utilizarse es probabilística, ya que los individuos tienen la misma posibilidad de ser seleccionado, a la cual se le aplicara una encuesta para la obtención de información relevante que ayudara a mejorar el manejo del proceso de secado y comercialización del cacao, contribuyendo de esta manera al desarrollo del productor cacaotero.

Además se aplicara una entrevista a los 2 productores más antiguos para verificar las dos primeras hipótesis de este proyecto.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Se utilizó la siguiente fórmula a cada recinto, dada que la población es finita debido a que se puede determinar con exactitud a los agricultores que se dedican a cultivar el cacao.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2 + pq}{Z^2}}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población.

p: Posibilidad de que ocurra un evento, $p=0.5$

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q=0.5$

E: Error, se considera el 5%; $E=0.05$

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, $Z=1.96$

Para una mayor comprensión se ha estratificado la muestra por recintos para la aplicación de la encuesta de forma equitativa.

Cuadro 3. Muestra estratificada por recinto

RECINTO	NÚMERO DE PRODUCTORES	MUESTRA
Mariscal Sucre	30	27
El chaparral	7	6
Vuelta del Piano	6	5
Amarice Pérez	12	11
Maravillas 2	22	20
Los Palmares	2	2
La Libertad	3	3
Rio Milagro	2	2
TOTAL	84	76

Elaborado por: Kerly Jiménez

El número de encuestas necesarias para realizar la investigación es de 76, y serán aplicadas a los productores de cacao distribuidos en: El chaparral, Vuelta del Piano, Amarice Pérez, Maravillas 2, Los Palmares, La Libertad, Rio Milagro y el Centro parroquial, debido a que son recintos pertenecientes a la parroquia Mariscal Sucre, para de tal forma evitar el sesgo de investigación y mantenernos dentro de los márgenes de error estadístico.

3.2.5 Proceso de selección

Para la muestra probabilística, se seleccionara utilizando el procedimiento de estratificación de elementos muestrales (en la que consiste en formar pequeñas muestra de cada recinto a la que se aplicara la encuesta seleccionado de forma

equitativa, con el fin de obtener información valedera al momento de dar conclusiones y recomendaciones acerca del tema tratado)

3.3 MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Método Teórico

Método analítico-sintético

Para efectos de esta investigación, se pondrá en práctica el método analítico-sintético puesto que se deberá descomponer cada una de las variables propuestas, para determinar causas y efectos y luego de esto se reunirán los resultados para luego explicar las conclusiones y comprobar las hipótesis planteadas. Este método es fundamental para entender y comprender la temática a tratar en este trabajo de investigación.

Método hipotético-deductivo

El presente proyecto investigativo, plantea varias hipótesis que están fundamentadas en información obtenida de manera empírica resultado del problema encontrado.

Es por esto que el método de estudio hipotético – deductivo aplica a este proyecto ya que supondremos hipótesis en base a la información empírica obtenida.

3.3.2 Métodos empíricos

En el presente proyecto se utilizará la observación como método empírico. A través de la observación se registrará visualmente el entorno local y los hechos tal cual ocurren en la realidad con la finalidad de hacer una comparación entre los hechos y la teoría.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Se utilizará la encuesta y la entrevista.

La encuesta

A través de la encuesta conoceremos al agricultor, cuáles son sus necesidades y deseos con respecto al problema planteado, esto nos permitirá recoger datos esenciales para verificación de la hipótesis planteada.

La entrevista

Mediante la entrevista se obtendrá información fidedigna de personas expertas en el tema, de esta manera podremos conocer la realidad del medio en base a la experiencia y al conocimiento del entrevistado lo que hará que la investigación se enriquezca.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Luego de la recolección de datos e información relevante cualitativa y cuantitativa mediante la herramienta de investigación como lo son las encuestas y entrevistas, se procede al registro inmediato de las cifras encontradas, las cuales nos proporcionaran resultados en porcentajes e índices importantes para comprobar o verificar las hipótesis planteadas. El procesamiento de estos datos se los realizó a través del programa SPSS, el cual procesara, presentara mediante gráficos concluyentes y dinámicos la información obtenida de la encuesta.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En esta investigación se propone ofrecer una nueva oportunidad de tener más rentabilidad económica que beneficie tanto al productor como al comercializador contribuyendo de esta manera al desarrollo económico de la parroquia, debido a que no existe ningún otro centro de acopio dentro de la zona, que brinde estos servicios.

El sector es productivo, pero la falta de conexión con un centro de comercio, ha afectado a los productores en precio, calidad entre otros factores que impiden el desarrollarse en su plenitud. Por lo tanto se analizará la factibilidad que tendrá esta comercializadora en el sector, mediante un análisis aplicado en la encuesta realizada anteriormente a los productores de cacao.

Para una comprensión se lo presenta en gráficos y tablas estadística, los cuales se exponen a continuación:

Tabulación de la encuesta

1. ¿Qué tipo de cacao usted cultiva?

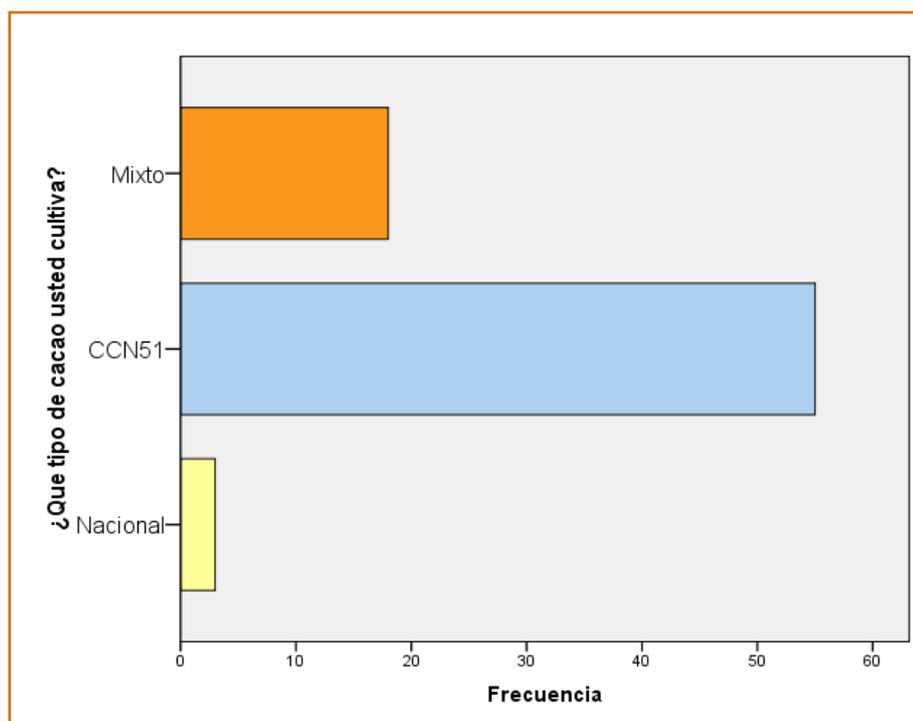
Cuadro 4. Tipos de Cacao

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nacional	3	3.9	3.9	3.9
CCN51	55	72.4	72.4	76.3
Mixto	18	23.7	23.7	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 2. Tipos de Cacao



Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Se puede observar en la gráfica como en la tabla que el 72.4% cultivan el tipo de cacao CCN51, seguido de la variedad mixta que es el 23,7%, demostrado de tal forma que en la variedad que mayor compra sería la del CCN51, y por lo tanto se ayudaría a los productores en como explotar al máximo esa variedad.

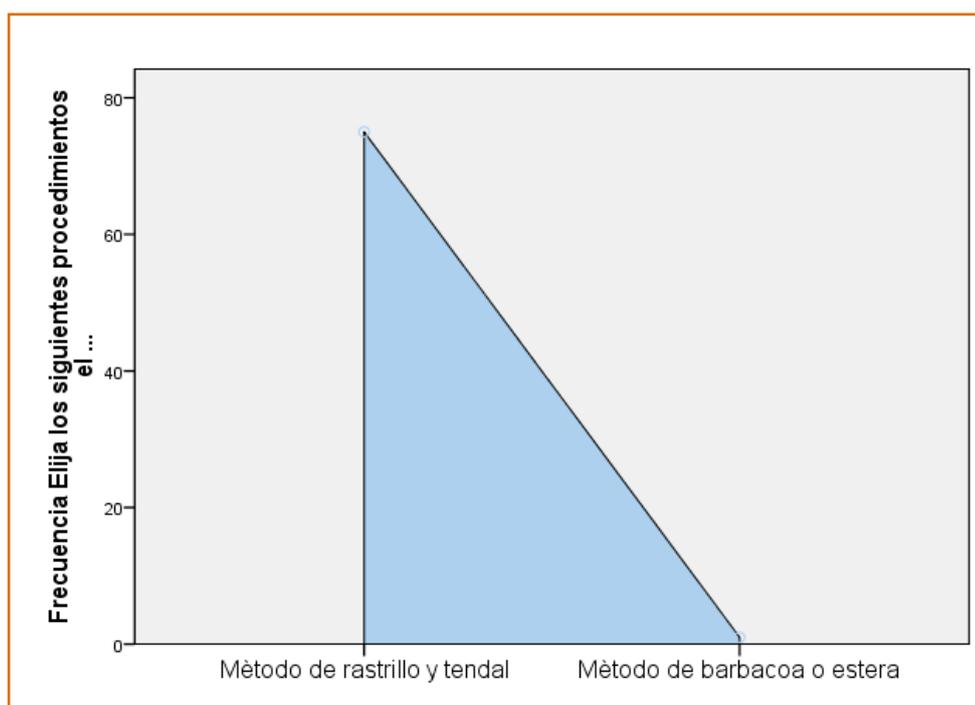
2. Elija de los siguientes procedimientos el que usted frecuentemente realiza para secar su cacao.

Cuadro 5. Método del secado de cacao

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Método de rastrillo y tendal	75	98.7	98.7	98.7
Método de barbacoa o estera	1	1.3	1.3	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 3. Método del secado de cacao



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

De acuerdo con el gráfico y en la tabla estadística se observa que el 98.7% utilizan el método del tendal y el restante en Método de barbacoa o estera, por los porcentajes obtenidos se podría decir que los cacaoteros utilizan la forma tradicional para secar su cacao, ya sea por razones económicas o por mayor facilidad.

3. De las siguientes opciones indique con una x la manera en que usted comercializa su cacao.

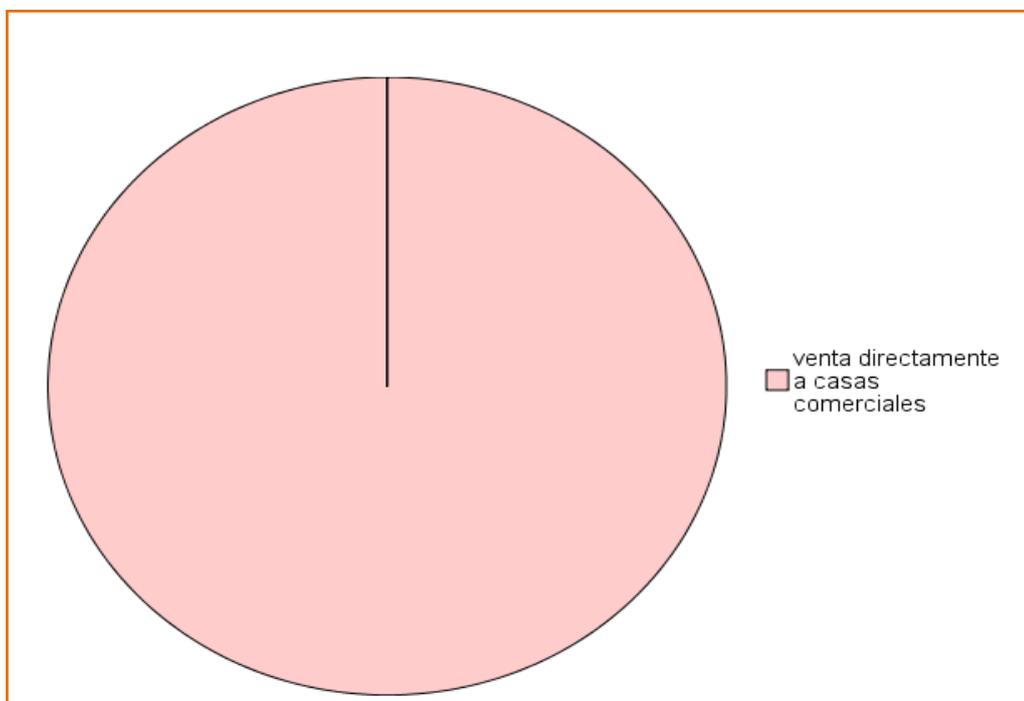
Cuadro 6. Comercialización del cacao

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Venta directamente a casas comerciales	76	100.0	100.0	100.0

Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 4. Método del secado de cacao



Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

De acuerdo a la gráfica y tabla estadística se puede afirmar que los cacaoteros en mayoría comercializan su cacao en casas comerciales. Por motivos de obtener garantías para préstamos y la principal la inexistencia de una comercializadora cercana.

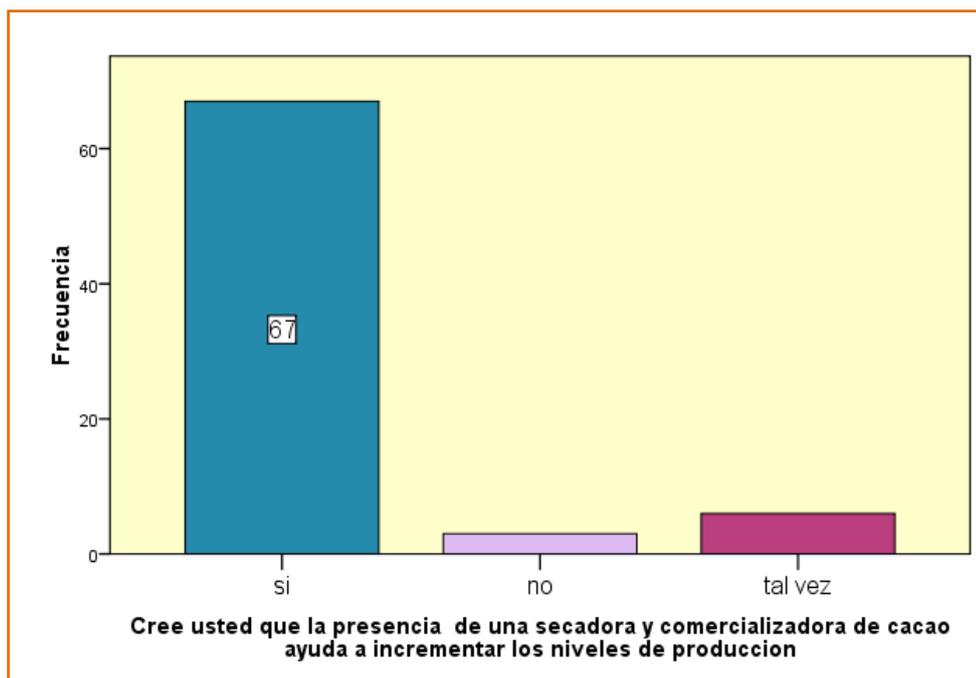
4. ¿Cree usted que la presencia de una secadora y comercializadora de cacao ayude a incrementar los niveles de producción?

Cuadro 7. Presencia de una secadora y comercializadora

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	67	88.2	88.2	88.2
No	3	3.9	3.9	92.1
Tal vez	6	7.9	7.9	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 5. Presencia de una secadora y comercializadora



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Como se puede observar en la gráfica y en la tabla que el 88.2% afirman que con la presencia de una secadora y comercializadora de cacao se aumentaría la producción del cacao, el 7,9%, considera que tal vez se podría, y el 3,9% que no ayudaría en nada. Por lo tanto se podría considerar como factible por ese lado la implantación la empresa.

5. Responda con numeración del 1 al 4 lo siguiente ITEM

- a. Por estar lejos del centro urbano ha vendido su producto a terceras personas

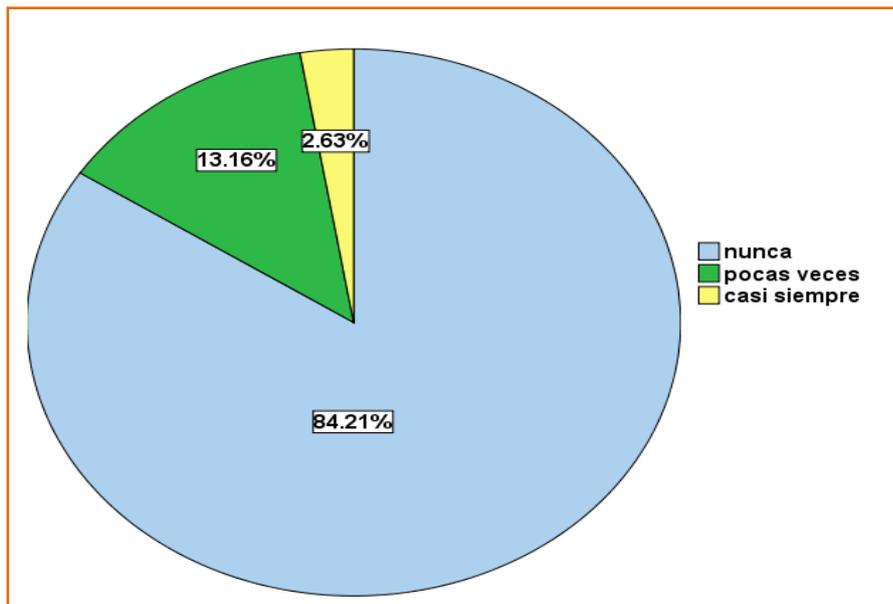
Cuadro 8. Lejanía de los sectores productivos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	64	84.2	84.2	84.2
Pocas veces	10	13.2	13.2	97.4
Casi siempre	2	2.6	2.6	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 6. Lejanía de los sectores productivos



Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

De acuerdo con los datos obtenidos el 84.2% nunca han vendido sus productos a terceras personas, el 13,2% que en ocasiones, y el 2,6% casi siempre, por lo tanto los cacaoteros no venden sus productos a cualquier persona, conservan una cultura bien arraigada en lo que corresponde a vender a una sola persona a la cual designan su confianza.

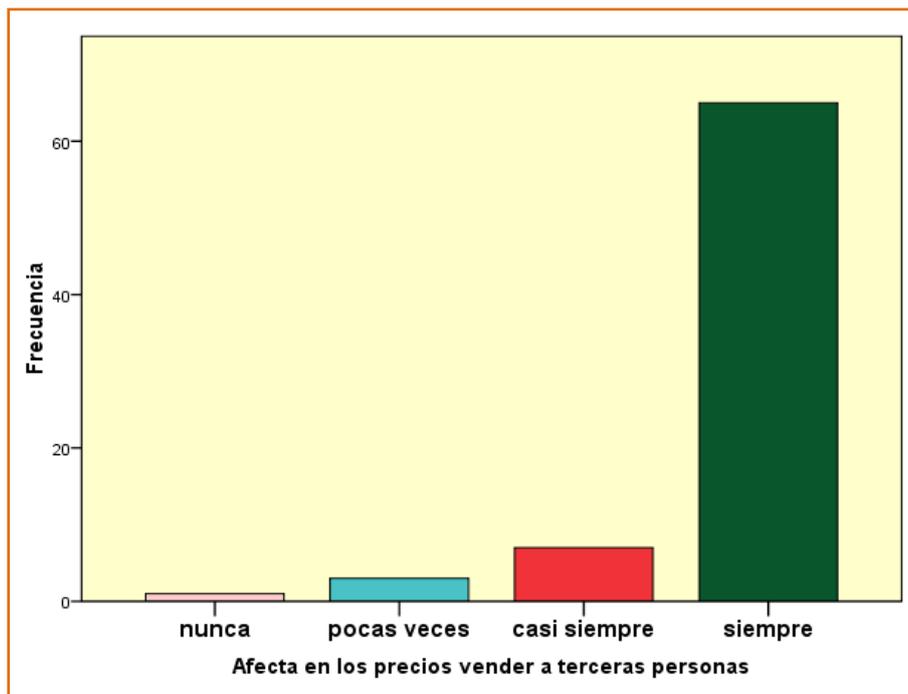
b. Afecta en los precios vender a terceras personas

Cuadro 9. Afectación en precios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	1	1.3	1.3	1.3
pocas veces	3	3.9	3.9	5.3
casi siempre	7	9.2	9.2	14.5
siempre	65	85.5	85.5	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 7. Afectación en precios



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Como se puede observar en la gráfica y en la tabla que el 85,5% confirman que siempre afecta en los precios vender a terceras personas, 9,2% casi siempre, 3,9% y 1,3% que pocas veces, absolutamente nada. Por lo tanto se tendría un punto a favor de la comercializadora ya que se ofrecería precios justo.

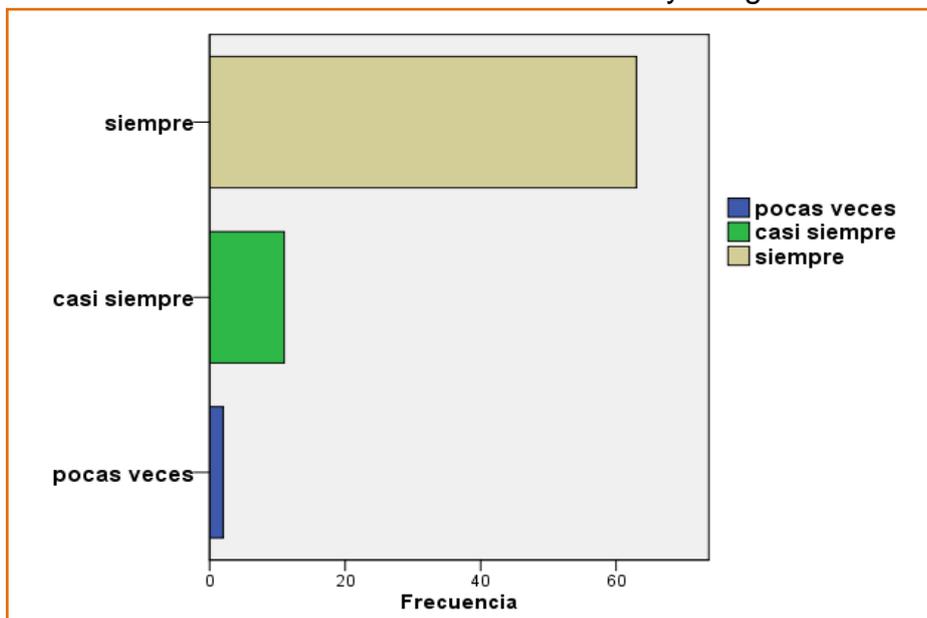
c. Vender el cacao a una comercializadora le daría mayor rentabilidad en sus ingresos

Cuadro 10. Comercializadora da mayor ingreso

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
pocas veces	2	2.6	2.6	2.6
casi siempre	11	14.5	14.5	17.1
siempre	63	82.9	82.9	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 8. Comercializadora da mayor ingreso



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Se puede observar el gráfico que 82.9% aseguran que con una comercializadora mejorarían sus ingresos, el 14.2% que casi siempre y el 2.6% que muy pocas veces. Por lo tanto se confirman que los cacaoteros están dispuestos a vender su producto a una comercializadora.

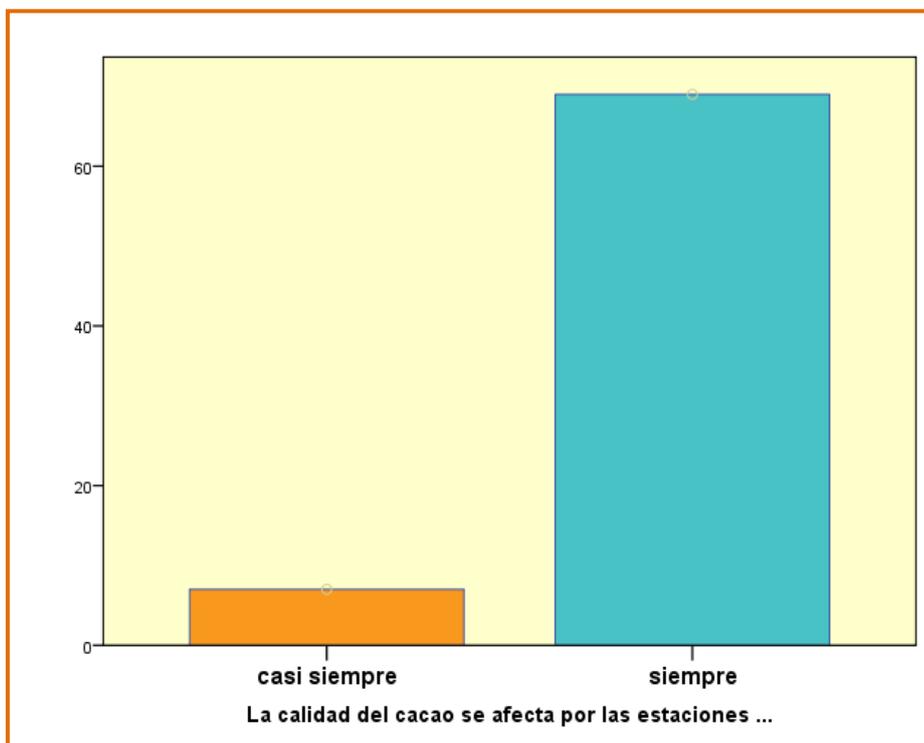
d. La calidad del cacao se afecta por las estaciones climáticas.

Cuadro 11. Afectación de estaciones climática en el cacao

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
casi siempre	7	9.2	9.2	9.2
siempre	69	90.8	90.8	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 9. Afectación de estaciones climática en el cacao



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Con el porcentaje de 90.8 afirman que siempre el cacao tiende a dañar su calidad y producción en cambios de las estaciones climáticas, por lo tanto el restante mantienen lo anterior pero con cierta duda. Entonces al implantar una secadora se debería dar capacitaciones para mantener la calidad en esta temporada para que no desmayen las ventas.

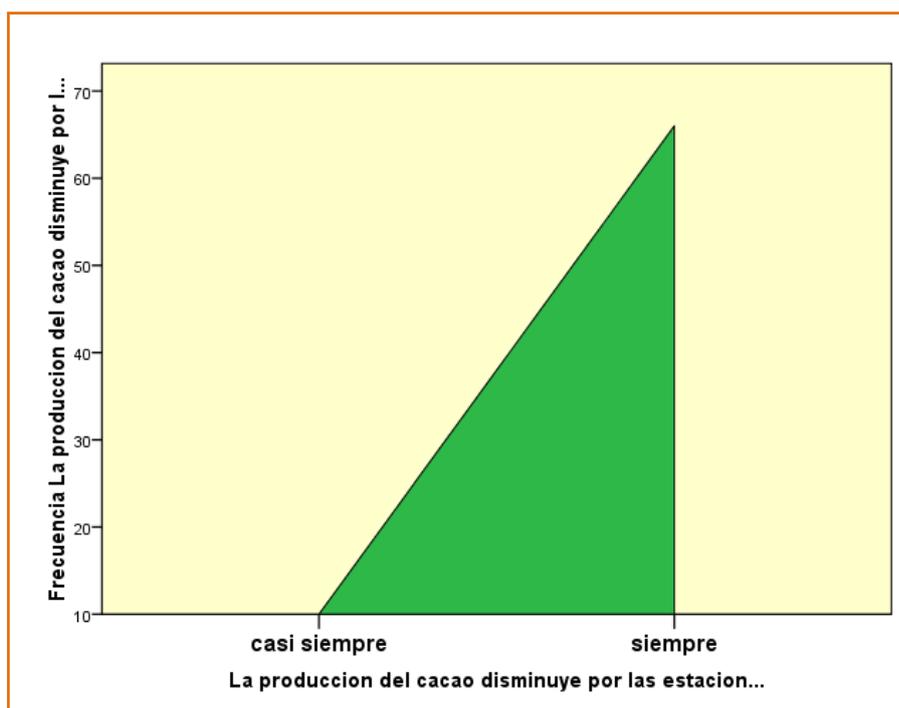
e. La producción del cacao disminuye por la estaciones climáticas

Cuadro 12. Disminución de la producción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
casi siempre	10	13.2	13.2	13.2
siempre	66	86.8	86.8	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 10. Disminución de la producción



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

De acuerdo a la gráfica se puede observar que el 86.8% corresponde a que siempre la producción disminuye en los cambios de estaciones climáticas y por lo tanto se deberá tomar medidas para que en estos temporales no disminuya la producción de cacao, ofreciendo capacitaciones a los agricultores contra plagas y enfermedades contraídas en este periodo.

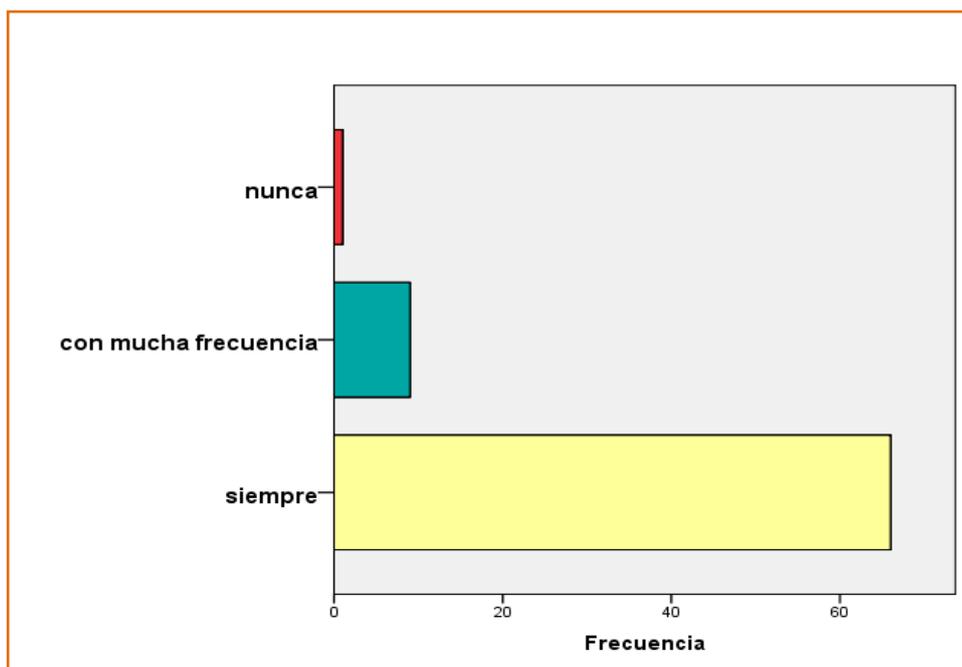
6. ¿Cree usted que la afectación de estaciones climática influyen en la perdida de dinero de los productores?

Cuadro 13. Perdida de dinero por estaciones climáticas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
siempre	66	86.8	86.8	86.8
con mucha frecuencia	9	11.8	11.8	98.7
nunca	1	1.3	1.3	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 11. Perdida de dinero por estaciones climáticas



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

El 86.8% mencionan que siempre y 11% con mucha frecuencia se ven afectado los ingresos económicos por causas de la estaciones climáticas, tan solo un pequeño porcentaje que es de 1.3% mantiene que no son afectados. Por lo tanto se deberá buscar manera de controlar esta debilidad, para que no afecte a futuro a los clientes ni a la empresa.

7. Indique con una x a los siguientes enunciados.

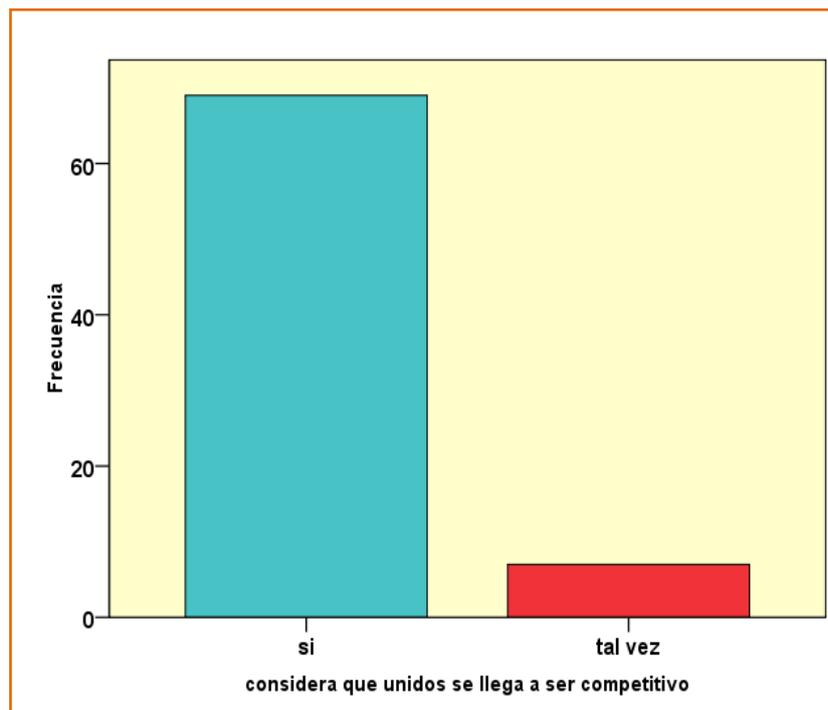
a. Considera que unidos se llega a ser competitivo

Cuadro 14. Unidos se llega a ser competitivo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	69	90.8	90.8	90.8
tal vez	7	9.2	9.2	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 12. Unidos se llega a ser competitivo



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Se puede observar que 90.8% de los productores están de acuerdo que unidos se puede llegar a ser competitivo y el 9,2% aun dudan de lo mencionado. Por lo tanto esto se podría utilizar a favor de la empresa formándose como una asociación cacaotera además de ser una comercializadora.

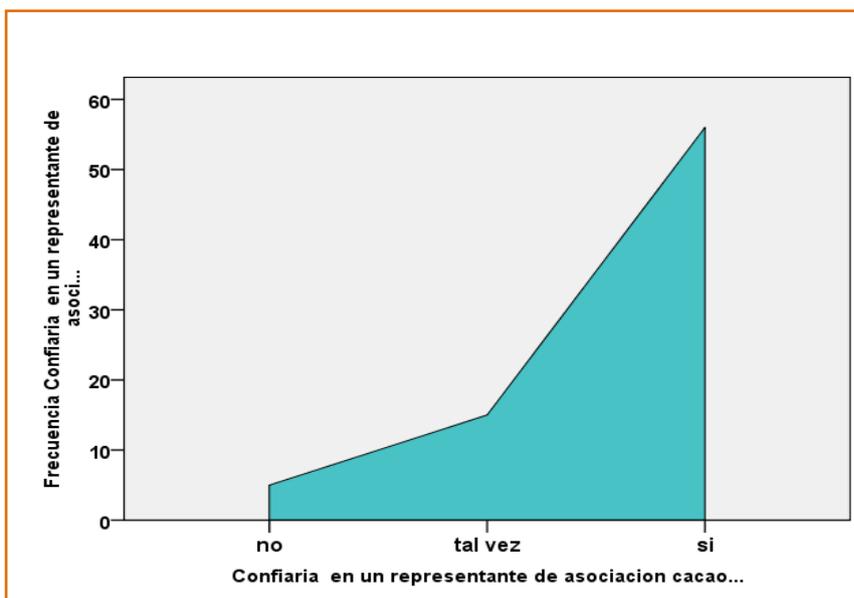
- b. Confiaría en un representante de asociación cacaotera para que realice la venta o compra de su producto.

Cuadro 15. Confianza en representantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
no	5	6.6	6.6	6.6
tal vez	15	19.7	19.7	26.3
si	56	73.7	73.7	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 13. Confianza en representantes



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Se demuestra en la tabla estadística que existe un margen pequeño de desconfianza en presidente de asociaciones con es el 6.6%, el cual no se puede descuidar al momento de implementar este proyecto, pese ha que hay una mayoría en que están dispuesto en confiar en asociaciones.

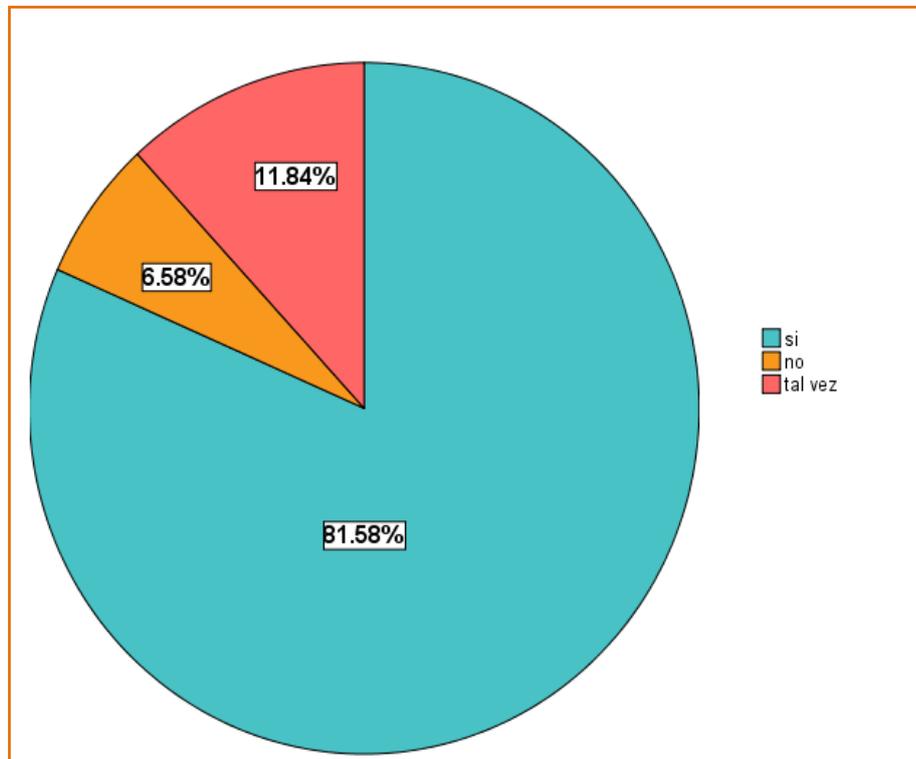
c. Influye el bajo poder de negociación en la competitividad.

Cuadro 16. Bajo poder de negociación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	62	81.6	81.6	81.6
no	5	6.6	6.6	88.2
tal vez	9	11.8	11.8	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 14. Bajo poder de negociación



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

De acuerdo a lo expuesto en la gráfica el 81.6% que si influye el bajo poder de negociación en la competitividad, el 11.6 que tal vez sea necesario, y el 6.65 que no es útil lo mencionado.

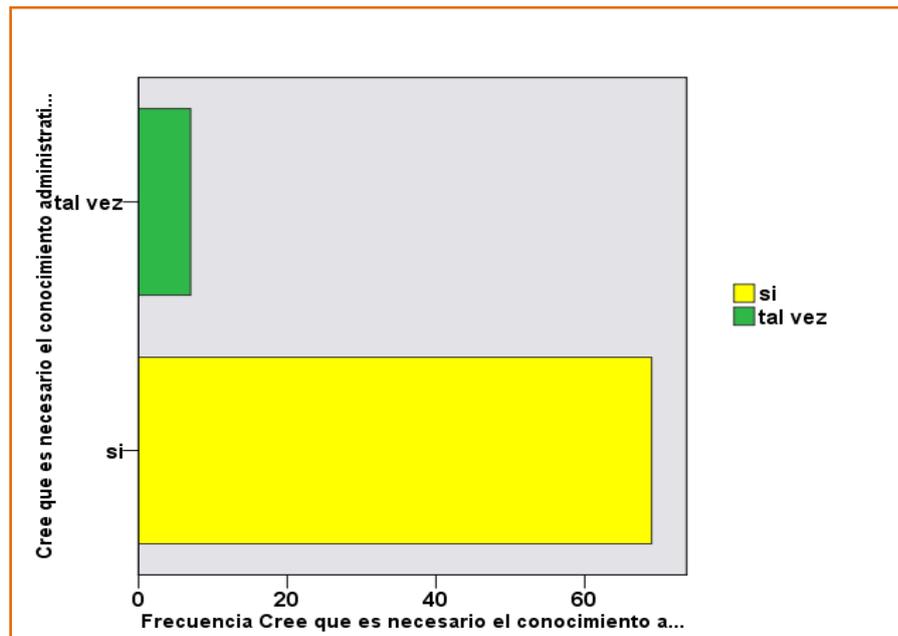
d. Cree que es necesario el conocimiento administrativo en el manejo de sus recursos

Cuadro 17. Conocimiento administrativo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	69	90.8	90.8	90.8
tal vez	7	9.2	9.2	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 15. Conocimiento administrativo



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Como se puede observar en la gráfica y en la tabla que el 90.8% están de acuerdo con que el conocimiento administrativo es necesario para manejar los recursos asignado por asociaciones. El 9.2% que tal vez. Por lo tanto la empresa debe utilizar esto a su favor.

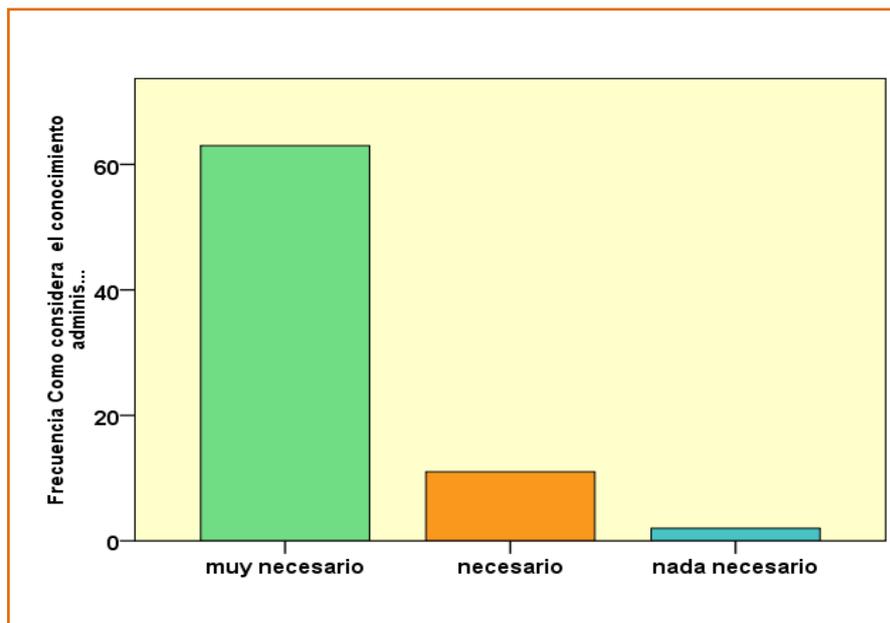
8. ¿Cómo considera el conocimiento administrativo en la a la hora de realizar negociaciones?

Cuadro 18. Conocimiento administrativo para realizar negocios

opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy necesario	63	82.9	82.9	82.9
necesario	11	14.5	14.5	97.4
nada necesario	2	2.6	2.6	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 16 Conocimiento administrativo para realizar negocios



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Se demuestra en la tabla estadística que el 82.9 están de acuerdo con es muy necesario tener un conocimiento administrativo a la hora de realizar negociaciones, el 14.5% expone que es necesario, y el 2.6% que no es necesario.

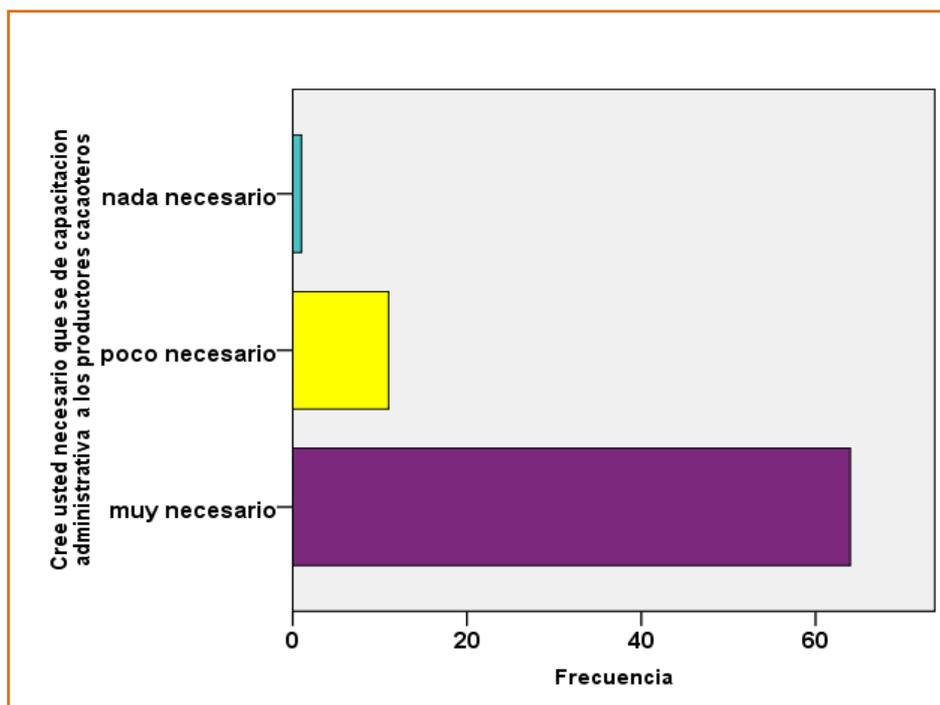
9. ¿Cree usted necesario que se dé capacitación administrativa a los productores cacaoteros?

Cuadro 19. Capacitación administrativa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy necesario	64	84.2	84.2	84.2
poco necesario	11	14.5	14.5	98.7
nada necesario	1	1.3	1.3	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 17 Capacitación administrativa



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Interpretación:

Como se puede observar en la gráfica el 84.2% ESTAN DECAUERDO CON QUE ES necesario la implementación de capacitación administrativa a las personas encargada de asociaciones, el 14,2% le mantiene pero con margen de desconfianza y el 1.3% que no es necesario

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

El estudio se lo realizo en base a 76 encuesta aplicada en los productores cacaotero pertenecientes a la Parroquia Mariscal Sucre, con el objetivo de conocer la factibilidad para la implementación de una secadora y comercializadora de cacao.

Los resultados luego de procesar la información fueron lo siguiente.

1. Los productores de cacao, siembra en su gran mayoría la variedad CCN51, que es productora de varios quintales a la semana, pero también es más vulnerable a plagas y enfermedades producidas por los cambios climáticos. Se deberá actuar con capacitaciones a los cacaoteros para mantener su producción en un nivel promedio.
2. La desconfianza es un factor que puede ocasionar problemas futuros, aunque se muestre con un poco margen, esta no debe ser descuidar. La empresa deberá ganarse la confianza aplicando estrategias de marketing que influyan en la parte psicológica de los productores.
3. De acuerdo a los resultados se observa que los agricultores están dispuesto a vender sus productos a una comercializadora que brinde servicios justo y seguro.
4. La secadora y comercializadora será factible, siempre que satisfaga las necesidades exigida por los clientes.

4.3 RESULTADOS.

Después de haber procesado la encuesta se obtuvo información relevante que servirá de gran ayuda en el desarrollo de la propuesta. A continuación se relacionan preguntas de la encuesta para verificar si se cumplen con los objetivos, sistematización e hipótesis.

Relación de pregunta 2 y 5c

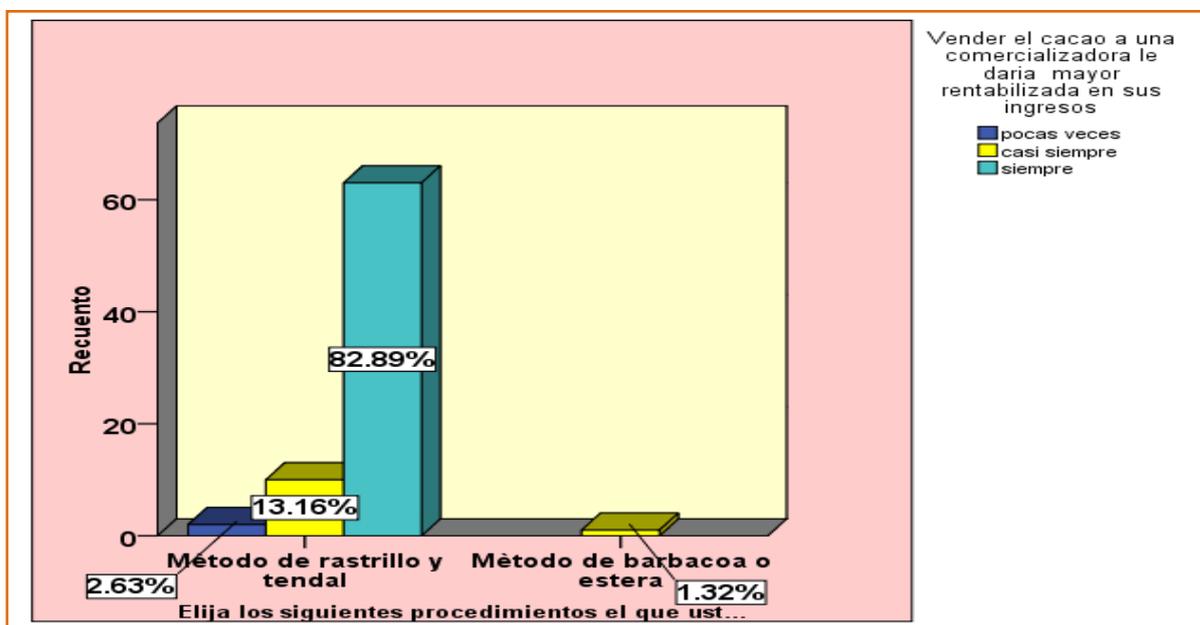
Cuadro 20. Tabla de contingencia pregunta 2 y 5c

			Vender el cacao a una comercializadora le daría mayor rentabilizada en sus ingresos			Total
			pocas veces	casi siempre	siempre	
Elija los siguientes procedimientos el que usted frecuentemente realiza para secar su cacao	Método de rastrillo y tendal	Recuento % de Vender el cacao a una comercializadora le daría mayor rentabilizada en sus ingresos	2 100.0%	10 90.9%	63 100.0%	75 98.7%
	Método de barbacoa o estera	Recuento % de Vender el cacao a una comercializadora le daría mayor rentabilizada en sus ingresos	0 .0%	1 9.1%	0 .0%	1 1.3%
Total		Recuento % de Vender el cacao a una comercializadora le daría mayor rentabilizada en sus ingresos	2 100%	11 100%	63 100%	76 100%

Fuente: Información obtenida de la encuestas

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 18. Relación pregunta 2 y 5c



Fuente: Información obtenida de la encuesta

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

La presente gráfica nos demuestra que el 82.89% de los productores utilizan el procedimiento natural para secar el cacao, además que están dispuestos a vender a una comercializadora que les ofrezcan mayor rentabilidad en sus ingresos. Por ende se podría confirmar que es factible esta propuesta.

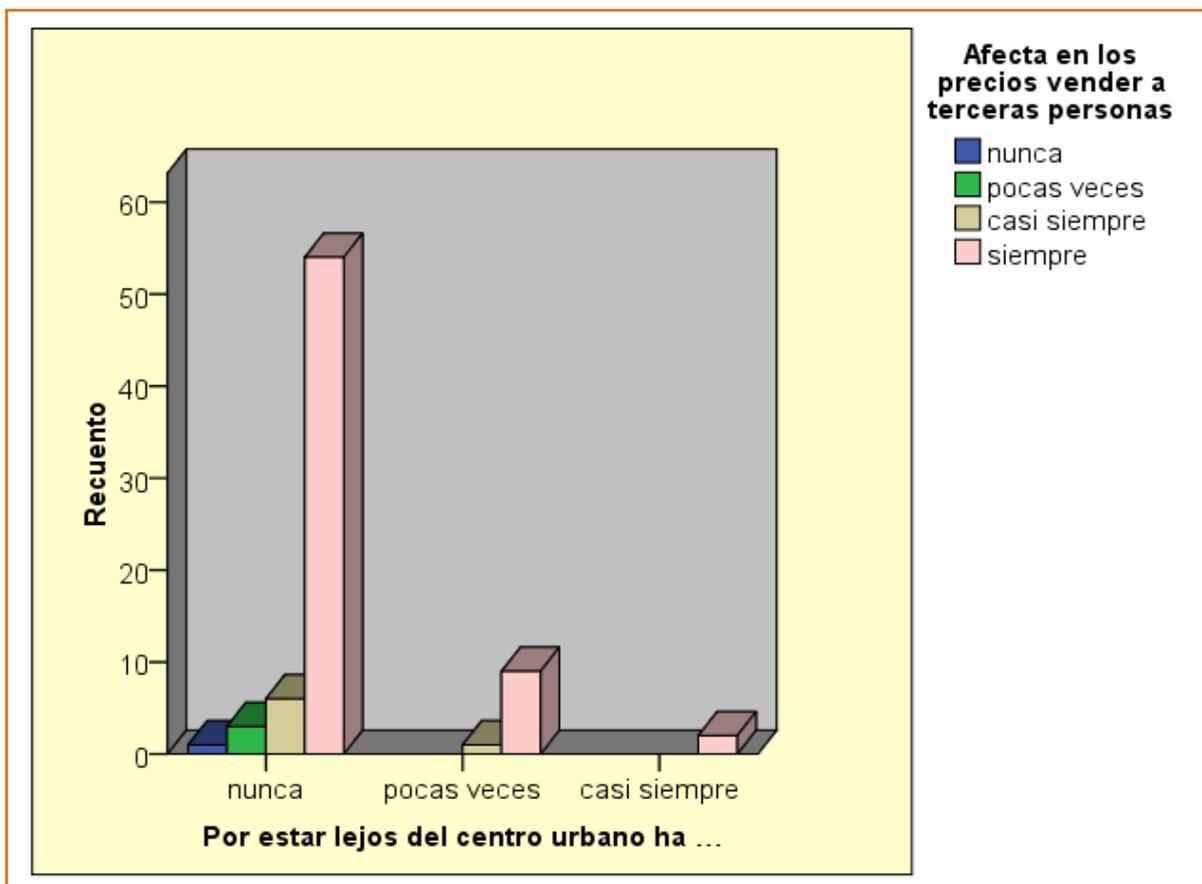
Relación de pregunta 5a y 5b

Cuadro 21. Tabla de contingencia pregunta 5a y 5b

			Afecta en los precios vender a terceras personas				Total
			nunca	Pocas veces	casi siempre	siempre	
Por estar lejos del centro urbano ha vendido su producto a terceras personas	nunca	Recuento	1	3	6	54	64
		% de Afecta en los precios vender a terceras personas	100.0%	100.0%	85.7%	83.1%	84.2%
	pocas veces	Recuento	0	0	1	9	10
		% de Afecta en los precios vender a terceras personas	.0%	.0%	14.3%	13.8%	13.2%
	casi siempre	Recuento	0	0	0	2	2
		% de Afecta en los precios vender a terceras personas	.0%	.0%	.0%	3.1%	2.6%
Total		Recuento	1	3	7	65	76
		% de Afecta en los precios vender a terceras personas	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 19. Relación pregunta 5 a y 5b



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Según el cuadro y la gráfica se puede observar que su mayoría confirman que vender a terceras personas les perjudica en los precios del producto y que pese a ello venden sus productos a casas comerciales que a pesar de no ser intermediadores los precios que pagan no son los acorde al mercado. Por ende se confirma la hipótesis particular 1 y que un sub problema que conlleva a la implantación de esta propuesta.

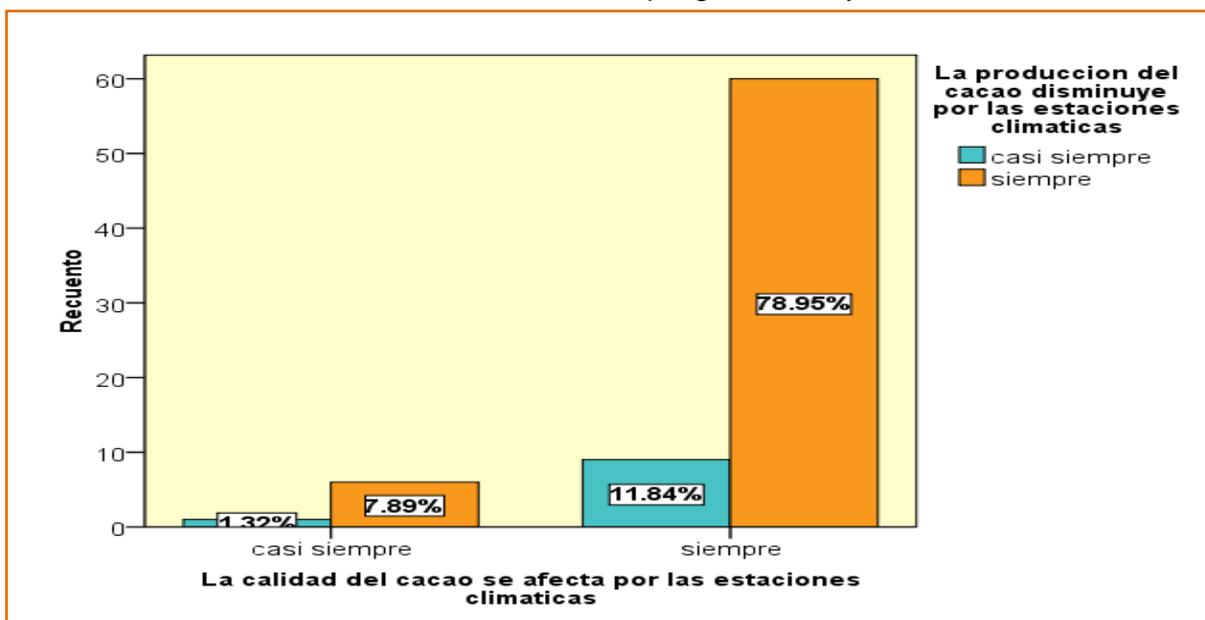
Relación de pregunta 5d y 5e

Cuadro 22. Tabla de contingencia pregunta 5d y 5e

			La producción del cacao disminuye por las estaciones climáticas		Total
			casi siempre	siempre	
La calidad del cacao se afecta por las estaciones climáticas	casi siempre	Recuento % de La producción del cacao disminuye por las estaciones climáticas	1 10.0%	6 9.1%	7 9.2%
	siempre	Recuento % de La producción del cacao disminuye por las estaciones climáticas	9 90.0%	60 90.9%	69 90.8%
Total		Recuento % de La producción del cacao disminuye por las estaciones climáticas	10 100.0%	66 100.0%	76 100.0%

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 20. Relación pregunta 5 d y 5e



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Según lo observado se puede deducir que los cambios de estaciones climáticas afectan a la economía del agricultor, ya sea en merma de calidad o por pérdida de cosechas. Es un factor importante que se debe tomar en consideración en la hora de implantar esta propuesta, porque se tendrá que buscar soluciones.

Se cumple la hipótesis 2 planteada en este tema.

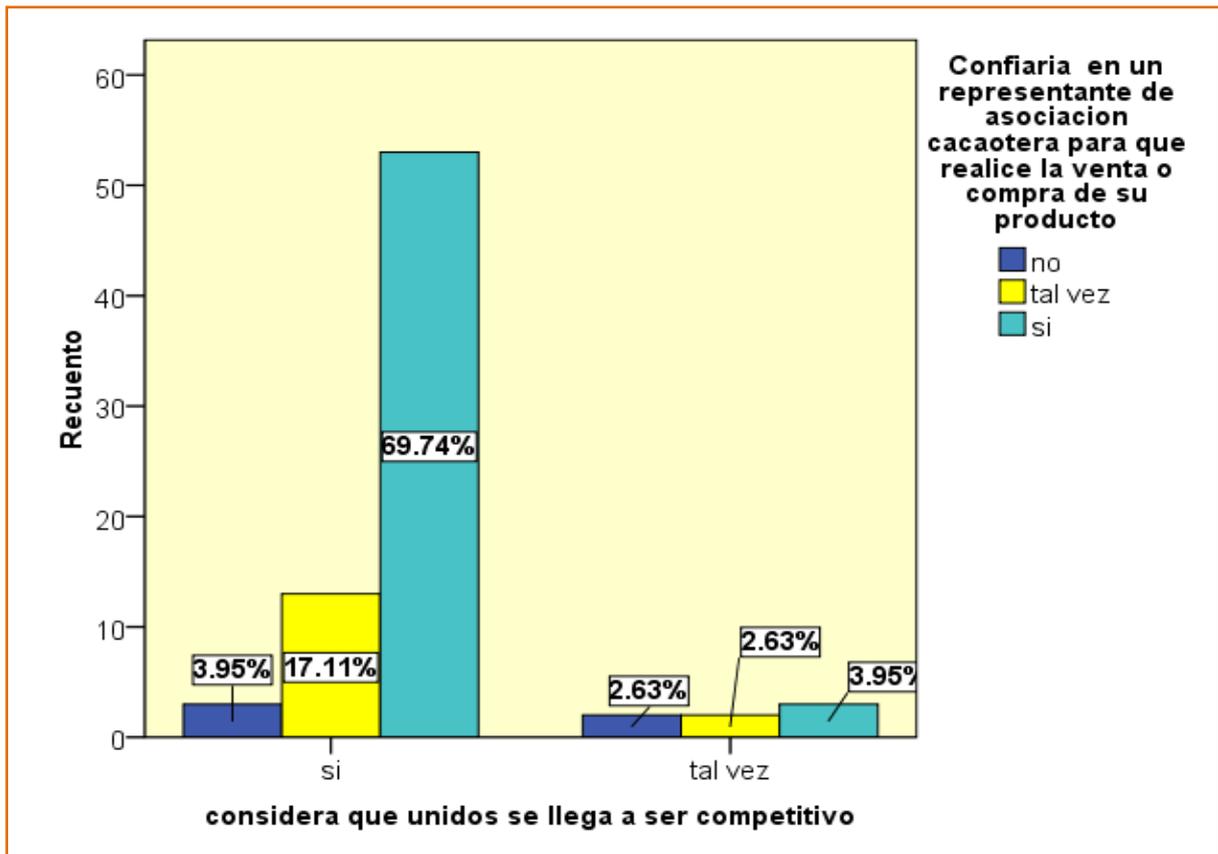
Relación de pregunta 7a y 7b

Cuadro 23 Tabla de contingencia pregunta 7a y 7b

		Confiaría en un representante de asociación cacaotera para que realice la venta o compra de su producto			Total
		no	tal vez	si	
Considera que unidos se llega a ser competitivo	si	Recuento 3	13	53	69
	% de Confiaría en un representante de asociación cacaotera para que realice la venta o compra de su producto	60.0%	86.7%	94.6%	90.8%
	tal vez	Recuento 2	2	3	7
	% de Confiaría en un representante de asociación cacaotera para que realice la venta o compra de su producto	40.0%	13.3%	5.4%	9.2%
Total	Recuento	5	15	56	76
	% de Confiaría en un representante de asociación cacaotera para que realice la venta o compra de su producto	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 21. Relación pregunta 7 a y 7b



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Se puede observar que el 69.74% de los productores consideran importante que unidos se puede llegar a ser competitivo y al mismo tiempo que estarían dispuestos a confiar en un representante para que los guíe, siempre que les demuestre confianza, lealtad hacia ellos. De tal manera se confirma la hipótesis 3 de planteada en esta propuesta.

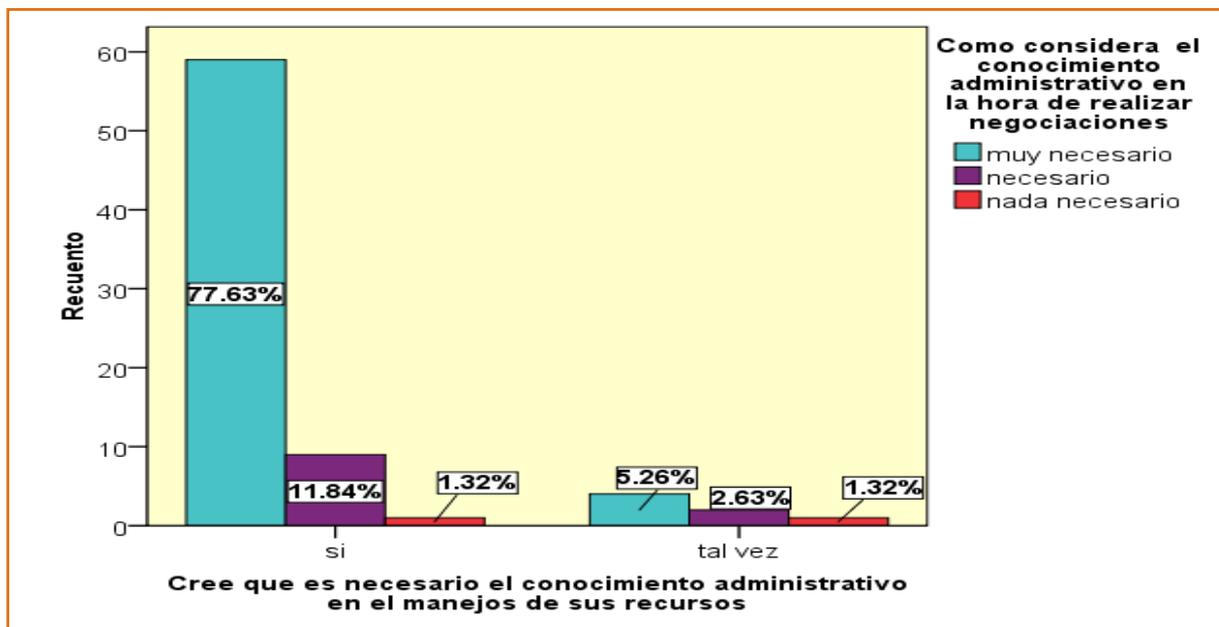
Relación de pregunta 7d y 8

Cuadro 24 Tabla de contingencia pregunta 7d y 8

			Como considera el conocimiento administrativo en la hora de realizar negociaciones			Total
			muy necesario	necesario	nada necesario	
Cree que es necesario el conocimiento administrativo en el manejo de sus recursos	si	Recuento	59	9	1	69
		% de Como considera el conocimiento administrativo en la hora de realizar negociaciones	93.7%	81.8%	50.0%	90.8%
	tal vez	Recuento	4	2	1	7
		% de Como considera el conocimiento administrativo en la hora de realizar negociaciones	6.3%	18.2%	50.0%	9.2%
Total		Recuento	63	11	2	76
		% de Como considera el conocimiento administrativo en la hora de realizar negociaciones	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 22. Relación pregunta 7d y 8



Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

En la tabla y en la gráfica se demuestra que el 77,63% consideran necesario el conocimiento administrativo, y que afecta directamente en el poder de negociación del representante o productores a cargo de una asociación. Por lo se confirma la hipótesis 4 de la propuesta.

ENTREVISTA N° 1

Datos del entrevistado:

Nombre: Ing. Julio Morán

Agricultor de la Parroquia Mariscal Sucre

1. ¿Cómo se realiza la comercialización del cacao actualmente?

Para mi parecer se viene realizando directamente a casa comerciales del cantón Milagro, por la falta de una institución que compre el cacao en este sector.

2. ¿Considera usted que la aplicación inadecuada de procedimientos de secado y comercialización afecten en los ingresos económicos de los productores?

Considero que si afectan a los ingresos económicos de los productores porque al no ser secado correctamente merma la calidad y disminuye el peso.

3. ¿Considera usted que la comercialización mediante intermediario afecta en los precios?

Si porque ellos pagan precios de acuerdo a su beneficio y no hay ninguna entidad que los regulen.

4. ¿Usted cree que la producción del cacao disminuye por los cambios climáticos?

Si, porque los cambios de clima traen consigo plagas que afecta a la producción de cacao.

5. ¿Está usted de acuerdo con que se realice la comercialización individual en este sector?

En parte porque al vender directamente a casas comerciales pagan enseguida, lo contrario con las asociaciones.

6. ¿Si existiera una institución que cumpliera con los servicios ofrecidos usted se asociaría?

Si, ya que me ayudaría en como producir más y por ende tener mayor rentabilidad.

7. ¿Considera usted que el desconocimiento administrativo disminuye el poder de negociación?

Si porque al no tener conocimiento de lo que se va a dirigir se perdería oportunidades

ENTREVISTA N° 2

Datos del entrevistado:

Nombre: Sr. Oswaldo Jiménez

Agricultor de la Parroquia Mariscal Sucre

1. ¿Cómo se realiza la comercialización del cacao actualmente?

En la actualidad se realiza directamente a casa comercial de catones aledaños por el pago inmediato.

2. ¿Considera usted que la aplicación inadecuada de procedimientos de secado y comercialización afectan en los ingresos económicos de los productores?

Considero que si afectan porque al aplicar procedimientos incorrectos de secados y comercialización se perdería la calidad y por ende merma el precio.

3. ¿Considera usted que la comercialización mediante intermediario afecta en los precios?

Si afectan porque cancelan precios no acorde al mercado.

4. ¿Usted cree que la producción del cacao disminuye por los cambios climáticos?

Sí, porque los cambios de clima traen consigo plagas que afecta a la producción de cacao.

5. ¿Está usted de acuerdo con que se realice la comercialización individual en este sector?

Si estoy de acuerdo porque la plata la pagan inmediatamente

6. ¿Si existiera una institución que cumpliera con los servicios ofrecidos usted se asociaría?

Si me asociara porque tendría mayores beneficios

7. ¿Considera usted que el desconocimiento administrativo disminuye el poder de negociación?

Si porque al no tener conocimiento de lo que se va a dirigir se perdería oportunidades

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 25. Verificación de las Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>Hipótesis general.- La aplicación de procedimientos inadecuados en el secado y en la comercialización del cacao influye en los bajos ingresos económicos de los productores agrícolas de la parroquia Mariscal Sucre.</p>	<p>Esta hipótesis se puede verificar en la pregunta 2 de la entrevista y 3 - 5c de la encuesta, en la cuales indican que la mala implementación de procedimientos de secados influye en la calidad y por ende menos será el ingreso. la propuesta se podría decir que es factible</p>
<p>Hipótesis particular 1.- La distancia entre los sectores productivos y el centro parroquial de Mariscal Sucre influye en el sometimiento de los productores de cacao a la comercialización mediante intermediarios</p>	<p>La hipótesis no se cumple a su cabalidad porque ellos no comercializan con terceras personas, pero si lo hacen con casas comerciales las cuales son intermediarios entre una comercializadora y el producto final. En otras palabras se cumple en un 60%. Y se refleja en la pregunta 3 y 5 de la encuesta aplicada a los productores de cacao.</p>
<p>Hipótesis particular 2.- La afectación de las estaciones climáticas influye en los bajos rendimientos productivos del cacao en los productores de la parroquia Mariscal Sucre.</p>	<p>En esta hipótesis se afirma en la pregunta 5d, 5e y 6 de la encuesta aplicada, por lo tanto las estaciones climáticas afectan en la calidad, la producción e influye en la economía del productor cacaotero.</p>
<p>Hipótesis particular 3.- La desconfianza existente en los representantes de asociaciones cacaoteras impide la integración de los productores de la parroquia Mariscal Sucre</p>	<p>La hipótesis se cumple en un 50%, porque los agricultores en parte están dispuesto a creer en una persona para realizar sus ventas, siempre que se cumplan con sus exigencia las cuales impiden hasta la fecha la unión de estos productores.</p>
<p>Hipótesis particular 4.- El desconocimiento administrativo de los productores cacaoteros de Mariscal Sucre afecta su competitividad debido a su bajo poder de negociación</p>	<p>La hipótesis se cumplen en gran parte, ya que en las preguntas 7d, 8, 9 se refleja que los cacaoteros no poseen algún conocimiento administrativo y por lo tanto no se encuentra en la capacidad de administrar correctamente ningún negocio.</p>

Fuente: Información obtenida de la encuesta
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa secadora y comercializadora de cacao en la parroquia Mariscal Sucre del cantón Milagro.

Con la presente investigación lo que queremos es determinar la factibilidad de una empresa secadora y comercializadora de cacao, a través de un estudio técnico de mercado que proporcione información suficiente y veraz, con el propósito de contribuir a mejorar los ingresos económicos de los productores agrícolas de la parroquia Mariscal Sucre.

Además recalcar el problema principal de esta investigación es: inadecuados procedimientos en el secado y en la comercialización del cacao por los productores agrícolas de la Parroquia Mariscal Sucre.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

A continuación tenemos una breve referencia de organizaciones, que a nivel nacional, brindan servicios similares a los que el Centro VANECAO S.A, que se propone crea otorgara.

Fundación Maquita Cushunchic (MCCH)

De acuerdo a la página web www.fundmcch.com.ec. Fundación Maquita Cushunchic nació de un esfuerzo asociativo y solidario de comunidades de base y organizaciones populares, para dar respuesta a la necesidad de contar con sistemas de comercialización alternativa, enmarcada en la construcción de un mercado

solidario, mediante la comercialización comunitaria entre las redes de productores y productoras organizadas y las Empresas Sociales Maquita.

Empresa social AgroMaquita

Es una empresa social creada en 1992, trabaja con pequeños productores de cacao acopiando la producción de cacao fino de aroma de 19 centros de acopio comunitarios, distribuidos en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Bolívar, Los Ríos, El Oro y Guayas. Exportan directamente el producto buscando un mejor precio para las familias campesinas.



Se ha logrado posicionarse en la producción artesanal de cacao fino de aroma. Su modelo alternativo inicia desde la asistencia técnica a las familias cacaoteras para lograr calidad y mejorar los volúmenes de producción. La comercialización incluye el acopio, tratamiento y transporte del cacao.¹⁴

UNOCACE (Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador))

UNOCACE es una organización de segundo nivel, creada el 2 de Febrero de 1.999 Conformada por 18 asociaciones campesinas y 1.800 productores certificados orgánicos, ubicadas en cuatro provincias del país: Los Ríos, Guayas, El Oro y Bolívar, con una superficie de 13.580 hectáreas. Desde el 2.002 comercializa cacao con Certificación Orgánica y emitida por ECOCERT cumpliendo con la norma CE834/2007&CE889/2008 NOP AND BIO EQUITABLE.

Actualmente UNOCACE exporta 1.500 toneladas de cacao por año convirtiéndose en una de las primeras empresas de exportación de cacao orgánico del país, siendo esta una de las pocas que hasta el momento ha sido merecedora del Sello de Calidad de Origen, que otorga el gobierno del Ecuador a aquellas destacadas

¹⁴ Fundación Maquita Cushunchic: Breve reseña histórica, <http://www.fundmcch.com.ec>, consultado el 28 de enero del 2013.

empresas orientadas a buscar, cuidar y mantener la calidad de lo nuestro.¹⁵

CONFINA

Cofina fue fundada en 1993 y comenzó sus exportaciones en abril de 1994. Tiene las más nuevas instalaciones para los beneficiarios del cacao en el país, inaugurando sus nuevas oficinas en el 2000 ubicadas en la vía Durán – Tambo. Esta ubicación permite el acceso desde varias partes del país tanto a comerciantes y distribuidores como a los productores de cacao.

Cofina tiene una capacidad mensual de 2.000 toneladas métricas para la preparación y selección de las distintas cualidades ASE, ASS, ASSS y para preparaciones especiales de acuerdo a los requerimientos de los clientes. A partir del año 2010 Cofina cuenta con una industria de última tecnología para procesamiento de cacao con capacidad de ofrecer licor, manteca y polvo de cacao.¹⁶

En función de lo resaltado de las instituciones anteriormente mencionada, se propone que VENECACAO S.A se organice como una sociedad anónima, la cual permitirá cumplir de mejor manera los objetivos propuesto.

Existe la posibilidad de organizarse también como una institución sin fines de lucro, pero considerando que las condiciones de la zona, con una marcada desconfianza hacia lo comunitario, no es propicio para este tipo de organización.

El propósito de obtener utilidades y desarrollar estrategias propias de mercado, como características principales de una organización privada, brindando al impulso necesario para que VANECACAO S.A constituida como una empresa privada, pueda salir adelante y cumplan con las metas propuesta.

Las características de la sociedades anónimas, entre otras son las siguientes:

- ✓ Limitación de responsabilidad de los accionistas frente a terceros.
- ✓ División del capital social en acciones.

¹⁵UNOCACE: Reseña Histórica de la compañía, <https://www.unocace.com.ec>, extraído el 28 de enero del 2013

¹⁶ CONFINA. Característica de la empresa, <https://www.cofina.com.ec>, consultado el 28 de enero del 2013

- ✓ Negociabilidad de las participaciones.
- ✓ Estructura orgánica personal.
- ✓ Existencia bajo una denominación pública
- ✓ Facilidad de financiación tanto propia como ajena.
- ✓ La forma de administración. La gestión está centralizada y es ejercida por órganos elegidos por los accionistas.

Los órganos de gobierno de la sociedad anónima están formados por:

- La Junta General de Accionistas
- Los administradores
- El Consejo de Administración ¹⁷

5.3 JUSTIFICACIÓN

Cabe mencionar, los sub-problemas originados por el problema del punto 5.1 se lo detalla de esta manera: distancia entre los sectores productivos, afectación de las estaciones climáticas, desconfianza en los representantes de asociaciones cacaoteras y por último el desconocimiento administrativo de los productores.

Si no se controlase a tiempo los ante expuesto esto se reflejaran en los siguientes efectos: comercialización a intermediarios, pérdida de calidad, comercialización individualista, bajo poder de negociación.

Por tal razones menciono que es de vital importancia la implementación de esta investigación porque contribuirá en:

- ✓ Determinar los efectos que produce la distancia entre los sectores productivos y el centro parroquial de Mariscal Sucre en la comercialización del cacao.
- ✓ Identificar de qué manera afectan las estaciones climáticas en los bajos rendimientos productivos del cacao en los productores de la parroquia Mariscal Sucre.

¹⁷ Superintendencia de compañía , Boletín mensual características de las compañías anónimas, <https://www.supercompañias.gob.ec>, consultado el 28 de enero del 2013

- ✓ Analizar las consecuencias de la desconfianza en los representantes de asociaciones cacaoteras en la integración de los productores de la parroquia Mariscal Sucre.
- ✓ Analizar de qué manera afecta el desconocimiento administrativo de los productores de Mariscal Sucre en su bajo poder de negociación.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general

Fomentar una nueva cultura de secado y comercialización, a través de la aplicación de técnicas administrativas, operativas y de marketing, con el propósito de contribuir a mejorar los ingresos económicos de los productores agrícolas.

5.4.2 Objetivos específicos

1. Ofrecer alternativas de compra para cubrir el mercado externo a la parroquia.
2. Desarrollar un plan de capacitaciones para los productores cacaotero sobre cómo mantener la calidad del cacao en tiempos invernales.
3. Fomentar la integración entre agricultores mediante el pago a precios justos más un incentivo económico.
4. Ofrecer capacitaciones a los presidentes de asociaciones sobre cómo manejar correctamente sus recursos.
5. Analizar a los exportadores cacaoteros del país, para escoger la mejor alternativa de venta, con el fin de ser buenos competidores en este mercado.

5.5 FODA

Una de las herramientas administrativa más utilizada para determinar la situación actual y posterior de una organización es el denominado FODA, en el cual se analizara las fortaleza, oportunidades, debilidades ya amenazas con que cuenta una organización.

A continuación detallamos un FODA para VANECAO S.A, con el pretendemos establecer la situación sobre la cual le tocara desenvolverse a la empresa, en la perspectivas de generar en bases a ella estrategias direccionadas a cumplir los objetivos propuestos.

Fortaleza

- Infraestructura acorde a las necesidades de la empresa.
- Los primeros en compras a precios acorde al mercado.
- Ser los únicos en ofrecer estos servicios en el sector.
- Asistencia técnica y personalizada al agricultor.
- Capacidad de llegar a los agricultores de todos los sectores de la parroquia

Oportunidades

- Existencia de exportadores de cacao como potenciales clientes
- Crecimiento productivo del sector en proceso.
- Aumento de interés del productor por cultivar el cacao.
- Incentivo monetario establecido nacionalmente para la venta de cacao de alta calidad.
- Incremento de la oferta nacional por el cacao convencional

Debilidades

- Ser una empresa nueva en esta actividad.
- Baja productividad por hectáreas
- Poca credibilidad de este tipo de empresa por antecedentes pasados
- Cacaotales de bajo rendimiento productivo por malos procesos de cultivo.
- Mezcla de tipos de cacao que merman la calidad.

Amenaza

- Disminución del producto por las estaciones climáticas.
- Probable aparición de nuevos competidores.
- Inestabilidad de precios por causa de la economía del país.
- Merma en la calidad del cacao provocado por plagas.
- Presencia de plagas y enfermedades incontrolables. .

5.5.1 Ponderación de la matriz FODA

Medios Internos

Los factores que se utilizarán son clasificados así:

1= Debilidad grave

2= Debilidad menor

3= Fortaleza menor

4= Fortaleza importante

Para los resultados internos la calificación puede ser entre cuatro máximo que implica que la empresa tiene mayores fortaleza y uno mínimo que indica que la empresa enfrenta debilidades importantes, la media es igual a 2.5 cuando el resultado es inferior al promedio se tiene más debilidades que oportunidades, si resultado es mayor que el promedio se posee más fortaleza que debilidades.

Cuadro 26 Ponderación de la matriz FODA 1

No.	Factores internos claves	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
Fortalezas				
1	Infraestructura acorde a las necesidades de la empresa.	3	0,10	0,3
2	Los primeros en compra a precios acorde al mercado.	4	0,10	0,4
3	Ser los únicos en ofrecer estos servicios en el sector.	4	0,10	0,4
4	Asistencia técnica y personalizada al agricultor	3	0,10	0,3
5	Capacidad de llegar a los agricultores de todos los sectores de la parroquia	4	0,10	0,4
Debilidades				
6	Ser una empresa nueva en esta actividad.	1	0,10	0,1
7	Baja productividad por hectáreas	1	0,10	0,1
8	Poca credibilidad de este tipo de empresa por antecedentes pasados	2	0,10	0,2
9	Cacaotales de bajo rendimiento productivo por malos procesos de cultivo.	2	0,10	0,2
10	Mescla de tipos de cacao que merman la calidad.	1	0,10	0,1
	TOTAL			2,5

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

En el cuadro demuestra que se encuentra en un equilibrio dado que es el 2.5 media indicada para esta matriz. Por lo tanto no existe superioridad entre fortaleza y debilidades, es recomendado poner en práctica dicha propuesta.

Medios externos

Para diagnosticar influencias externas sobre la entidad es necesario la Elaboración de la siguiente matriz;

Los parámetros que se utilizarán son clasificados así:

1= Amenaza importante

2= Amenaza menor

3= Oportunidad menor

4= Oportunidad importante

Para los resultados externos la calificación puede ser entre cuatro máximo que implica que la empresa tiene mayores oportunidades y uno mínimo que indica que la empresa enfrenta amenazas importantes, la media es igual a 2.5 cuando el resultado es inferior al promedio se tiene más amenazas que oportunidades, si el resultado es mayor que el promedio se posee más oportunidades que amenazas

Cuadro 27. Ponderación matriz FODA 2

No.	Factores internos claves	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
Oportunidades				
1	Existencia de exportadores de cacao como potenciales clientes.	3	0,10	0,30
2	Crecimiento productivo del sector en proceso.	4	0,10	0,40
3	Aumento de interés del productor por cultivar el cacao.	4	0,10	0,40
4	Incentivo monetario establecido nacionalmente para la venta de cacao de alta calidad.	3	0,10	0,30
5	Incremento de la oferta nacional por el cacao convencional	3	0,10	0,30
Amenazas				
6	Disminución del producto por las estaciones climáticas.	1	0,10	0,10
7	Probable aparición de nuevos competidores.	2	0,10	0,20
8	Inestabilidad de precios por causa de la economía del país.	1	0,10	0,10
9	Merma en la calidad del cacao provocado por plagas.	1	0,10	0,10
10	Presencia de plagas y enfermedades incontrolables.	1	0,10	0,10
TOTAL		22	0,99	2,30

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

En la tabla demuestra que se tiene que trabajar en convertir ese pequeño margen de amenaza en ventajas para la empresa. El valor 2.30 no está tan distante de la media mostrada, por lo tanto no es de mayor preocupación.

5.5.2 Estrategias

Estrategias FO

- Ofrecer precios acorde a lo establecido en el mercado
- Ofrecer incentivos monetarios a quien venda su producto con alta calidad
- Darnos a conocer como empresa mediante publicidad persona a persona con los posibles compradores.
- Ofrecer el servicios personalizado a productores lejanos al centro de acopio

Estrategias DO

- Atraer al cliente mediante publicidad de los servicios, para así darnos a conocer como empresa dentro de este mercado.
- Capacitar al productor con charlas en las que ayuden a mejorar sus cultivos
- Incentivo monetario a quienes mantenga por separados los tipos de variedad al momento de la venta.
- Aplicar estrategias de marketing que influyan en la parte psicológica de los productores.

Estrategias FA

- Capacitar al productor en cómo combatir las plagas dada por el cambio de estación climáticas
- Buscar nuevos proveedores en especial en la temporada de baja producción
- Fidelizar al cliente mediante la aplicación de estrategias de mercado, para combatir a posibles competidores.
- Mantenernos un equilibrio de precios.

Estrategias DA

- Aplicar capacitación de cómo mejorar el bajo rendimiento por hectáreas.
- Comprar el producto en baba en las temporadas invernales para así mantener la calidad del producto.
- Incentivar la producción del cacao nacional.

5.5.3 Misión

Fomentar el comercio del cacao a gran escala en este sector, para contribuir con su desarrollo agro-económico, mejorando la calidad de vida de sus productores ofertando precios acorde al mercado.

5.5.4 Visión

Ser una secadora y comercializadora competitiva líder en el mercado cacaotero, con un equipo humano comprometido a servir al cliente, con flexibilidad al cambio y necesidades del mercado.

5.5.5 Políticas de la Empresa

1. Llegar a la empresa usando el respectivo uniforme
2. Puntualidad en la llegada a laborar
3. Mantener las oficinas y las demás áreas de trabajo limpias.
4. Botar la basura en los respectivos tachos de reciclajes.
5. Laborar de manera honesta.
6. Atender al cliente de manera amable.
7. Las diferentes identificaciones laborales no pueden ser usada fuera de la empresa previa autorización.

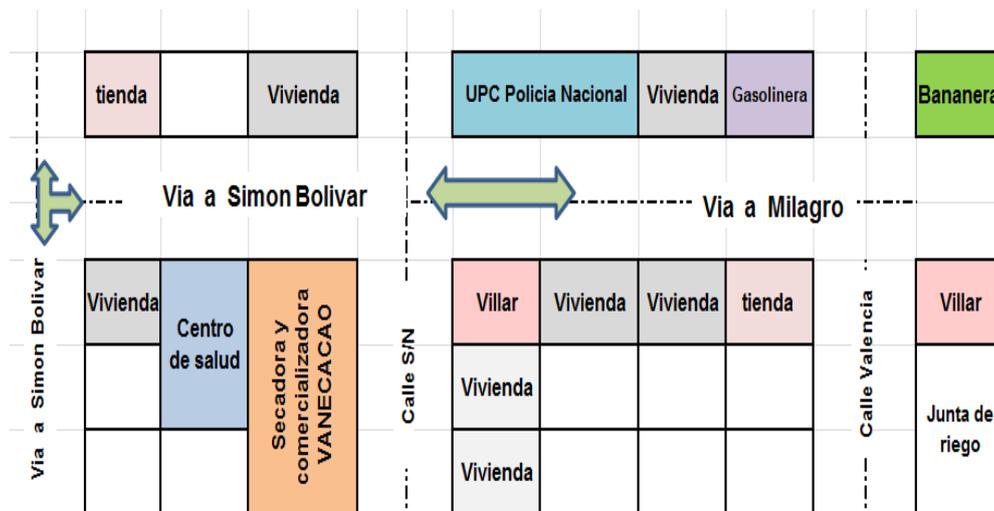
5.5.6 Valores de la Empresa

- **Respeto a la diferencia:** Mantener una relación cordial con todo nuestro cliente sin importar las culturas.
- **Lealtad.-**Tener un fuerte compromiso y fidelidad con nuestros clientes.
- **Responsabilidad.-** Cumplimos de manera oportuna y precisa con las actividades propias de la empresa
- **Compromiso.-** cumplir con lo que prometemos
- **Innovador.-** promover el cambio permanente en nuestros procesos y servicios.
- **Calidad de producto y servicio.-** satisfacer las expectativas exigente en el mercado y las de nuestro cliente.

5.6 UBICACIÓN

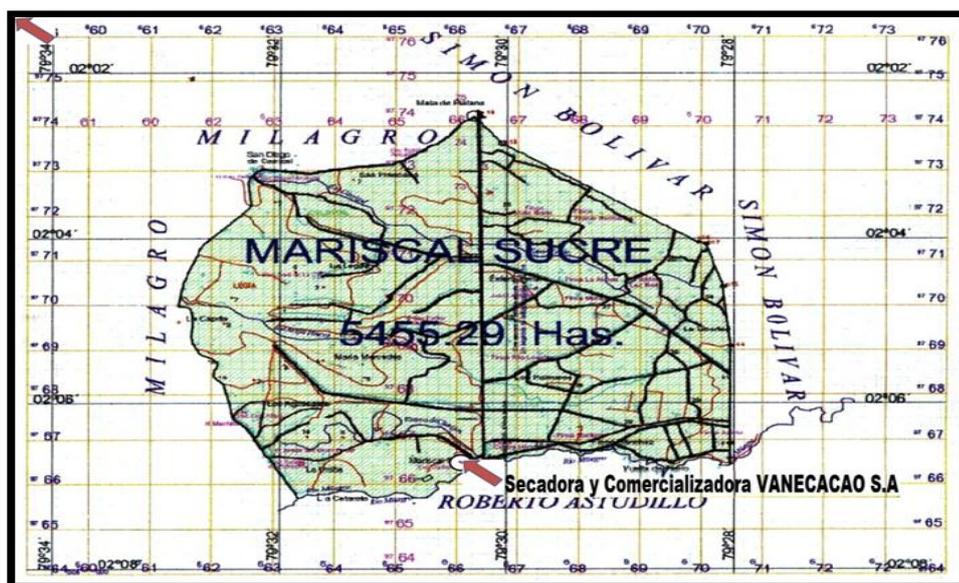
La secadora y comercializadora de cacao “VANECACAO” estará ubicada en la República del Ecuador, provincia del Guayas, cantón Milagro, Parroquia Mariscal Sucre calle S/N y vía Simón Bolívar.

Gráfico 23. Croquis de la ubicación de la secadora y comercializadora “VANECACAO S.A”



Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gráfico 24. Ubicación de la comercializadora en el mapa político de la Parroquia Mariscal Sucre



Fuente: Revista rendición de cuentas de la Junta Parroquial Mariscal Sucre

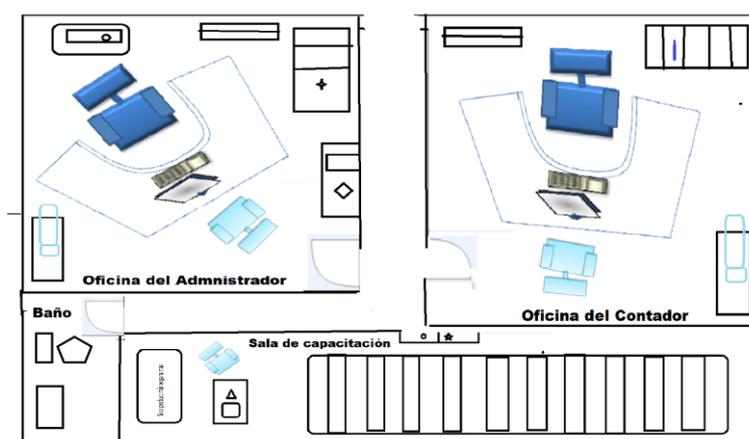
5.7 FACTIBILIDAD

5.7.1 Factibilidad administrativa.

Se presenta la siguiente estructura organizacional básica para el funcionamiento de cualquier tipo de pequeña empresa que empiece sus actividades, las cuales le he dividido en áreas las cuales son:

1. **Área Administrativa** Esta área se encarga del manejo del personal, inventarios, contabilidad y coordinación de las demás áreas.

Gráfico 25. Vista de área administrativa de la Empresa
VANECACAO S.A



Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

2. Área de comercialización.

Se encarga de negociar con los productores y obtener el producto para la venta. También se encarga de cumplir con el presupuesto de venta establecido.

Gráfico 26. Vista de área de comercialización de la Empresa
VANECACAO S.A



Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

3. Área de almacenamiento.

Se encarga de ubicar el producto en las bodegas y mantenerlo en buen estado para su comercialización.

Gráfico 27. Vista de área de almacenamiento de la Empresa VANECACO S.A

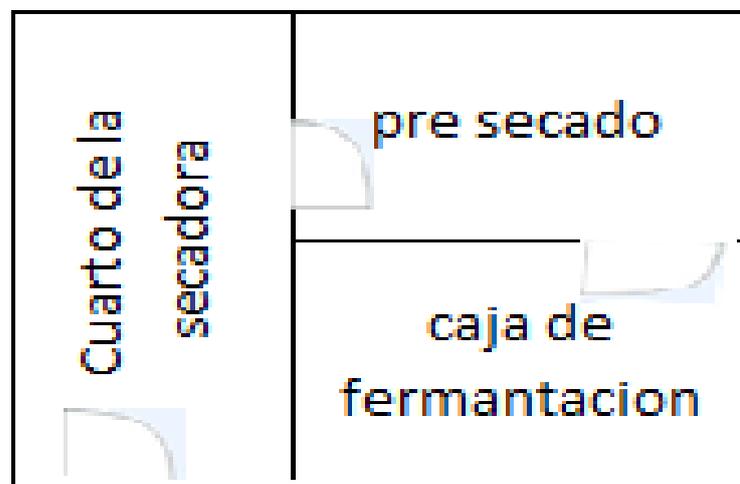


Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

4. Área de secado.

Se encarga exclusivamente de secar el cacao comprado en baba, manteniendo la calidad requerida para su comercialización.

Gráfico 28. Vista de área de secado de la Empresa VANECACO S.A



Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

5.7.2 Factibilidad legal.

En este punto no existe ningún inconveniente legal en la constitución y funcionamiento de esta compañía. Solo deberá cumplir con requisitos fijados por el SRI, El Ilustre Municipio, Cuerpo de bomberos, Ministerio de Salud y la Cámara de comercio, que se detallaron en el punto 2.2 Marco Legal.

Es factible cumplir con estos requisitos para la empresa que se está proponiendo crear.

5.7.3 Factibilidad presupuestaria

Se realizara un presupuesto proyectado para cinco años. La inversión inicial para el funcionamiento de esta propuesta es de 44.688,00 dólares, distribuido en activos fijos y gastos diferidos.

5.7.4 Factibilidad técnica

La comercializadora contara con 500 metros cuadrados, la misma que será distribuida de la siguiente forma:

Área administrativa

Cuadro 28. Recursos para el área administrativa

Cant.	Producto
4	Silla Ejecutiva
4	Archivadores metálicos de 4 gavetas
3	Escritorio Ejecutivo Adagio en zapeli
1	Mesa grande para sala de sesiones
30	Sillas plastica para sala de capicitacion
6	Sillas Sencillas tapizadas en cuerina
3	Extintor de 3 libras
5	Dispensador de agua
1	Pizarrón Acrílico
3	Teléfonos fijos
5	Calculadoras
7	Perforadora
4	Aire acondicionado
4	Computadoras
4	Impresora
1	Proyector

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Área Operativa.

Cuadro 29 Recursos para el área operativa

Cant.	Herramientas
1	Secadora a gas capacidad 66 qq
3	Balanza
4	Palas de madera
1	Termómetro
6	Escoba de paja
1	Zaranda
3	Rastrillo
5	Romana
3	Carretilla
4	Recogedor de cacao
3	Cucharones
1	Furgón marca Chevrolet

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

5.8 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En este punto se propone iniciar un centro de secado y comercialización de cacao que beneficiara a los productores de la parroquia Mariscal Sucre.

Para el cumplimiento de esta propuesta se establece un gráfico de procesos que describe las formas como se va operar en este centro.

a) Gráfico de procesos

Recepción del producto.- Es el proceso en el cual el producto se acerca a la comercializadora a ofrecer su producto.

Producto seco.- es la pre compra del producto pero en esta procesado.

Calificación del cacao.- es el proceso en el cual se procede a darle un valor a la calidad de acuerdo a lo especificado en la norma INEN 16.

Compra.- es el acto formal en el cliente acepta las condiciones y procede a vendernos el producto.

Almacenaje.- es la ubicación final en la que se pone el producto para luego ser vendido a exportadores. El tiempo máximo de almacenaje es de 2 meses.

Y por otro lado está el proceso de compra en baba que es el siguiente

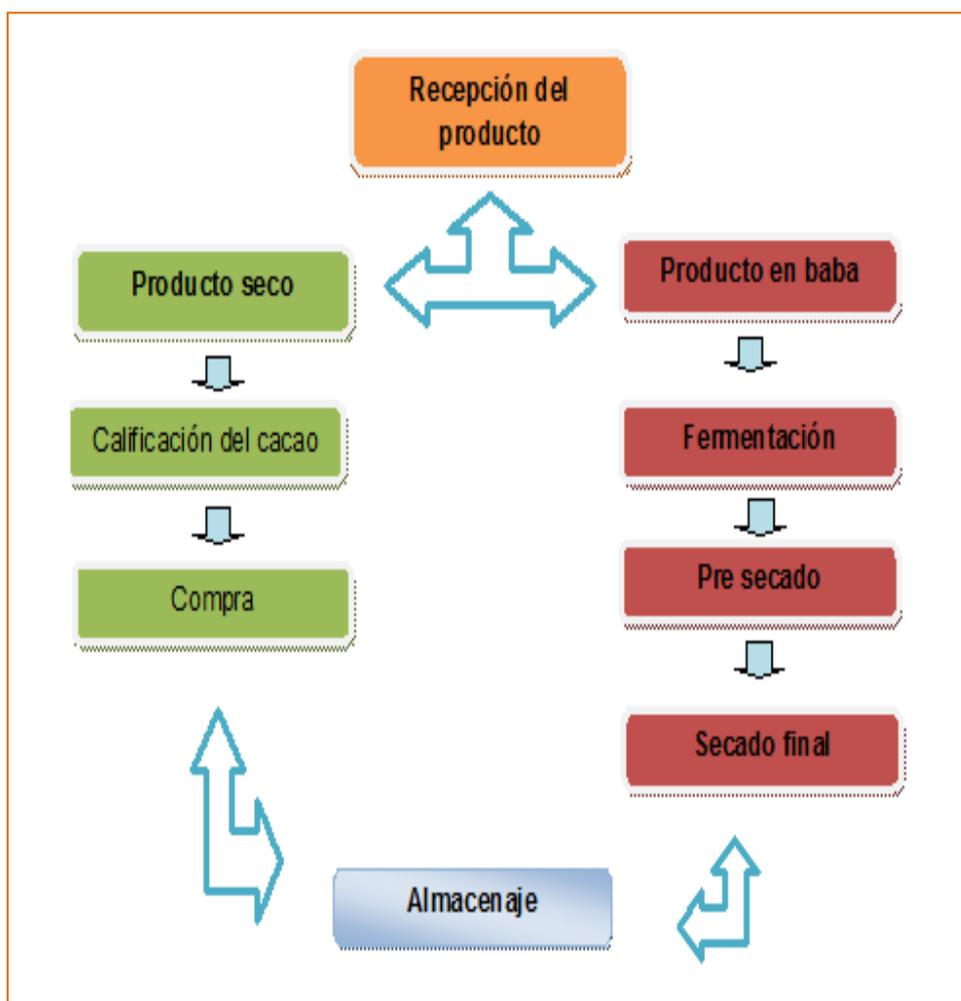
Recepción del producto en baba.- Es la compra del producto en estado natural para luego dentro de la secadora ser secado ya sea naturalmente o de modo artificial.

Fermentación.- es esta etapa se ubica el cacao en caja de madera, o saco de yute para ser fermentado por entre 48 a 72 horas.

Pre secado.- en este proceso se lleva el cacao ya fermentado a los tendales pero solo en rumo.

Secado final.- Es la puesta del cacao en tendales de cemento para ser asoleados si se fuese el caso de secado natural, si es artificial es ubicada en maquinada secadora con ciertos químicos para secado para luego ser almacenado.

Gráfico 29. Grafico del proceso de secado y comercialización del cacao en VANECACAO S.A.



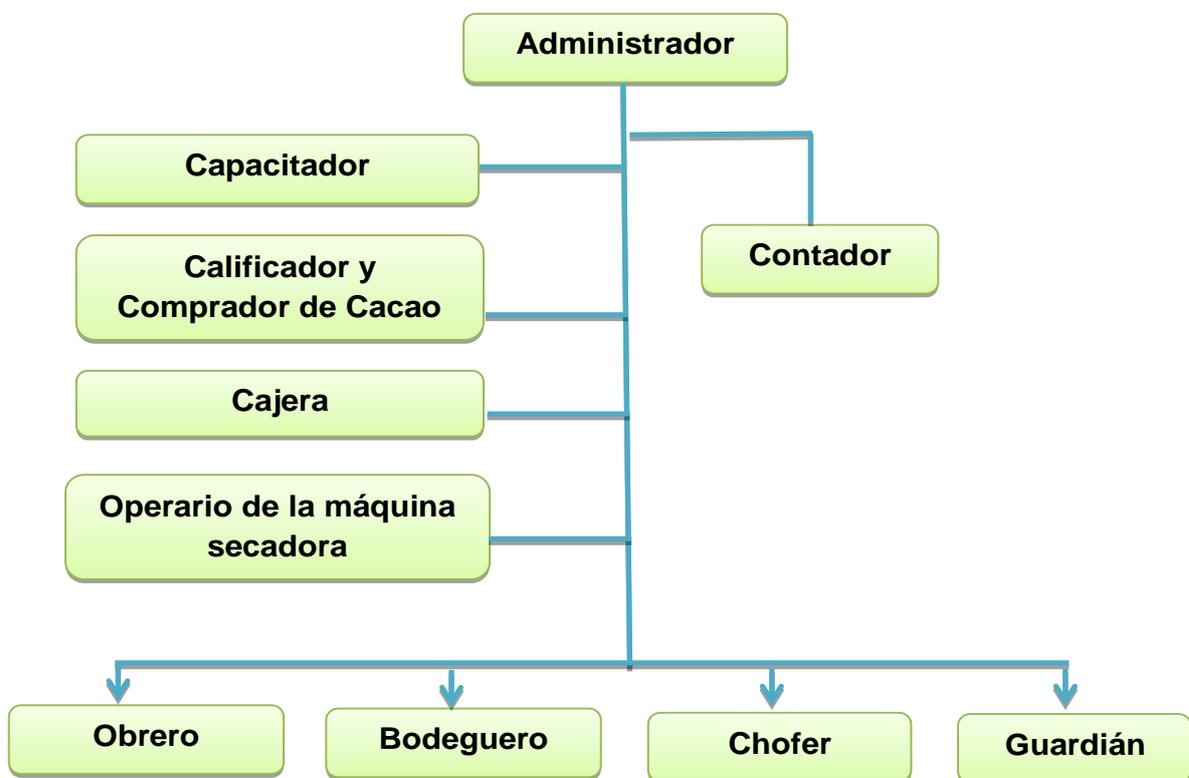
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

b) Personal que laboran en VANECAO S.A.

Para el funcionamiento de esta propuesta se comenzara con el siguiente grupo de personas:

- ✓ 1 Administrador
- ✓ 1 Contador
- ✓ 1 Capacitador
- ✓ 1Cajera
- ✓ 1 Calificador y Comprador
- ✓ 1 Obreros
- ✓ 1 Bodeguero
- ✓ 1 Operario de Máquina Secadora
- ✓ 1 Guardián
- ✓ 1 Chofer

Gráfico 30. Organigrama funcional de la Secadora y Comercializadora de cacao “VANECAO S.A.”



Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

c) Instrumento a utilizar para su funcionamiento.

Para comenzar como la empresa propuesta es necesario constar con las siguientes herramientas básicas:

Cuadro 30. Herramientas básicas

Cant.	Herramientas
1	Secadora a gas capacidad 66 qq
3	Balanza
4	Palas de madera
1	Termómetro
6	Escoba de paja
1	Zaranda
3	Rastrillo
5	Romana
3	Carretilla
4	Recogedor de cacao
3	Cucharones
1	Furgón marca Chevrolet

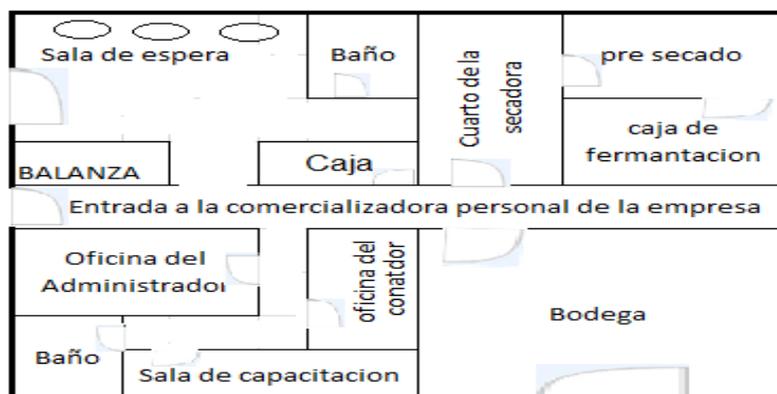
Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

d) Localidad

Está ubicado en la parroquia Mariscal Sucre en la vía a Simón Bolívar y calle s/n a lado del Centro de Salud.

Estará compuesta con una bodega, un cuarto de fermentación, un cuarto de secado y un pequeño tendal, eso es en cuanto a lo operativo. En lo administrativo estará compuesto por dos oficinas y una pequeña sala de capacitación. En la recepción del producto está compuesto por una pequeña sala de espera, un rincón donde están las balanzas, una cabina de caja.

Gráfico 31. Distribución de la empresa VANECACAO S.A



Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

e) Ejecución de la propuesta.

La propuesta está en funcionamiento en el segundo trimestre del año 2013.

5.8.1 ACTIVIDADES

En este punto se detallaran todas las posibles actividades necesarias para el funcionamiento de la secadora y comercializadora de cacao.

Cuadro 31. Actividades

Actividad	Recursos
Se realizó un estudio previo para establecer causa y efectos	Humanos
Se realizó un estudio de mercado para la factibilidad de esta propuesta	Humano , materiales y financiero
Se tramito los permisos correspondiente para el funcionamiento	Humano y financiero
Se realizó la adecuación del local en conforme a las necesidades presentada	Humano y financiero
Limpieza del local y formación de las oficinas y sala de comercialización	Humano
Compra de los materiales, activos fijos para el local	Humano y financiero
Reclutamiento del personal respectivos	Humano
Entrevistas con el personal elegido	Humano
Publicidad expuesta en carteles, volantes y trípticos	Humano y financiero
Contactar a posibles clientes, para establecer relaciones	Humano
Se contacta con exportadores o asociaciones para la venta de nuestro producto	Humano
Coordinación de fecha de recepción del producto	Humano
Se realiza la primeras compras	Financiero
Se lo almacena por unos días	Humano
Se realiza la primera venta a un exportador	Financiero
Se contabiliza y se exige los respectivos informe al final del primer mes	Humano

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

5.8.2 Recursos, Análisis Financiero

En el presente análisis se observa la situación financiera que tendrá la empresa en el presente y en años posteriores, a continuación se detallaran punto por punto.

a) Inversión de activos fijos

En este punto se incluirá las adquisiciones de máquinas de secado, mobiliarios, muebles de oficinas, equipos de oficinas, vehículos, equipos de cómputos (al cuarto año se compra nuevos equipo se computo dando de baja los antiguos) Además los gastos necesarios para poner en marcha el negocio.

Cuadro 32 Inversión de activos fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
ADECUACIONES EDIFICIO			
Pintura			1.000,00
Construcciones menores			5.000,00
Instalaciones electrica, telefónicas, internet y otras			1.500,00
TOTAL ADECUACIONES EDIFICIO			7.500,00
MUEBLES Y ENSERES			
Silla Ejecutiva	4	160,00	640,00
Archivadores metálicos de 4 gavetas	4	138,00	552,00
Escritorio Ejecutivo Adagio en zapeli	3	170,00	510,00
Mesa grande para sala de sesiones	1	380,00	380,00
Sillas plastica para sala de capicitacion	30	7,00	210,00
Sillas Sencillas tapizadas en cuerina	6	22,00	132,00
Extintor de 3 libras	3	13,00	39,00
Dispensador de agua	5	60,00	300,00
Pizarron Acrílico	1	30,00	30,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			2.793,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Telefono de escritorio	3	32,00	96,00
Calculadora	5	24,00	120,00
Grapadora	7	6,00	42,00
Perforadora	7	8,00	56,00
Aire acondicionado	4	800,00	3.200,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			3.514,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora Intel Dual 500 gb	4	399,00	1.596,00
Impresora Multifunción Láser	4	194,00	776,00
Proyector LG	1	150,00	150,00
TOTAL DE EQ. DE COMP.			2.522,00
MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS			
Secadora a gas capacidad 66 qq	1	1.500,00	1.500,00
Balanza	3	350,00	1.050,00
Palas de madera	4	20,00	80,00
Termometro	1	90,00	90,00
Escoba de paja	6	4,00	24,00
Zaranda	1	1.000,00	1.000,00
Lastrillo	3	18,00	54,00
Romana	5	35,00	175,00
Carretilla	3	35,00	105,00
Recogedor de cacao	4	10,00	40,00
Cucharones	3	7,00	21,00
TOTAL DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			4.139,00
VEHICULO			
FURGON CHEVROLET (USADO)	1	23.000,00	23.000,00
TOTAL VEHICULO			23.000,00
TOTAL ACTIVO FIJO			43.468,00

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Para que este proyecto entre en funcionamiento la inversión inicial es de 44.688,00 dólares, incluyendo activos fijos, gastos de constitución y diseño de página web.

b) Capital de Trabajo

Para obtener el valor del capital de trabajo se utilizará el método del período de desfase es que se calcula la inversión a financiar la operación desde que se adquieren el producto hasta en que se lo recupera mediante la cobranza de la venta; se aplicara la siguiente ecuación:

$$\text{C.T.} = (\text{Costo total del año} / 365 \text{ días}) * \text{Número de días del ciclo productivo}$$

- **Costo total de las operaciones anuales.-** en él se considera los costos totales más los gastos necesarios para su funcionamiento-

Costo de venta	\$ 189.020,00
Gastos de operación	\$ 60.289,26

- **Ciclo Productivo:** este se determinara asumiendo que el primer día se realiza compra de productos, los cuales se almacenaran en promedio de 15 días hasta que sean puesto en ventas. Se lo tendrá en almacén hasta 1 días después de la venta para cliente lo recoja y cancele el total del pedido.

Por tanto el capital de trabajo invertido queda inmovilizado por un promedio de 17 días.

Reemplazando valores, la ecuación quedaría así:

$$\text{C.T.} = [249.309,26 / 365 \text{ días}] * 17 = \$ 11.611,66$$

c) Gastos para puesta en marcha

El presupuesto para estos gastos es de 8.700,00 dividido para remodelación de edificios (valor que se considera como activos según la NIC 16 párrafo 24 literal a) y gastos de constitución.

- **Gastos de formalización de la empresa:** incluye gastos como inscripción en la Superintendencia de compañías, gastos en registros de la propiedad, inscripción en registros públicos, inscripción en la cámara de comercio, licencias

de funcionamiento, etc. Además el diseño de una página web. Se estima un presupuesto de \$1.200,00

- **Gastos de remodelación de áreas operativas y administrativa:** Incluye los gastos de adecuación de áreas dentro del local, se considera: pintado de paredes, instalación de puntos eléctricos, sistema de ventilación y aire acondicionado, luminarias, bodega, construcción de una pequeño tendal. etc.

d) Presupuestos

Se establecerá los componentes del presupuesto total de la empresa VANECACAO S.A, los cuales se dividen en los presupuesto de ingresos y egresos.

- **Presupuesto de ingresos.-** en él se detalla las ventas totales proyectadas para los 5 años y la manera de cobranza.

Cuadro 33. Presupuesto de ventas y cobranzas

VENTAS ANUALES					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	281.760,00	295.848,00	310.640,40	326.172,42	342.481,04
EFFECTIVO 85%	239.496,00	251.470,80	264.044,34	277.246,56	291.108,88
CREDITO 15%	42.264,00	44.377,20	46.596,06	48.925,86	51.372,16
COBRANZAS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
100% EFFECTIVO	239.496,00	251.470,80	264.044,34	277.246,56	291.108,88
CREDITO 70% 1ER MES	29.584,80	31.064,04	32.617,24	34.248,10	35.960,51
CREDITO 30% 2DO MES	11.610,00	12.190,50	12.800,03	13.440,03	14.112,03
CTAS X COBRAR	1.069,20	1.122,66	1.178,79	1.237,73	1.299,62
TOTAL	281.760,00	295.848,00	310.640,40	326.172,42	342.481,04

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

- **Presupuesto de egresos.** Este se subdivide en costo de ventas y gastos necesarios para su funcionamiento

Costo de venta.- en este se describe las compras anuales y las formas de pagos.

Cuadro 34. Costo de ventas

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
85% contado	160.667,00	168.700,35	177.135,37	185.992,14	195.291,74
15% credito	26.002,50	27.302,63	28.667,76	30.101,14	31.606,20
CTAS X PAGAR	2.350,50	2.468,03	2.591,43	2.721,00	2.857,05
TOTAL DE COMPRA	189.020,00	198.471,00	208.394,55	218.814,28	229.754,99

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gastos de planilla.- en este rubro se incluirá los sueldos y salarios tanto administrativos como operativos, con sus respectivos beneficios establecidos por la ley.

Cuadro 35. Gastos de planilla año 1

Cant.	Cargo	Sueldo Mensuales	Horas Extras	Horas Suplement.	Ingresos anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Patronal	TOTAL GASTO TRABAJADORES AÑO
1	Administrador	650,00			7.800,00	650,00	318,00	325,00		869,70	9.962,70
1	Contador	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Capacitador	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Cajera	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Operario de maquina S.	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Calificador	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Obrero	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Bodeguero	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Chofer	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Guardian	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
TOTAL ANUAL											55.409,76

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Gastos de administrativos.- en él se incluye los suministros de oficinas y otros gastos provocados por el área.

Gastos de venta.- en este rubro se encuentra la publicidad y otros gastos necesarios para la venta del producto.

e) Amortizaciones y depreciaciones.

En el cuadro 36 se presentara la tabla delos valores amortizado durante periodos fiscales.

Cuadro 36. Amortización de los activos diferidos

RUBROS	VALOR AMORTIZABLE	AMORT. ANUAL
Gastos de Constitución	100,00	20,00
Diseño de Pág. Web	1.100,00	220,00
TOTAL DE AMORTIZACIÓN	\$1.200,00	\$ 240,00

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

En el cuadro 37 Se presenta las tablas de los activos fijos con su depresión anual según los porcentajes establecidos por la ley.

Cuadro 37. Depreciación anual de los activos fijos

Descripción	Valor Equipos	% Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Adecuaciones edificio	\$7.500,00	5,0%	\$375,00	\$375,00	\$375,00	\$375,00	\$375,00
Muebles de Oficina	\$2.793,00	10,0%	\$279,30	\$279,30	\$279,30	\$279,30	\$279,30
Equipos de oficina	\$3.514,00	10,0%	\$351,40	\$351,40	\$351,40	\$351,40	\$351,40
maquinaria	\$4.139,00	10,0%	\$413,90	\$413,90	\$413,90	\$413,90	\$413,90
vehiculo	\$23.000,00	20,0%	\$4.600,00	\$4.600,00	\$4.600,00	\$4.600,00	\$4.600,00
Equipos de computación	\$2.522,00	33,3%	\$840,58	\$840,58	\$840,58		
Nuevo equipo de computo	\$2.700,00					\$899,91	\$899,91
Total			\$6.860,18	\$6.860,18	\$6.860,18	\$6.919,51	\$6.919,51

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

f) Estados financieros

En este punto se presenta la situación financiera en periodo proyectados en 5 años.

▪ Estado de pérdidas y ganancias

En este estado financiero nos refleja el funcionamiento operativo que mantiene la empresa en un periodo contable.

A continuación se presenta el estado de resultado de la empresa VANECACAO S.A

Cuadro 38. Estados de pérdidas y ganancias

	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas de Cacao Seco	281.760,00	295.848,00	310.640,40	326.172,42	342.481,04
Venta de Servicio de Secado	8.452,80	8.875,44	9.319,21	9.785,17	10.274,43
VENTAS NETAS	290.212,80	304.723,44	319.959,61	335.957,59	352.755,47
Costo de Venta	189.020,00	198.471,00	208.394,55	218.814,28	229.754,99
UTILIDAD BRUTA	101.192,80	106.252,44	111.565,06	117.143,32	123.000,48
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	18.824,36	20.447,02	21.118,59	21.816,75	22.540,05
Sueldos y Salarios	15.028,86	16.461,74	16.934,05	17.422,99	17.926,60
Suministros de Oficina	1.245,50	1.307,78	1.373,16	1.441,82	1.513,91
Gastos Generales Administrativos	2.550,00	2.677,50	2.811,38	2.951,94	3.099,54
GASTOS DE VENTAS	41.464,90	44.991,72	46.661,42	48.055,79	49.498,72
Sueldos y Salarios	40.380,90	43.819,57	45.389,38	46.674,74	47.998,66
Publicidad y Propaganda	754,00	825,65	908,22	999,04	1.098,94
Otros Gastos	330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	60.289,26	65.438,74	67.780,01	69.872,55	72.038,77
UAIDA	40.903,54	40.813,70	43.785,06	47.270,77	50.961,71
Gastos de Depreciación	6.860,18	6.860,18	6.860,18	6.919,51	6.919,51
Gastos de Amortización	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
UTILIDAD ANTES PART E IMPTOS	33.803,36	33.713,52	36.684,87	40.111,26	43.802,20
15% Participación a Empleado	5.070,50	5.057,03	5.502,73	6.016,69	6.570,33
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	28.732,85	28.656,49	31.182,14	34.094,57	37.231,87
22% Impuesto Renta	6.321,23	6.304,43	6.860,07	7.500,81	8.191,01
UTILIDAD NETA	22.411,63	22.352,07	24.322,07	26.593,76	29.040,86

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Según lo observado se puede decir que la empresa ha obtenido utilidad de \$22.441,63 en su primer periodo y que se mantiene con utilidad en los cuatro años posteriores.

▪ **Flujos de caja.**

Para este estado financiero se ha tomado en consideración los siguientes aspectos:

- a) Los pagos de proveedores según política de pago el 85% al contado y el 15% a crédito en un mes posterior a la compras.
- b) Las ventas según políticas de cobro el 85% al contado en el momento de la venta y a crédito el 15% que a su vez esta subdivido en 70% a fin de mes y el 30% en el posterior mes.
- c) En el año 3 se compra un procesador que es para alargar el tiempo de vida útil del activo fijo.
- d) Los gastos generados en el periodo contable.

Cuadro 39 Flujo de caja proyectado

	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS					
VENTAS NETAS	289.143,60	304.669,98	319.903,48	335.898,65	352.693,59
Ventas de Cacao	280.690,80	295.794,54	310.584,27	326.113,48	342.419,15
Ventas de Servicio de Secado	8.452,80	8.875,44	9.319,21	9.785,17	10.274,43
TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS	289.143,60	304.669,98	319.903,48	335.898,65	352.693,59
EGRESOS OPERATIVOS					
COSTO DE VENTAS	186.669,50	198.353,48	208.271,15	218.684,71	229.618,94
GASTOS ADMINISTRATIVO	18.824,36	31.838,75	32.480,04	34.179,56	36.057,55
Sueldos y Salarios	15.028,86	16.461,74	16.934,05	17.422,99	17.926,60
Suministro de Oficina	1.245,50	1.307,78	1.373,16	1.441,82	1.513,91
Gastos Administrativo	2.550,00	2.677,50	2.811,38	2.951,94	3.099,54
Pagos de Part. a Empleados		5.070,50	5.057,03	5.502,73	6.016,69
Pagos de Impuesto Renta		6.321,23	6.304,43	6.860,07	7.500,81
GASTOS DE VENTAS	41.464,90	44.991,72	46.661,42	48.055,79	49.498,72
Sueldos y Salarios	40.380,90	43.819,57	45.389,38	46.674,74	47.998,66
Publicidad	754,00	825,65	908,22	999,04	1.098,94
Otros Gastos	330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	246.958,76	275.183,94	287.412,61	300.920,06	315.175,21
TOTAL FLUJO OPERACIONAL	42.184,84	29.486,04	32.490,87	34.978,60	37.518,38
EGRESOS NO OPERATIVOS					
Activos Fijos (computadoras)				2.700,00	
FLUJO NETO	42.184,84	29.486,04	32.490,87	32.278,60	37.518,38
SALDO INICIAL		42.184,84	71.670,88	104.161,75	136.440,34
FLUJO ACUMULADO	42.184,84	71.670,88	104.161,75	136.440,34	173.958,72

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

Como se puede observar la empresa tendrá liquidez suficiente para cubrir sus gastos y costos durante cada periodo contable, sin necesidad de utilizar financiamiento de ninguna institución.

▪ **Balance general**

En este estado se presenta en forma ordenas las cuentas contable de activo, las deudas adquiridas y el patrimonio accionario de la empresa. Permitiendo establecer la situación financiera de la empresa.

Cuadro 40. Balance General

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>					
Caja Banco	42.184,84	71.670,88	104.161,75	136.440,34	173.958,72
Cuentas por cobrar	1.069,20	1.122,66	1.178,79	1.237,73	1.299,62
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	43.254,04	72.793,54	105.340,54	137.678,08	175.258,34
<u>ACTIVO FIJO</u>					
Adecuaciones edificio	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
Muebles de Oficina	2.793,00	2.793,00	2.793,00	2.793,00	2.793,00
Equipos de oficina	3.514,00	3.514,00	3.514,00	3.514,00	3.514,00
Maquinaria	4.139,00	4.139,00	4.139,00	4.139,00	4.139,00
Vehículo	23.000,00	23.000,00	23.000,00	23.000,00	23.000,00
Equipos de computación	2.522,00	2.522,00	2.522,00	2.700,00	2.700,00
Depreciación Acumulada activo fijos	6.860,18	13.720,37	20.580,55	24.978,06	31.897,57
TOTAL DE ACTIVOS FIJO	36.607,82	29.747,63	22.887,45	18.667,94	11.748,43
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>					
Amortización Acumulada	240,00	480,00	720,00	960,00	1.200,00
TOTAL ACTIVO	80.821,86	103.261,17	128.707,99	156.586,02	187.006,77
PASIVOS					
<u>PASIVO CORRIENTE</u>					
Cuentas por pagar	2.350,50	2.468,03	2.591,43	2.721,00	2.857,05
Participación de Empleados por Pagar	5.070,50	5.057,03	5.502,73	6.016,69	6.570,33
Impuesto a la Renta por Pagar	6.321,23	6.304,43	6.860,07	7.500,81	8.191,01
TOTAL PASIVO CORRIENTE	13.742,23	13.829,48	14.954,23	16.238,49	17.618,39
<u>PATRIMONIO</u>					
Aporte de Capital	44.668,00	44.668,00	44.668,00	44.668,00	44.668,00
Utilidad del Ejercicio	22.411,63	22.352,07	24.322,07	26.593,76	29.040,86
Utilidad Retenida		22.411,63	44.763,69	69.085,76	95.679,53
TOTAL PATRIMONIO	67.079,63	89.431,69	113.753,76	140.347,53	169.388,38
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	80.821,86	103.261,17	128.707,99	156.586,02	187.006,77

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

De acuerdo a los resultados en el análisis del balance general, se puede observar evidentemente que el total de los activos en el primer periodo es de \$80.821.86, lo cual se va aumentando en los años futuros. Además de que también se incrementa las obligación por pagar y capital de trabajo.

Por ende se puede mencionar que a mayor actividad más se necesitara circulante y nacerán nuevas obligaciones

g) Análisis de rentabilidad

Permite medir el cual rentable es la empresa en función a la tasa interna de retorno (TIR) y el VAN (Valor actual neto), además de la aplicación de ratios que ayudaran a la toma de decisiones en su momento.

- **Tasa interna de retorno TIR y el Valor Actual Neto VAN**

En el cuadro 41 se calculó la TIR y el VAN de los flujos de caja, la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento por lo tanto es favorable para la empresa y el VAN es positivo. Se podría determinar que la empresa es rentable.

Cuadro 41. Calculo de la TIR y el VAN

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-43.468,00	42.184,84	29.486,04	32.490,87	32.278,60	37.518,38
TASA DE DESCUENTO						
TASA DE DESCUENTO	10%					
SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		132.472,03				
VAN	POSITIVO	89.004,03				
TASA INTERNA DE RETORNO		79%				

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

- **Índices financieros**

En este punto se evalúan la posición y situación financiera del negocio y para ello se aplica las principales razones, las que se detalla a continuación.

Índice de liquidez.- es aquella que nos permite determinar la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo, estas son:

- **Razón Circulante.-** es aquella que calcula el efectivo disponible para cubrir sus obligaciones. En el primer año tenemos 3.15, entonces se dice que la empresa triplica a sus pasivos que por cada dólar de deuda tiene 3 para pagar. Se puede decir que solvente.

Índice de deuda.- es aquella que mide la capacidad de endeudamiento que tiene la empresa. A mayor deuda menos circulante se tendrá.

En el caso de este negocio se puede mencionar que se está manejando con mayor recurso propio que ajenos.

Índice de actividad

- **Rotación de activos.-** indica el manejo que la empresa le está dando a sus activos en relación a las ventas. En el caso de este tipo negocio tenemos que por cada dólar invertido en activos se genera 3,59 dólares en ventas.
- **Rotación de activos fijos.-** esta razón determina el rendimiento generado por las actividades principales de la empresa. Entonces se puede decir que por cada dólar en activos fijos se obtiene 7,93 dólares en ventas

Índice de rentabilidad.

- **Rentabilidad sobre los activos.-** indica que tan rentable son los activos en un periodo de contable.
En el caso de esta empresa se tiene una rentabilidad del 28% de utilidad por cada activo.
- **Rentabilidad sobre el patrimonio.-** es la capacidad de generar utilidad para el propietario. Se puede mencionar que el 33% de la utilidad están destinadas para el patrimonio de la empresa.
- **Rentabilidad sobre las ventas.-** calcula el porcentaje de cada dólar de venta después de deducir los egresos incluyendo los impuestos y participaciones. A mayor porcentaje mejor será la rentabilidad.
En el caso de esta empresa no se tiene un porcentaje alto, pero aun que no es totalmente alentador se considera que si es rentable.

Índice de autonomía.

Indica el nivel que tiene la empresa para autofinanciarse. Lo mínimo es 0.60, la empresa en el primer año tiene un 0,83 fondos disponibles para financiar cualquier operación.

Cuadro 42. Índices Financieros

DETALLE	FORMULA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Índice de liquides							
Activo Corriente			43.254,04	72.793,54	105.340,54	137.678,08	175.258,34
Pasivo Corriente			13.742,23	13.829,48	14.954,23	16.238,49	17.618,39
RAZON CIRCULANTE	AC/PC	veces	3,15	5,26	7,04	8,48	9,95
Índice de Deuda							
Total Pasivo			13.742,23	13.829,48	14.954,23	16.238,49	17.618,39
Total Activo			80.821,86	103.261,17	128.707,99	156.586,02	187.006,77
RATIO DE ENDEUDAMIENTO	TP/TA	Porcentaje	0,17	0,13	0,12	0,10	0,09
Índice de actividad							
Ventas			290.212,80	304.723,44	319.959,61	335.957,59	352.755,47
Activos totales			80.821,86	103.261,17	128.707,99	156.586,02	187.006,77
ROTACION DE ACTIVOS	VTAS/ AT	veces	3,59	2,95	2,49	2,15	1,89
Ventas			290.212,80	304.723,44	319.959,61	335.957,59	352.755,47
Activos fijos			36.607,82	29.747,63	22.887,45	18.667,94	11.748,43
ROTACION DE ACTIVOS FIJOS	VTAS/AF	veces	7,93	10,24	13,98	18,00	30,03
Índice de rentabilidad							
Utilidad Neta			22.411,63	22.352,07	24.322,07	26.593,76	29.040,86
activos totales			80.821,86	103.261,17	128.707,99	156.586,02	187.006,77
Rentabilidad sobre los activos	UN/AT	Porcentaje	0,28	0,22	0,19	0,17	0,16
Utilidad Neta			22.411,63	22.352,07	24.322,07	26.593,76	29.040,86
patrimonio			67.079,63	89.431,69	113.753,76	140.347,53	169.388,38
Rentabilidad sobre el patrimonio	UN/PATR	Porcentaje	0,33	0,25	0,21	0,19	0,17
utilidad Neta			22.411,63	22.352,07	24.322,07	26.593,76	29.040,86
Ventas Netas			290.212,80	304.723,44	319.959,61	335.957,59	352.755,47
Rentabilidad sobre las ventas	UN/VTAS	Porcentaje	0,08	0,07	0,08	0,08	0,08
AUTONOMIA							
Patrimonio Neto			67.079,63	89.431,69	113.753,76	140.347,53	169.388,38
activos totales	PN/AT	Veces	80.821,86	103.261,17	128.707,99	156.586,02	187.006,77
Ratio de autonoma			0,83	0,87	0,88	0,90	0,91

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

5.8.3 Impacto

La creación de esta comercializadora busca establecerse en el mercado de la parroquia Mariscal Sucre, contribuyendo de forma directa a los ingresos económicos de los productores de cacao, a través de compra de su producto.

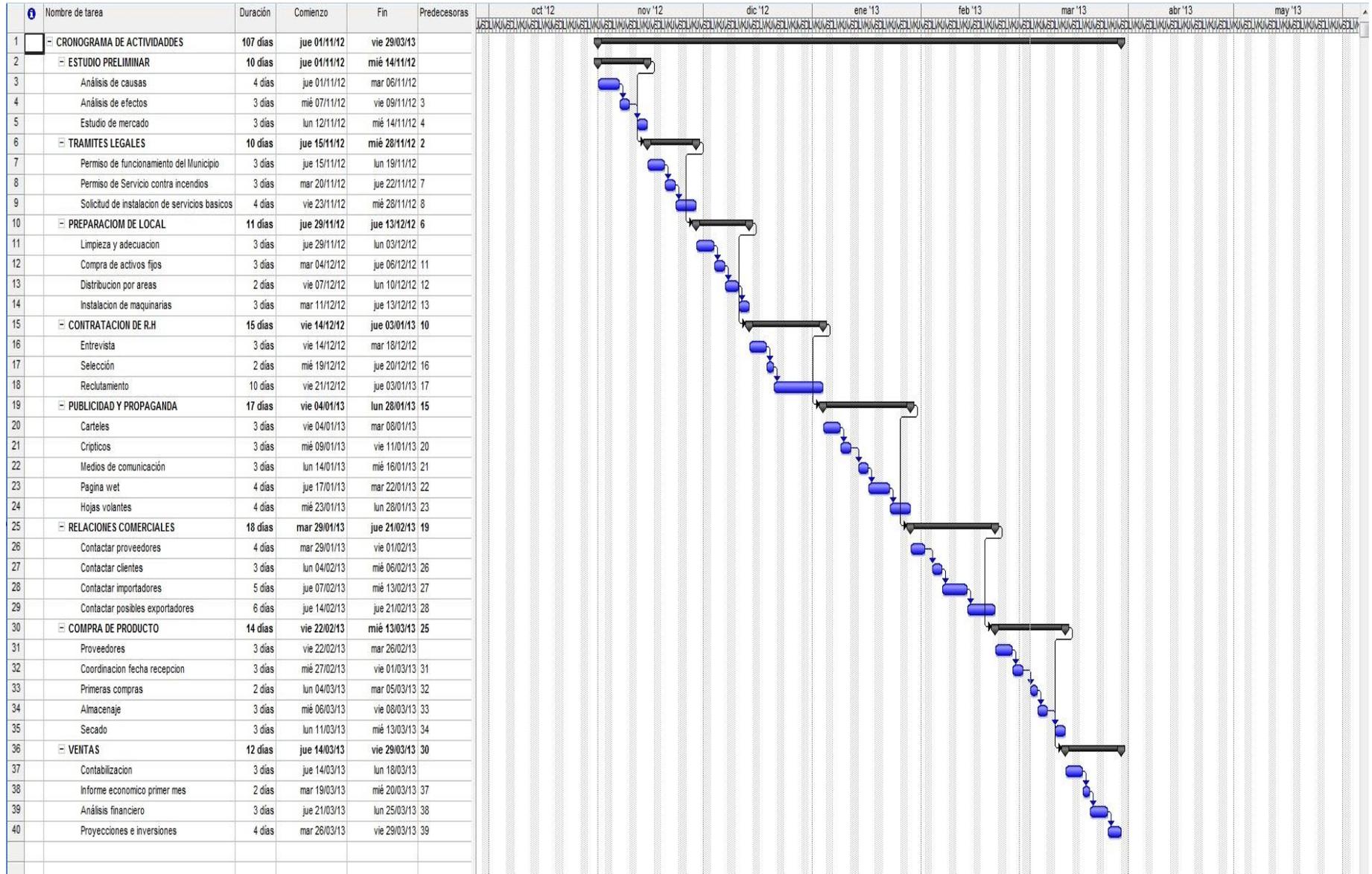
En la siguiente tabla se demuestra los beneficios que se obtendría si se implementa esta secadora y comercializadora.

Cuadro 43. Impacto

Beneficios	Valor
Capacitación a productores	Mejorará la producción y calidad del cacao,
Cercanía de un centro de acopio	Ahorro de tiempo y dinero
Venta directa a una comercializadora	Mejorará los ingresos de los productores
Plazas de trabajo	Oportunidad de conseguir trabajo cercano a su casa
Secado rápido del producto	Ahorro de tiempo en el secado
Servicio de compra a domicilio	Ahorra tiempo y disminuye el peligro de robo
Desarrollo Agro-industrial	Incremento de inversionistas
Desarrollo local	Mejoramiento de servicios y vías
Apoyo a los agricultores	Ayudas de gobierno e instituciones

Elaborado por: Kerly Jiménez Goya

5.8.4 Cronograma



5.8.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Cuadro 44. Lineamiento para evaluar la propuesta

Beneficios	Indicador	Medida de verificación
Capacitación a productores	Número de capacitación dada a los productores	<ul style="list-style-type: none"> Informe del capacitador Hoja de registro, firmada por los asistente
Cercanía de un centro de acopio	Numero de compras realizadas a productores	<ul style="list-style-type: none"> Registro de compras y ventas de la empresa.
Venta directa a una comercializadora	Números de compras a productores del sector	<ul style="list-style-type: none"> Registro de las compras realizadas
Plazas de trabajo	Nueros de personas contratadas del sector.	<ul style="list-style-type: none"> Contratos realizados a empleados locales.
Secado rápido del producto	Números de veces que han contratado el servicio de secado.	<ul style="list-style-type: none"> Registros contables del servicio de secado contratados por productores.
Servicio de compra a domicilio	Numero de compras realizadas a domicilio.	<ul style="list-style-type: none"> Hoja de registro de compras realizadas a domicilio
Desarrollo Agro-industrial	Números de inversionistas nuevos en el sector	<ul style="list-style-type: none"> Registro anual de pequeñas empresas creadas.
Desarrollo local	Cantidad de obras realizadas para el mejoramientos de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Informe anual de obras publicas
Apoyo a los agricultores por parte del gobierno, gestionada por la empresa.	Números de ayudas para el agricultor por parte de instituciones del gobierno	<ul style="list-style-type: none"> Registro de ayudas entregadas a los agricultores del sector.

Elaborado por: Kerly Jiménez

CONCLUSIONES

Después de haber analizado y desarrollados los diferentes capítulos de esta investigación se puede mencionar:

- Que la empresa tiene factibilidad para funcionar en cualquier momento, debido a los que los impedimentos son mínimos según lo muestra la encuesta.
- Existe un margen de oportunidades superior por motivos de que no existen otras instituciones que ofrezcan estos servicios, y los productores si están dispuestos a vender a una comercializadora.
- Tiene como cartera de proveedores los sectores de El chaparral, Vuelta del Piano, Amarice Pérez, Maravillas 2, Los Palmares, La Libertad, Rio Milagro y el Centro parroquial, los cuales son muy productivos.
- A nivel técnico los productores en su mayoría siguen aplicando el método artesanal de secado, es una cultura arraigada la cual dificulta la implantación de una secadora.
- La rentabilidad proyectada es factible económicamente dado que la TIR es el 80% y el VAN es positivo.
- La producción baja en un nivel significativo en temporales climáticos, por lo cual constituye un riesgo leve para la empresa.

RECOMENDACIONES

Se propone las siguientes recomendaciones para el aseguramiento del éxito de la propuesta.

- Mantener en constante observación los rubros de mayor significación para empresa, para que no exista irregularidades que a futuro generen pérdidas para la empresa.
- Realizar constantemente publicidades, para que los agricultores tenga conocimiento de los servicios que presta la secadora y comercializadora.
- El personal de la comercializadora deberá estar en constante capacitación para así mantenerse actualizado de los cambios ya sea tecnológicos o políticas aplicadas a esta actividad.
- Se deberá gestionar para que el MAGAP realice capacitaciones para el agricultor para que mejoren de esta manera la producción. La cual es un beneficio como empresa dedicada a esta actividad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

1. CHIAVENATO, Idalberto: Introducción A La Teoría General De La Administración, Quinta Edición, Editorial MC. Graw- Hill 2004.
2. LÓPEZ LÓPEZ José Isauro, Diccionario contable administrativo, **edición:** tercera, consultado el 22 de noviembre del 2012.
3. FLORES GONZALES Marco /La Protección Jurídica para El Cacao Fino y de Aroma Del Ecuador/ Edición Abya-Yala/ 2007
4. GTZ-CAMAREN Comercialización asociativa y gestión comercial. Programa en capacitación en cadena del cacao, primera edición, segunda unidad. Año 2007
5. GUERRERO Laura / Historia del cacao /Quinta Edición 2002/ Pág. 3-12
6. JANY, José: Investigación Integral de Mercados, Tercera Edición, Bogotá DC, Colombia 2005 p 486.
7. MALHOTRA Naresh, Investigación de mercados, quinta edición, editorial Pearson Educación, México 2008.
8. PALACIOS LÓPEZ Livia. Contabilidad Intermedia, Editorial Ministerio de Educación y Cultura, segunda edición.
9. SAPAG CHAIN NASSIR, Preparación y evaluación de proyectos. Cuarta edición. Editorial Mc. Graw Hill 2004.
10. VENITZKY, Guillermo: Planeamiento Estratégico y Presupuesto, Editorial, Librería S.A.
11. VILLALBA Carlos. GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS, Editorial Sur Editores.

Tesis

12. CAROLINA TORBAY, ESTÉFANO MURILLO, FERNANDO ALVEAR, Universidad ESPOL. Proyecto de creación de una empresa secadora de cacao, enero 2009. Consultado el: 6 de noviembre del 2012
13. LUPE ASTUDILLO, BLANCA MORALES, Universidad Estatal De Milagro. Tesis sobre un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de cacao, febrero 2012. Consultado el 6 de noviembre del 2012. Pág. 22-23

Boletines

14. **ING. EMILIO FARÍAS FALCONES**, Jefe Técnico Otros Cultivos – Costa, ECUAQUIMICA, boletín Manejo integrado de plagas en cacao utilizando new bt 2x, edición 2012, Milagro. Consultado el 3 de noviembre del 2012.

Linkografía

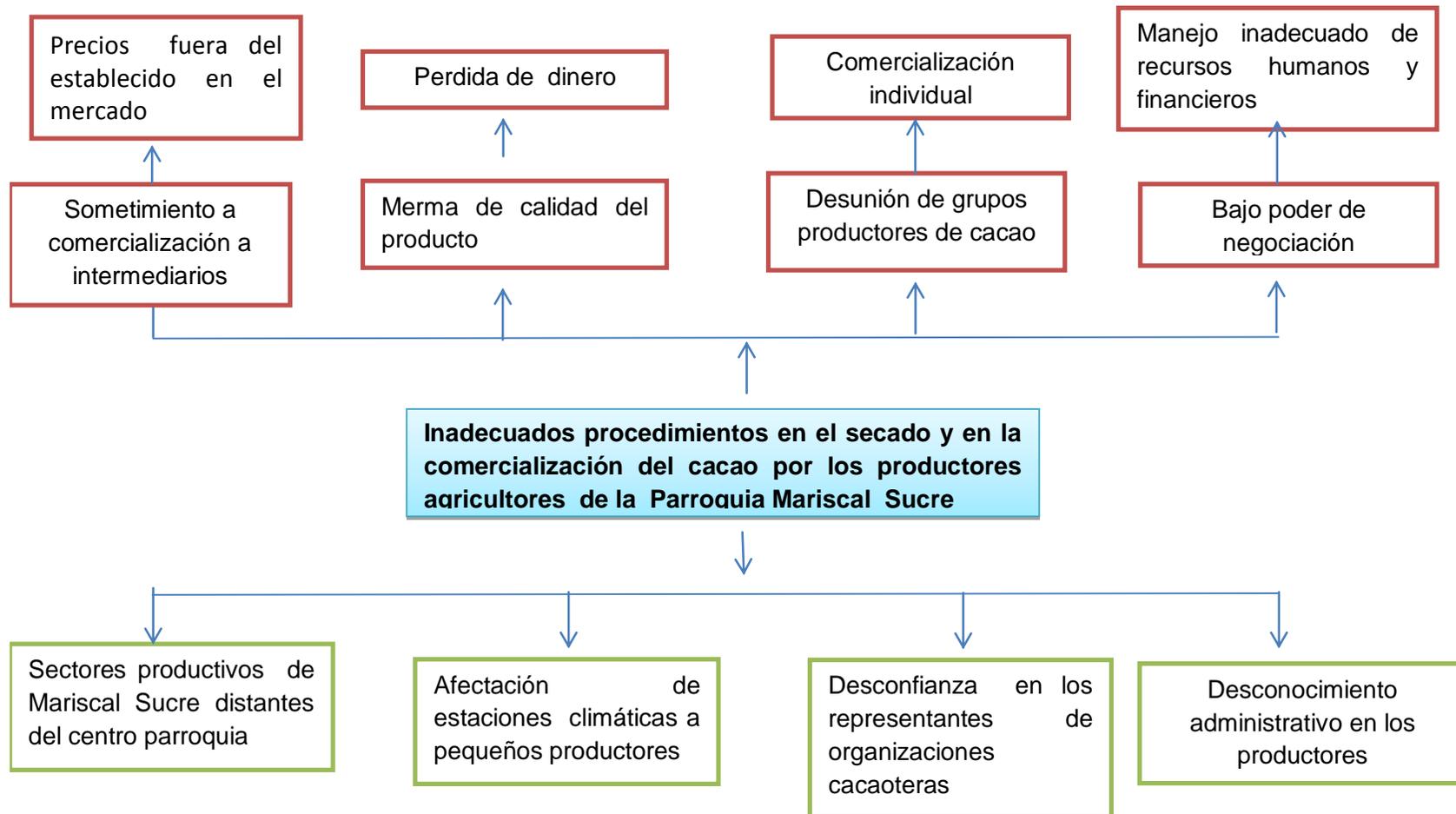
1. **ANECACAO**, historia del cacao en ecuador. Consultado el 22 de octubre del 2012, pág. 1, consultado en: <http://www.anecacao.com/historia.html>.
2. **BANCO CENTRA DEL ECUADOR**, Boletín Mensuales del comercio exterior, publicado: el 2012, consultado el: 28 de noviembre del 2012, consultado en: <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006>.
3. **Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD)**, Productos agrícolas, Sectores de utilización del cacao, realizada en: agosto 2011, consultado el: 4 de noviembre del 2012. pág. 1 consultado en: <http://unctad.org/infocomm/espagnol/cacao/utilizacion.ht>
4. **Fundación Maquita Cushunchic**: Breve reseña histórica, <http://www.fundmcch.com.ec>, consultado el 28 de enero del 2013.
5. **CONFINA**. Característica de la empresa , <https://www.cofina.com.ec>, consultado el 28 de enero del 2013
6. **Instituto Nacional de Estadística y Censos, Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2012**, publicado en agosto del 2012, consultado el 22 de noviembre del 2012, consultado en: [http://inec.gob.ec/espac/producción ecuatoriana.pdf](http://inec.gob.ec/espac/producción%20ecuatoriana.pdf)
7. **LIENDO Rigel J.** investigador del Centro Nacional De Investigaciones Agrícola INIA Venezuela (2005) el proceso de secado del cacao. http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_tec/inia_divulga/numero%205/liendo_r.pdf. Consultado el 30 de octubre del 2012. Página 24-25.
8. **PRO ECUADOR**, (2011) Análisis sectorial de cacao y elaborados, Dirección de Inteligencia Comercial, Consultado el 22 de octubre del 2012. Página 3, consultado en: <http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>

9. **Superintendencia de compañía**, Boletín mensual características de las compañías anónimas, <https://www.supercompañias.gob.ec>, consultado el 28 de enero del 2013
10. **UNOCACE**: Reseña Histórica de la compañía, <https://www.unocace.com.ec> , extraído el 28 de enero del 2013{

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de Problema

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SECADORA Y COMERCIALIZADORA DE CACAO EN LA PARROQUIA MARISCAL SUCRE



ANEXO 2.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Objetivos: Esta encuesta está dirigida a los productores de cacao de la parroquia Mariscal Sucre, para identificar el desarrollo productivo de sus actividades y la comercialización de este producto.

Indicaciones: Sírvase por favor contestar de manera respetuosa

Datos personales:

Edad	Quintales cosechados mensuales	Hectáreas de cacao
18-25 <input type="checkbox"/>	0 a 5 <input type="checkbox"/>	0-3 <input type="checkbox"/>
25-35 <input type="checkbox"/>	6 a 10 <input type="checkbox"/>	4-6 <input type="checkbox"/>
36-45 <input type="checkbox"/>	11 a 15 <input type="checkbox"/>	7-9 <input type="checkbox"/>
45 o más <input type="checkbox"/>	16 o más <input type="checkbox"/>	10 o más <input type="checkbox"/>

Nivel de educación	Años cultivando cacao
Primario _____	1 a 3 _____
Secundario _____	4 a 7 _____
Superior _____	8 a 12 _____
Ninguno _____	13 o más _____

1. Qué tipo de cacao usted cultiva.

Nacional _____
CCN51 _____
Mixto _____

2. Elija de los siguientes procedimientos el que usted frecuentemente realiza para secar su cacao.

Método de rastrillo y tendal
Método de barbacoa o estera
Método artificial
Ninguno

3. De las siguientes opciones indique con una x la manera en que usted comercializa su cacao.

Venta a terceras personas
Venta directamente a casas comerciales
Venta a comercializadora

4. **¿Cree usted que la presencia de una secadora y comercializadora de cacao ayude a incrementar los niveles de producción?**

Si _____ No _____ Tal vez _____

5. **Responda con numeración del 1 al 4 lo siguiente ITEM**
1 siempre, 2 casi siempre, 3 pocas veces, 4 nunca

ITEM	1	2	3	4
Por estar lejos del centro urbano ha vendido su producto a terceras personas.				
Afecta en los precios vender a terceras personas				
Vender el cacao a una comercializadora le daría mayor rentabilidad en sus ingresos.				
La calidad del cacao se afecta por la estaciones climáticas				
La producción del cacao disminuye por la estaciones climáticas				

6. **¿Cree usted que la afectación de estaciones climática influyen en la perdida de dinero de los productores?**

Siempre ()

Con mucha frecuencia ()

Algunas veces ()

Nunca ()

7. **Indique con una x a los siguientes enunciados.**

ITEM	Si	No	Tal vez
Considera que unidos se llega a ser competitivo			
Confiaría en un representante de asociación cacaotera para que realice la venta o compra de su producto.			
Influye el bajo poder de negociación en la competitividad.			
Cree que es necesario el conocimiento administrativo en el manejo de sus recursos			

8. **¿Cómo considera el conocimiento administrativo en la a la hora de realizar negociaciones?**

Muy necesario _____

Necesario _____

Nada necesario _____

9. **¿Cree usted necesario que se dé capacitación administrativa a los productores cacaoteros?**

Muy Necesario () Poco necesario () Nada necesario ()

Anexo 3



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

ENTREVISTA

1. **¿Cómo se realiza la comercialización del cacao actualmente?**

2. **¿Considera usted que la aplicación inadecuada de procedimientos de secado y comercialización afecten en los ingresos económicos de los productores?**

3. **¿Considera usted que la comercialización mediante intermediario afecta en los precios?**

4. **¿Usted cree que la producción del cacao disminuye por los cambios climáticos?**

5. **¿Está usted de acuerdo con que se realice la comercialización individual en este sector?**

¿Si existiera una institución que cumpliera con los servicios ofrecidos usted se asociaría?

6. **¿Considera usted que el desconocimiento administrativo disminuye el poder de negociación?**

ANEXO 4 Formulario de solicitud de patente



Solicitud para Registro de Patente

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019225

GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. _____

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

PRIMERA VEZ RENOVACIÓN

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS		NOMBRES		
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	R.U.C.

DATOS DEL SOLICITANTE				
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO		TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD		FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	MES	DÍA	AÑO
				\$.

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD			PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA	
COMERCIAL <input type="checkbox"/>	INDUSTRIAL <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN	
FINANCIERA <input type="checkbox"/>	ARTESANAL <input type="checkbox"/>	ESPECIFIQUE _____	FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN	
ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL				

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA		
ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN?		CANTIDAD DE TRABAJADORES
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	1 - 20 <input type="checkbox"/>
AGRICULTURA <input type="checkbox"/>	CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/>	21 - 50 <input type="checkbox"/>
COMERCIO <input type="checkbox"/>	PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/>	51 - 200 <input type="checkbox"/>
	ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	201 - 501 <input type="checkbox"/>
		MAS DE 501 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)		
DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.		
SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL	LIQUIDADADO POR:	RELIQUIDADADO POR:
_____	_____	_____

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:
 1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
 2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

Anexo 5 Modelo de permiso anual

I MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: NOV DIA: 24 AÑO: 2010 CAJA No.: S No.: 000011831

CONTRIBUYENTE: **HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH**
 Direccion: **TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ**

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: **0908084999001**

CODIGO TRANSACC: **PAT**

PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010

TITULO DE CREDITO No. **P-2321**

- P : 1004
 COMERE : ELECTRONICA ALEXANDRA
 ECON. : INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE SISTEMAS ELECTROI
 VALUO : 3,000.00

IMP. PATENTE 37.00
 REG. SANITARIO 2.00
 FORMULARIOS 6.00
 EMISION 1.00

Interes : 2.85 Multa: 0.10 Coactiva: 0.00

VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$. *****59,95
CHEQUES	\$. *****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0,00
TOTAL RECIBIDO	\$. *****59,95

Integridad de los datos: 01-3460
 24 NOV 2010
 12:15:52
 NITLOS

SELO Y FIRMA DEL CUERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma]
 TESORERO MUNICIPAL: [Firma]
 JEFE DE RENTAS: [Firma]

Anexo 6 Modelo de publicación de escritura de una compañía S.A



**SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS**

EXTRACTO

CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA CLISANMIL S.A. CLINICA SAN FRANCISCO DE MILAGRO.

La compañía CLISANMIL S.A. CLINICA SAN FRANCISCO DE MILAGRO, se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Trigésimo Octavo del Cantón Guayaquil, el 08/Enero /2013, fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante Resolución SC.IJ.DJC.G.13 0000404 21 ENE 2013.

1.- DOMICILIO: Cantón MILAGRO, provincia del GUAYAS.

2.- CAPITAL: Suscrito US\$ 800,00 Número de Acciones 800 valor US\$ 1,00; Capital autorizado: US\$ 1.600,00-

3.- OBJETO: El objeto de la compañía es: EL OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑÍA SERA DEDICARSE A LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES: A) A LA ADMINISTRACION DE CLINICAS, HOSPITALES, LABORATORIOS, FARMACIAS, DE LABORATORIOS PARA PRODUCIR MEDICINA NATURAL Y PRODUCTOS QUIMICOS...

Guayaquil, 21 de Enero del 2013

Ab. Melba Rodríguez Aguirre
SUBDIRECTOR JURIDICO DE CONCURSO PREVENTIVO Y TRÁMITES ESPECIALES

Nota: Este extracto deberá publicarse en un periodo de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía

ANEXO 7 Fotos del cacao



ANEXOS 8 Gastos operacionales

SUMINISTROS DE OFICINA				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TIPO DE GASTO	UNIDAD/ME D	CANTIDA D ANUAL	COSTO UNITARI O	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL
Boligrafos	UNIDAD	12	2,50	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
Resma Papel A4	UNIDAD	30	3,00	90,00	94,50	99,23	104,19	109,40
Tonner impresora	UNIDAD	12	70,00	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03
Carpetas	UNIDAD	50	0,25	12,50	13,13	13,78	14,47	15,19
Vinchas	UNIDAD	50	0,05	2,50	2,63	2,76	2,89	3,04
Sobres Manilas	UNIDAD	50	0,25	12,50	13,13	13,78	14,47	15,19
Folder	UNIDAD	20	5,00	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Sellos	UNIDAD	1	7,00	7,00	7,35	7,72	8,10	8,51
Saca Grapas	UNIDAD	10	1,00	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Almohadilla	UNIDAD	2	6,00	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
Tinta de Almohadilla	UNIDAD	6	4,00	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17
Marcadores permanente	UNIDAD	12	2,50	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
Separadores para folder	UNIDAD	15	5,00	75,00	78,75	82,69	86,82	91,16
TOTAL DE SUM. OFIC.				1.245,50	1.307,78	1.373,16	1.441,82	1.513,91

PUBLICIDAD			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TIPO DE GASTO	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Hojas Volantes	1.500	5,00	75,00	78,75	86,63	95,29	104,82
Anuncios prensa	10	40,00	4,00	4,40	4,84	5,32	5,86
Folletos informativos	1.000	10,00	100,00	110,00	121,00	133,10	146,41
Tarjetas presentación	1.000	20,00	200,00	220,00	242,00	266,20	292,82
Tripticos	2.500	15,00	375,00	412,50	453,75	499,13	549,04
Total de Publicidad			754,00	825,65	908,22	999,04	1.098,94

GASTOS GENERALES								
DESCRIPCIÓN	CANT. MENSUAL	COSTO	TOTAL MENSU AL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	1	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Telefono	1	45,00	45,00	540,00	567,00	595,35	625,12	656,37
Agua	1	7,50	7,50	90,00	94,50	99,23	104,19	109,40
Útiles de limpieza	1	10,00	10,00	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
TOTAL DE GAST. GENERALES			202,50	2.550,00	2.677,50	2.811,38	2.951,94	3.099,54

MATERIALES USADO PARA LA VENTA							
TIPO DE GASTO	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLASTICO	40	2	80,00	84,00	88,20	92,61	97,24
SACOS PARA COMPRA Y VENTA	500	0,5	250,00	262,50	275,63	289,41	303,88
TOTAL			330,00	346,50	363,83	382,02	401,12

ANEXOS 9 Planilla anual

PERSONAL ADMINISTRATIVO											
AÑO 1											
Cant.	Cargo	Sueldo Mensuales	Horas Extras	Horas Suplement.	Ingresos anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Patronal	TOTAL GASTO TRABAJADORES AÑO
1	Administrador	650,00			7.800,00	650,00	318,00	325,00		869,70	9.962,70
1	Contador	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Capacitador	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Cajera	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Operario de maquina S.	320,00			3.840,00	320,00	318,00	160,00		428,16	5.066,16
1	Calificador	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Obrero	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Bodeguero	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Chofer	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
1	Guardian	318,00			3.816,00	318,00	318,00	159,00		425,48	5.036,48
TOTAL ANUAL											55.409,76
PERSONAL ADMINISTRATIVO											
AÑO 2											
Cant.	Cargo	Sueldo Mensuales	Horas Extras	Horas Suplement.	Ingresos anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Patronal	TOTAL GASTO TRABAJADORES AÑO
1	Administrador	669,50			8.034,00	669,50	318,00	334,75	670,84	895,79	10.922,88
1	Contador	329,60			3.955,20	329,60	318,00	164,80	330,26	441,00	5.538,86
1	Capacitador	329,60			3.955,20	329,60	318,00	164,80	330,26	441,00	5.538,86
1	Cajera	329,60			3.955,20	329,60	318,00	164,80	330,26	441,00	5.538,86
1	Operario de maquina S.	329,60			3.955,20	329,60	318,00	164,80	330,26	441,00	5.538,86
1	Calificador	327,54			3.930,48	327,54	318,00	163,77	328,20	438,25	5.506,23
1	Obrero	327,54			3.930,48	327,54	318,00	163,77	328,20	438,25	5.506,23
1	Bodeguero	327,54			3.930,48	327,54	318,00	163,77	328,20	438,25	5.506,23
1	Chofer	327,54			3.930,48	327,54	318,00	163,77	328,20	438,25	5.506,23
1	Guardian	327,54			3.930,48	327,54	318,00	163,77	328,20	438,25	5.506,23
TOTAL ANUAL											60.281,31
PERSONAL ADMINISTRATIVO											
AÑO 3											
Cant.	Cargo	Sueldo Mensuales	Horas Extras	Horas Suplement.	Ingresos anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Patronal	TOTAL GASTO TRABAJADORES AÑO
1	Administrador	689,59			8.275,02	689,59	318,00	344,79	689,31	922,66	11.239,37
1	Contador	339,49			4.073,86	339,49	318,00	169,74	339,35	454,23	5.694,68
1	Capacitador	339,49			4.073,86	339,49	318,00	169,74	339,35	454,23	5.694,68
1	Cajera	339,49			4.073,86	339,49	318,00	169,74	339,35	454,23	5.694,68
1	Operario de maquina S.	339,49			4.073,86	339,49	318,00	169,74	339,35	454,23	5.694,68
1	Calificador	337,37			4.048,39	337,37	318,00	168,68	337,23	451,40	5.661,07
1	Obrero	337,37			4.048,39	337,37	318,00	168,68	337,23	451,40	5.661,07
1	Bodeguero	337,37			4.048,39	337,37	318,00	168,68	337,23	451,40	5.661,07
1	Chofer	337,37			4.048,39	337,37	318,00	168,68	337,23	451,40	5.661,07
1	Guardian	337,37			4.048,39	337,37	318,00	168,68	337,23	451,40	5.661,07
TOTAL ANUAL											62.323,43
PERSONAL ADMINISTRATIVO											
AÑO 4											
Cant.	Cargo	Sueldo Mensuales	Horas Extras	Horas Suplement.	Ingresos anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Patronal	TOTAL GASTO TRABAJADORES AÑO
1	Administrador	710,27			8.523,27	710,27	318,00	355,14	709,99	950,34	11.567,01
1	Contador	349,67			4.196,07	349,67	318,00	174,84	349,53	467,86	5.855,98
1	Capacitador	349,67			4.196,07	349,67	318,00	174,84	349,53	467,86	5.855,98
1	Cajera	349,67			4.196,07	349,67	318,00	174,84	349,53	467,86	5.855,98
1	Operario de maquina S.	349,67			4.196,07	349,67	318,00	174,84	349,53	467,86	5.855,98
1	Calificador	347,49			4.169,85	347,49	318,00	173,74	347,35	464,94	5.821,36
1	Obrero	347,49			4.169,85	347,49	318,00	173,74	347,35	464,94	5.821,36
1	Bodeguero	347,49			4.169,85	347,49	318,00	173,74	347,35	464,94	5.821,36
1	Chofer	347,49			4.169,85	347,49	318,00	173,74	347,35	464,94	5.821,36
1	Guardian	347,49			4.169,85	347,49	318,00	173,74	347,35	464,94	5.821,36
TOTAL ANUAL											64.097,73
PERSONAL ADMINISTRATIVO											
AÑO 5											
Cant.	Cargo	Sueldo Mensuales	Horas Extras	Horas Suplement.	Ingresos anuales	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Patronal	TOTAL GASTO TRABAJADORES AÑO
1	Administrador	731,58			8.778,97	731,58	318,00	365,79	731,29	978,86	11.904,48
1	Contador	360,16			4.321,95	360,16	318,00	180,08	360,02	481,90	6.022,11
1	Capacitador	360,16			4.321,95	360,16	318,00	180,08	360,02	481,90	6.022,11
1	Cajera	360,16			4.321,95	360,16	318,00	180,08	360,02	481,90	6.022,11
1	Operario de maquina S.	360,16			4.321,95	360,16	318,00	180,08	360,02	481,90	6.022,11
1	Calificador	357,91			4.294,94	357,91	318,00	178,96	357,77	478,89	5.986,46
1	Obrero	357,91			4.294,94	357,91	318,00	178,96	357,77	478,89	5.986,46
1	Bodeguero	357,91			4.294,94	357,91	318,00	178,96	357,77	478,89	5.986,46
1	Chofer	357,91			4.294,94	357,91	318,00	178,96	357,77	478,89	5.986,46
1	Guardian	357,91			4.294,94	357,91	318,00	178,96	357,77	478,89	5.986,46
TOTAL ANUAL											65.925,26

ANEXOS 10 Forma de cobranzas de ventas y pagos de compras año 1

VENTAS MENSUALES													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DICIEMBRE	TOTAL
	20.400,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	281.760,00
EFFECTIVO 85%	17.340,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	239.496,00
CREDITO 15%	3.060,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	3.564,00	42.264,00
COBRANZAS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
100% EFFECTIVO	17.340,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	20.196,00	239.496,00
CREDITO 70% 1ER MES	2.142,00	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	2.494,80	29.584,80
CREDITO 30% 2DO MES		918,00	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	1.069,20	11.610,00
CTAS X COBRAR													1069,20
TOTAL	19.482,00	23.608,80	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	280.690,80

COMPRAS MENSUALES AÑO 1													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
	16.650,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	15.670,00	189.020,00
85% 1ER MES	14.152,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	13.319,50	160.667,00
15% 2DO MES		2.497,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	2.350,50	26.002,50
CTAS X PAGAR													2.350,50

**Gran
Inauguración**

**Los mejores Servicios del
mercado**

- Precios acorde al mercado
- Incentivos económicos a la mejor calidad
- Compra a domicilio.
- Ofrecemos el servicio de secado
- Capacitaciones para mejorar su producción

Dirección: Av. A Simón Bolívar a lado del centro de salud, solar esquinero.

Telf.: 042715907

**Secadora y
comercialización de cacao
"VANECACAO S.A"**

Compramos a los mejores precios de mercados aprovecha ahora, mañana puede ser muy tarde



Fecha: 25 de abril del 2013

Hora: 7:30 am

ANEXOS 12 Logotipo y Slogan



*“Atender a los clientes tal como nos gustaría
ser atendido”*