



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Proyecto de Investigación previo a
la obtención del título de Ingeniero
en Administración Financiera

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL
RECINTO EL PARAÍSO LA 14 DEL CANTÓN BUENA FE, AÑO
2013**

AUTORA:

LILIBETH NOEMI MONTESDEOCA ZAMBRANO

DIRECTOR:

LIC. WILSON CEREZO SEGOVIA, M.Sc

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **LILIBETH NOEMI MONTESDEOCA ZAMBRANO**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

LILIBETH NOEMI MONTESDEOCA ZAMBRANO

C.I. 120447449-6

AUTORA

LIC. WILSON CEREZO SEGOVIA, M.Sc. docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

CERTIFICO:

Que la egresada Lilibeth Noemí Montesdeoca Zambrano, bajo mi dirección realizó el proyecto de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL RECINTO EL PARAÍSO LA 14 DEL CANTÓN BUENA FE, AÑO 2013”**, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

LIC. WILSON CEREZO SEGOVIA, M.Sc.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL RECINTO EL
PARAÍSO LA 14 DEL CANTÓN BUENA FE, AÑO 2013**

Presentado al Honorable Consejo Directivo como requisito previo a la obtención
del título de Ingeniero en Administración Financiera

APROBADO

.....
ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
LCDO. HAROLD ESCOBAR TERÁN, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
ING. LUGARDA RECALDE AGUILAR, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo - Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento.

A Dios, porque en cada una de mis oraciones me dio la sabiduría necesaria para la culminación de mi carrera.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en cuyas aulas los maestros nos dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

A las autoridades de la Universidad. Lcdo. Edgar Pastrano, M.Sc. Decano de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Lic. WILSON CERESO SEGOVIA, M.Sc Director de Tesis por guiarme y darme sus consejos y aportes en el continuo intercambio de ideas que mantuvimos que han sido las fuentes exactas de conocimiento, investigación e información.

A cada uno de nuestros profesores que me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional de quienes me llevo buenos recuerdos y grandes anécdotas durante mi etapa de estudios.

A todas y cada una de las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y ayuda para la realización de esta investigación

Lilibeth

DEDICATORIA

En especial a Dios por darme la oportunidad de vivir por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y gozar sanamente de esta vida.

A mi madre, Sra. Gloria Zambrano, por su perseverancia, apoyo incondicional por sus consejos y la manera en que cada uno de ellos me inspiró a la culminación de mi carrera.

A mi hijo Emanuel Mejía Montesdeoca, quien ha sido una fuente de inspiración para culminar esta importante etapa de vida como profesional y en lo posterior ser un ejemplo para él.

A todas las personas que me han ayudado durante este tiempo de estudio a divulgar mi pensamiento me es imposible mencionar el nombre de todos mis compañeros y mis amigas que siempre estuvieron impulsándome en el desarrollo de mi proyecto.

Un agradecimiento especial a una persona, que se ha convertido en un pilar fundamental en mi vida, por sus consejos, palabras sabias que me dieron las fuerzas necesarias para la culminación de mi carrera.

Lilibeth

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
DUBLIN CORE.....	xvii
Contenido	Pág.
I. MARCO CONTEXTUAL DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1.1. Diagnóstico (Causa y Efecto).....	4
1.2.1.2. Pronóstico.....	5
1.2.1.3. Control de pronóstico.....	5
1.2.1.4. Formulación del problema.....	5
1.2.1.5. Sistematización del problema.....	6
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo general.....	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	7
1.5. Hipótesis.....	8
1.5.1. Hipótesis general.....	8
1.5.2. Hipótesis Específicas.....	8
1.5.3. Variables.....	9
1.5.3.1. Variable Independiente.....	9

1.5.3.2.	Variable Dependiente.....	9
II.	MARCO TEÓRICO	10
2.1.	Fundamentación Teórica	11
2.1.1.	El Producto.....	11
2.1.2.	El Cacao	11
2.1.3.	Cacao en Ecuador.....	12
2.1.4.	Productos intermedios	13
2.1.5.	Cacao Nacional.....	13
2.1.6.	Cacao de exportación.	14
2.1.7.	Mercado.....	15
2.1.8.	Concepto de secado	15
2.1.9.	Proceso de secado	15
2.1.10.	Tipos de secado... ..	16
2.1.10.1.	Secadoras discontinuas: estáticas y con recirculado.....	16
2.1.10.2.	Secadoras continuas: de columna, de caballete y de flujo opuesto o de pantalla	16
2.1.10.3.	Clasificadoras industriales con intercambiador de calor sirca	17
2.2.	Fundamentación Conceptual	17
2.2.1.	Mercado	17
2.2.1.1.	Empresa.....	18
2.2.1.2.	Cliente.....	18
2.2.2.	Estudio de Mercado	19
2.2.2.1.	Demanda	19
2.2.2.2.	Oferta	19
2.2.2.3.	La factibilidad	20
2.2.2.4.	El precio	20
2.2.2.5.	La Competencia	21
2.2.2.6.	Estudio de viabilidad	21
2.2.3.	Estudio técnico.....	21
2.2.3.1.	Localización	22
2.2.3.2.	Tamaño.....	22
2.2.3.3.	Ingeniería del Proyecto.....	22
2.2.3.4.	Organización	23

2.2.4.	Estudio económico.....	23
2.2.4.1.	Inversión	24
2.2.4.2.	Capital de Trabajo.....	24
2.2.4.3.	Costos.....	24
2.2.4.4.	Costos Fijos	25
2.2.4.5.	Costos Variables	25
2.2.4.6.	Costo de Producción.....	25
2.2.4.7.	Depreciación	26
2.2.4.8.	Ingresos	26
2.2.4.9.	Balance General	26
2.2.4.10.	Estado de Resultados	27
2.2.4.11.	Punto de Equilibrio.....	27
2.2.4.12.	Flujo de caja.....	28
2.2.5.	Estudio de financiero.....	28
2.2.5.1.	Relación beneficio costo.	28
2.2.5.2.	Valor actual neto.	29
2.2.5.3.	Tasa interna de retorno.....	29
III.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	30
3.1.	Materiales y Métodos.....	31
3.1.1.	Localización de la investigación	31
3.1.2.	Métodos de Investigación	31
3.1.2.1.	Método Analítico	31
3.1.2.2.	Método Deductivo	31
3.1.2.3.	Método científico	31
3.2.	Tipos de investigación.....	32
3.2.1.	Investigación documental.....	32
3.2.2.	Investigación de campo	32
3.2.3.	Fuentes	32
3.2.3.1.	Primarias.....	32
3.2.3.2.	Secundarias	32
3.2.4.	Técnicas e instrumento de la investigación.....	33
3.2.4.1.	Encuestas	33
3.3.	Diseño de la investigación.....	33

3.3.1.	Estudio Documental	33
3.3.2.	Estudio económico.....	34
3.3.2.1.	Costos y gastos.....	34
3.3.2.2.	Ingresos	34
3.3.2.3.	Inversión	34
3.3.2.4.	Financiamiento.....	34
3.3.2.5.	Amortizaciones.....	35
3.3.2.6.	Depreciación	35
3.3.3.	Estudio financiero.....	36
3.3.3.1.	Capital de trabajo	36
3.3.3.2.	Balance general	36
3.3.3.3.	Estado de resultados	36
3.3.3.4.	Flujo de caja.....	36
3.3.3.5.	Valor actual neto	36
3.3.3.6.	Tasa interna de retorno.....	37
3.4.	Población y muestra.....	37
3.4.1.	Población	37
3.4.2.	La Muestra	37
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
4.1.	Estudio de mercado.	39
4.1.1.	Interpretación y análisis de los resultados de las encuestas a los agricultores del recinto el paraíso del cantón Buena Fe.	40
4.1.2.	Determinación de la demanda actual y futura	55
4.1.3.	Determinación de la oferta actual y futura.....	56
4.1.4.	Determinación de la demanda insatisfecha.	56
4.1.5.	Análisis del precio – plaza – promoción	57
4.1.5.1.	Análisis de plaza.	58
4.1.5.2.	Análisis de promoción.	58
4.1.5.3.	Canales de comercialización.....	58
4.1.5.4.	Descripción de producto.....	59
4.2.	Estudio Técnico.....	59
4.2.1.	Tamaño del proyecto	59
4.2.1.1.	Factores determinantes	59

4.2.2.	Localización del proyecto.....	60
4.2.2.1.	Macrolocalización.....	61
4.2.2.2.	Microlocalización.....	61
4.2.3.	Ingeniería del proyecto.....	61
4.2.3.1.	Tecnología.	62
4.2.3.2.	Procesos productivos.....	63
4.2.3.3.	Flujograma.....	64
4.2.4.	Estudio comercial.....	65
4.2.4.1.	Logotipo de la empresa.....	65
4.2.4.2.	Análisis de la competencia.....	65
4.2.4.3.	Análisis del cliente.....	65
4.2.4.4.	Formalización del negocio.....	66
4.2.4.5.	Organización.....	66
4.2.4.6.	Áreas funcionales.....	67
4.2.4.7.	Organigrama.....	68
4.3.	Estudio económico.....	68
4.3.1.	Costos.....	68
4.3.1.1.	Inversión total inicial.....	71
4.3.2.	Ingresos.....	73
4.3.4.	Estado de resultados.....	74
4.3.5.	Flujo de caja.....	75
4.4.	Estudio Financiero.....	76
4.4.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	77
4.4.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	77
4.4.3.	Relación Beneficio Costo (B/C).....	77
4.4.4.	Impacto ambiental.....	78
4.5.	Discusión.....	79
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
5.1.	Conclusiones.....	81
5.2.	Recomendaciones.....	82
VI.	BIBLIOGRAFÍA.....	83
6.1.	Literatura Citada.....	84
VII.	ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág.
1. Producto agrícola de mayor sembrado	39
2. Transporte para el traslado de los productos	40
3. Dificultad al vender.....	41
4. Forma de venta del producto	42
5. Servicio que brindan las comercializadoras	43
6. Venta de quintales semanalmente	44
7. Conformidad con el precio establecido por el gobierno	45
8. Cumplimiento de los precios de compra	46
9. Frecuencia de ventas	47
10. Importancia al vender.....	48
11. Forma de pago por la venta del producto	49
12. Difusión de la información de la comercializadora	50
13. Instalación de una nueva comercializadora	51
14. Venta de los productos a la nueva comercializadora	52
15. Percepción de ahorro	53
16. Ahorro por la nueva comercializadora.....	54
17. Demanda actual.....	55
18. Demanda futura	55
19. Demanda insatisfecha.....	56
20. Volumen mensual por comercializar y precios	58
21. Detalle de los costos... ..	70
22. Inversiones totales	72
23. Ingresos.	73
24. Estado de resultado.	74
25. Flujo de caja.....	75
26. Costos de la investigación.....	95
27. Presupuesto de instalación	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	Pág.
1. Producto agrícola de mayor sembrado	39
2. Transporte para el traslado de los productos	40
3. Dificultad al vender.....	41
4. Forma de venta del producto	42
5. Servicio que brindan las comercializadoras	43
6. Venta de quintales semanalmente	44
7. Conformidad con el precio establecido por el gobierno	45
8. Cumplimiento de los precios de compra	46
9. Frecuencia de ventas	47
10. Importancia al vender.....	48
11. Forma de pago por la venta del producto	49
12. Difusión de la información de la comercializadora	50
13. Instalación de una nueva comercializadora	51
14. Venta de los productos a la nueva comercializadora	52
15. Percepción de ahorro	53
16. Ahorro por la nueva comercializadora.....	54
17. Macrolocalización.....	60
18. Microlocalización.....	61
19. Diagrama del proceso de transformación	63
20. Flujograma	64
21. Logotipo	65
22. Organigrama	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos	Pág.
1. Encuestas.....	91
2. Costo de la investigación.....	95
3. Tabla de Amortización	96
4. Presupuesto de instalación	98
5. Secadora Sirca con intercambiador de calor	99
6. Clasificadora de granos	99
7. Granos de cacao seco	100
8. Sacos de yute para envasado del grano seco	100

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación fue realizado en el en el recinto El Paraíso La 14 del Cantón Buena Fe que cuenta con 108 agricultores, consistió en un estudio de mercado, técnico, organizacional, económico, y evaluación financiera proyectada a 5 años plazo con la finalidad darle al inversionista una herramienta de sustento para la creación de una comercializadora de productos agrícolas en la localidad, misma que incentivará a los agricultores e inversionistas en simplificar procesos para la venta de sus productos agrícolas, sabiendo que en el lugar no existe este tipo de servicio, con lo cual se ganará espacio frente a los competidores.

Para el registro de la información se empleó un cuestionario para encuestar a los agricultores de la zona para determinar su criterio sobre calidad, precio, cantidad y que productos ellos comercializan.

El valor actual neto presentó un valor positivo de \$ 540.849,50 lo que significa el retorno líquido generado por el proyecto. Por lo tanto es factible.

La tasa interna de retorno es de 95%, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico.

La relación beneficio costo se ha determinado dividiendo los beneficios netos para la tasa de interés del préstamo bancario; obteniendo el indicativo de 1,39. Esto demuestra que por cada dólar que se invierta retorna un dólar con treinta y nueve centavos de utilidad, por lo tanto el proyecto financieramente es factible.

ABSTRACT

This research was conducted at the precinct El Paraiso - Canton Buena Fe, which has 108 farmers. It consisted of a technical, organizational, economic, and financial evaluation market research, projected 5-year term in order to give the investor a support tool for the creation of a trading company for agricultural products in town. This will encourage farmers and investors to simplify processes for the sale of their agricultural products, knowing that in this place does not exist this kind of service, so it will be an advantage over competitors.

For the registration of information a questionnaire was used to survey farmers in the area to determine its criteria on quality, price, quantity and what products they sell. The actual net value is positive \$ 540.849,50, which is the liquid return value generated by the project. Therefore it is feasible.

The internal rate of return is 95%, which is higher than the market interest rate, so the project is feasible and viable from an economic point of view.

The benefit cost ratio was determined by dividing the net profit for the interest rate of the bank loan; achieving the target of 1, 39. This shows that for every dollar invested will return one dollar and thirty nine cents of profit, therefore the project is financially feasible.

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1.	Título / Title	M	Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe. Año 2013
2.	Creador/Creator	M	Montesdeoca L.
3.	Materia / Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Administración de financiera
4.	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe, con el objetivo de realizar un Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de productos agrícolas, segmentando el mercado de manera objetiva, para proyectar egresos e ingresos que incurren en el proyecto. Debido que no existe una comercializadora en la zona.
5.	Editor / Publisher	M	UTEQ
6.	Colaborador/Contributor	O	Ninguno.
7.	Fecha / Date	M	
8.	Tipo / Type	M	Estudio de Factibilidad
9.	Formato / Format	R	.doc MS Word 2010; .pdf
10.	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.ec
11.	Fuente / source	O	Estudio de Factibilidad 2013
12.	Lenguaje/Language	M	Español
13.	Relación / Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura/Coverage	O	Recinto El Paraíso La14 del cantón Buena Fe
15.	Derechos / Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia/Audience	O	Trabajo de Investigación

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Una empresa comercializadora de productos agrícolas nace en el momento en que se dificulta la relación entre los productores y consumidores finales, lo cual beneficia a estos dos grandes actores de la economía del país, generando así la compraventa de los mismos. El Ecuador es un país que por su suelo y clima se destaca en la producción agrícola de diversos productos entre ellos el maíz, soya, arroz, cacao, palma africana etc.

Los Ríos es una de las Provincias de mayor producción de estos productos, en los últimos años las producciones de ciclo corto han aumentado significativamente, así como la producción de cacao, dando paso a la creación de pequeñas y grandes empresas comercializadoras agrícolas en diversos Cantones, Parroquias y Recintos de la Provincia convirtiéndose en un gran afluente económico para el mismo.

Las empresas dedicadas a la comercialización de productos agrícolas son una parte del crecimiento y desarrollo de la economía del país, ya que además de su propio beneficio ayuda a crecer el mercado de las empresas relacionadas para este fin; la decisión de crear este proyecto, es para trabajar de una manera adecuada y transparente, dar fuentes de trabajo a las personas que necesitarán pertenecer a este proyecto y aumentar el comercio entre regiones.

Este proyecto se realizó, en el Recinto El Paraíso La 14 , donde gran parte de su población obtienen sus ingresos de las labores agrícolas, la cual se aprovechará la producción de pequeños agricultores de esta zona, logrando satisfacer la demanda de nuestros clientes, los cuales son exportadores directos.

El primer capítulo de este contenido se refiere al marco contextual de la investigación que está compuesta por: La introducción del tema de investigación, problematización de la investigación (planteamiento del

problema, formulación del problema y la sistematización del problema), justificación, objetivo general y específicos y la hipótesis general y específicas.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico de la investigación que trata: La fundamentación teórica y fundamentación conceptual, la misma que contiene citas bibliográficas de diferentes autores.

El tercer capítulo se refiere a la metodología que contiene: Materiales y métodos utilizados en la investigación, técnicas de investigación, diseño de la investigación, la población y muestra aplicada.

El cuarto capítulo contiene los resultados obtenidos de la encuesta en relación a los objetivos y la discusión.

El quinto capítulo habla de las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados obtenidos de la investigación.

El sexto capítulo contiene todos los anexos de apoyo a la investigación.

1.2. Problematización

1.2.1. Planteamiento del problema

La provincia de Los Ríos es una zona eminentemente agrícola, gracias a su ubicación geográfica y clima, características que permiten que las tierras sean idóneas para realizar cultivos de maíz, cacao, café, arroz, soya, plátano, yuca, palma africana y otros. En el recinto El Paraíso La 14 más del 60% de sus habitantes se dedican a las labores agrícolas entre ellas predominan los cultivos de cacao y maíz; frecuentemente se enfrentan a problemáticas que indican en la comercialización de sus productos, tales como: precios bajos, falta de transporte (fuertes pérdida en el pos-cosecha), inseguridad,

especulación, falta de tecnificación en el cultivo, falta de capacitación en la transferencia de tecnología, falta de recursos

Por otra parte la totalidad existente de la producción es realizada por pequeños productores de la zona, que utilizan un proceso tradicional de secado mediante tendales, donde los productos reciben la acción directa del sol y sin los tratamientos adecuados, que no permiten cumplir con las exigencias que nos impone el mercado en ofrecer productos de calidad; ya que la calidad de los productos en el mercado internacional es importante porque nos permite ser más competitivos.

Además estos productos son acaparados por comercializadores fuera de la zona, la cual los productores para poder vender sus productos a un precio razonable deben por cuenta propia correr con el costo de transporte, o por otro lado muchas comercializadoras se acercan adquirirlo y aprovechándose de esta desventaja de los productores ofrecen precio más bajo que el precio de mercado, la cual no obtienen altos beneficios y muchas veces hasta pérdida de su inversión.

La Creación de una comercializadora de productos agrícolas que brinde servicios adicionales, como: asesoría técnica, actualización de precios, balanzas electrónicas, personal capacitado, sobre todo ganarnos la fidelidad de nuestros clientes en ofrecer precio justo, permitirá que la empresa pueda contribuir al desarrollo y mejoramiento de las actividades agrícolas del sector lo cual influirá directamente en el crecimiento de la economía del recinto y el cantón.

1.2.1.1. Diagnóstico (Causas y Efectos)

Causas

- No hay inversionista que crean en el sector

- Informalidad en la comercialización en la zona de desarrollo del proyecto
- Deficiencia de servicios adicionales, infraestructura agrícola, maquinarias, capacitación de los recursos tecnificados.
- Baja escolaridad de los productores

Efectos

- Desinterés del sector privado para invertir
- Preferencia de vender sus productos fuera de la zona
- Fuertes pérdidas en el pos-cosecha y bajo rendimiento de la calidad de los productos y la producción.
- Desconocimiento de leyes anti-especulación

1.2.1.2. Pronóstico

- Retraso en el desarrollo económico del recinto y el nivel de vida de sus habitantes
- Acarear con altos costo de transporte
- Pérdida de la inversión
- Bajo rendimiento y mala calidad de la producción

1.2.1.3. Control de pronóstico

- Identificar y buscar alternativas de inversión que permitan beneficiar la economía del recinto
- Establecer estrategias de comercialización y mercado
- Promover la inversión en infraestructura agrícola en una zona eminentemente agrícola
- Ofrecer precios justo para incentivar al sector

1.2.1.4. Formulación del problema

¿Cómo demostrar la posibilidad de invertir en la creación de una comercializadora de productos agrícolas en el Recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe?

1.1.2.5 Sistematización del problema

- ¿Qué viabilidad puede tener la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe?
- ¿Qué características especiales y cualidades específicas técnicas deberá tener la empresa en su ubicación en una zona totalmente agrícola?
- ¿Cuáles son los resultados esperados y la influencia de la empresa a mediano y largo plazo?

1.3. Justificación

La creación de una empresa comercializadora de productos Agrícolas fomentará el desarrollo de la producción agrícola en el recinto El Paraíso La 14, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y a sostener las fuentes de empleo de las familias del sector que a su vez permita mejorar el ingreso familiar.

Con la idea de la implementación de una Comercializadora de productos agrícolas para el sector del recinto El Paraíso La 14 se beneficiarán directamente los productores de la zona, mediante la implementación de estrategias de comercialización de sus productos, brindándoles asesoría técnica para el cultivo de los mismo, además la investigación ayudará a los productores a reducir costos de transporte, pérdidas por robo del producto,

disminuir abusos de las otras comercializadoras en ofrecer precios más bajo que lo del mercado, lo que permitirá a su vez que ahorren recursos económicos, disminuyan el riesgo por transporte y que no obtengan pérdidas de su inversión.

Es importante mejorar la capacidad productiva de los pequeños y medianos agricultores, incentivándolos a ser los promotores de su propio desarrollo y a manejar su producción de una forma tecnificada y organizada. Una buena comercialización competitiva tiene sus ventajas, tanto al productor porque recibe mejores precios como al consumidor que paga precios razonables.

Como beneficiarios indirectos de esta investigación tenemos al mercado nacional (exportadores) e internacional (importadores), los cuales contarán con una nueva fuente de productos derivados de una producción de calidad, aprovechando al máximo sus beneficios, lo que ayudará a incrementar la competitividad en los mercados internacionales.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad comercial, técnica, organizacional, y financiera para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícola en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado que determine el producto agrícola de mayor demanda y oferta en la zona del proyecto.
- Desarrollar un estudio para conocer los aspectos técnicos, localización y la estructura orgánica - administrativa requerida por la empresa comercializadora de productos agrícolas

- Identificar mediante el estudio económico – financiero, los factores que intervienen en el proceso de comercialización de productos agrícolas que demuestren la rentabilidad del proyecto

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La creación de una empresa comercializadora de productos Agrícolas en el recinto El Paraíso La 14 del Cantón Buena Fe, desarrollando un estudio de mercado y análisis de la viabilidad comercial, técnica, organizacional, y financiera, impulsará que en un futuro próximo se pueda poner en marcha este proyecto.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- El estudio de mercado determinará la posibilidad de creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas.
- La determinación de la estructura organizacional de la empresa ayudará a conocer lo requerimientos para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe.
- Las proyecciones de ingresos generan la rentabilidad suficiente para la creación una empresa comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe.

1.5.3. Variables

1.5.3.1. Variable Independiente

Estudio de Factibilidad

1.5.3.2. Variable Dependiente

Creación de una comercializadora de productos agrícolas

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. El Producto

Es todo aquello que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo (LOPEZ & PINTO, 2010).

El producto es cualquier bien o servicio elaborado por el trabajo humano, y que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o usuarios generando mediante el intercambio un ingreso económico a los oferentes con una probable ganancia (Lerma & Alejandro, 2010).

2.1.2. El Cacao

El cultivo de cacao tuvo su origen en América pero aún no se ha podido identificar con exactitud el lugar puntual ni su distribución. Aun hoy en día sigue siendo un tema de discusión (ESTRADA, ROMERO, & MORENO, 2011).

Algunos autores indican que el cultivo de cacao se inició en México y América Central y señalan al mismo tiempo que los españoles no lo vieron cultivado en América del Sur cuando arribaron a este continente, lo encontraron creciendo en forma natural en muchos bosques a lo largo de los ríos Amazonas y Orinoco y sus afluentes, donde aún hoy existen tipos genéticos de un alto valor (ESTRADA, ROMERO, & MORENO, 2011).

Cacao Criollo o dulce: su origen se centra principalmente en Centroamérica, Colombia y Venezuela, entre las características más sobresalientes se menciona que el fruto posee una cascara suave, con 10 surcos profundos con otro de menor profundidad, su curvatura es corroñosa y termina en una punta delgada. La cascara es de color blanco o violeta, las semillas son

dulces y de ellas se elabora el cacao denominado fino (ESTRADA, ROMERO, & MORENO, 2011).

Cacao Forastero o amargo: su principal centro de origen se limita a la zona de América del sur y es el más cultivado tanto en África como en Brasil. Entre sus características se cita que posee una cascara dura y más o menos lisa, de apariencia redondeada y la cascara suele ser de color verde a amarillo. Las semillas son aplanadas de color morado y sabor amargo (ESTRADA, ROMERO, & MORENO, 2011).

Cacao Trinitario: esta variedad surge del cruce de la variedad criolla y forastero las mazorcas por lo general son de muchas formas y colores; las semillas son más grandes que el de las otras variedades; las plantas son fuertes, de tronco grueso y hojas grandes. Actualmente es la variedad más cultivada en el mundo (ESTRADA, ROMERO, & MORENO, 2011).

2.1.3. Cacao en Ecuador

El Ecuador posee una gran superioridad en este producto: más del 70% de la producción mundial de Cacao Fino y de Aroma se encuentra en nuestras tierras, convirtiéndonos en el mayor productor de cacao de aroma del mundo. Esto ha generado un prestigio importante, favorable, destacable, indispensable y representativo para el país. Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especias que lo hace único y especial, sobresaliendo con su ya conocido SABOR ARRIBA. (ANECACAO, 2013).

Los principales países de destino de las exportaciones de cacao y elaborados son: Estados Unidos con una participación al 2012 de 26%, Holanda con una participación de 10%, Malasia con una participación de 9% y un crecimiento en el período analizado de 407%, México con una participación de 8% y una tasa promedio anual de crecimiento de 8%, Alemania con participación de 8% y un crecimiento promedio de 10%, Brasil con participación de 7% y

crecimiento promedio anual de 40%, Colombia con una disminución en las exportaciones en los últimos años y con una participación en el 2012 de 5%, China con crecimiento anual promedio de 227% y una participación de 3%, España con un crecimiento anual promedio de 39% y una participación de 3%, entre otros (PROECUADOR, 2013).

2.1.4. Productos intermedios

El Cacao Nacional Arriba, conocido también como la Pepa de oro, es procesado industrialmente para obtener semi-elaborados con las mismas virtudes de exquisitas tonalidades de aroma y sabor únicos del cacao ecuatoriano, y de alta calidad como: Licor, manteca, torta y polvo de cacao, con los que se logra un producto final exquisito; desde la chocolatería más fina y gourmet, los más apetecidos platos en artes culinarias, bebidas frías y calientes y muchas otras delicias combinadas que son un deleite absoluto para el paladar, hasta productos de belleza y que son de grandes beneficios confirmados para la salud humana (ANECACAO, 2013).

2.1.5. Cacao Nacional

El cacao fino y de aroma tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los fabricantes de chocolate. Representa únicamente 5% de la producción mundial de cacao. Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad Nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional. Este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados. Sin embargo, los que muchos no saben que el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene (ANECACAO, 2013).

Del total de la exportación ecuatoriana se estima que un 80% es cacao fino de aroma mientras que el restante 20% pertenece a otras variedades como el

CCN51. Ecuador se posiciona como el país más competitivo de América Latina en este campo, seguido de lejos por Venezuela, Panamá y México, que son países que poco a poco han incrementado su participación en el mercado mundial del cacao fino en grano (ANECACAO, 2013).

2.1.6. Cacao de exportación

El Ecuador exporta cacao en 3 diferentes formas, que se refieren a etapas distintas de elaboración: Granos de cacao, Semi-elaborados y Producto Terminado (ANECACAO, 2013).

Granos: Los granos o almendras se encuentran dentro de la mazorca del cacao y constituyen la materia prima para la elaboración de todo tipo de chocolates (ANECACAO, 2013).

Semi-elaborados: Se refiere al cacao en una etapa de industrialización. Se separan las fases sólidas de las líquidas, obteniendo productos que serán utilizados para la fabricación de chocolates y derivados (ANECACAO, 2013).

Elaborados: Es el cacao tras un proceso de industrialización o elaboración artesanal. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, baños y un sin fin de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos. El consumo de chocolate es asociado con una serie de beneficios para la salud. Estudios demuestran que favorece al sistema circulatorio, y que también tiene otros buenos efectos: anticanceroso, estimulador, cerebral, antitusígeno, anti diarreico, efectos afrodisiacos (ANECACAO, 2013).

2.1.7. Mercado

Un mercado es una organización en la que se intercambian bienes, servicios y factores productivos, y en la que las decisiones en torno a que producir, en

que cantidades y para quien, son tomadas por empresarios atentos a las preferencias de los consumidores (HOYO, 2012).

2.1.8. Concepto de secado

El secado se refiere a la eliminación de la humedad en una sustancia (CASTELLS, 2012).

El secado es un proceso de transferencia en el cual la humedad es removida y absorbida de la superficie de la semilla en forma de vapor por el aire que la rodea (VALDIVIA, 2011).

El secado solar al aire libre ha sido utilizado desde tiempos inmemorables para el secado de carne, pescado, madera y otros productos agrícolas como medio de conservación (GALAVIZ, 2012).

2.1.9. Proceso de secado.

El secado de granos tiene como objetivo fundamental lograr que, durante el almacenamiento, el grano conserve sus características el mayor tiempo posible. El proceso de secado de granos tiene cuatro retos: (SIGUENCIA, 2013).

- Disminuir el contenido de agua en los granos.
- Evitar la germinación de las semillas.
- Conservar la máxima calidad del grano y alcanzar un grado de humedad que no permita el crecimiento de bacterias y hongos, así como también retarde considerablemente el desarrollo de ácaros e insecto (SIGUENCIA, 2013).

2.1.10. Tipos de secado

2.1.10.1. Secadoras discontinuas: estáticas y con recirculado.

a. Secadora discontinua estática.

Consta de un cilindro central en el que se le inyecta aire. Este está rodeado por la masa de cereal y el aire la atraviesa, en distintas direcciones siempre del centro hacia fuera (FAO, 2010).

Se carga con grano húmedo, se trabaja primero con aire caliente y luego frío. Una vez secado el grano recién se procede a la descarga (FAO, 2010).

b. Secadora discontinua con recirculado

El trabajo es similar al anterior, pero el grano en su interior se encuentra en movimiento, con este sistema se logra mayor uniformidad que con el anterior. Son máquinas lentas y de baja velocidad de secado (FAO, 2010).

2.1.10.2. Secadoras continuas: de columna, de caballete y de flujo opuesto o de pantalla.

En las secadoras continuas el grano húmedo penetra permanentemente por un extremo y sale el grano seco por el opuesto. Constan de una tolva, un módulo de calor y un módulo de frío. Las torres trabajan normalmente con los 2/3 partes con aire caliente y el 1/3 inferior con temperatura ambiente (FAO, 2010).

a. Secadora continúa de columna

En ella existen 2 cámaras en el núcleo central de la máquina, una para aire caliente y la otra para aire frío. El cereal desciende por los costados de la cámara, recibiendo el aire por las paredes perforadas. El aire caliente

establece un contacto mucho mejor con el grano que en una secadora discontinua. Se trata del tipo de secadora más difundido (FAO, 2010).

b. Secadora continúa de caballete

El aire circula por el interior de los caballetes, entrando por los de una fila y saliendo por los de otra. Saliendo el grano por el exterior de los mismos. Tanto el aire como los granos hacen un recorrido sinuoso y de esta manera el grano, va recibiendo calor desde direcciones distintas. El secado es de muy buena calidad pero su rendimiento es bajo (FAO, 2010).

c. Secadora continúa de pantalla o flujo en sentido opuesto

Los chorros de cereal recorren columnas que son atravesadas por corrientes de aire en direcciones opuestas alternándose a distintas alturas (FAO, 2010).

2.1.10.3. Clasificadoras industriales con intercambiador de calor sirca.

Incorpora soluciones tecnológicas para una mayor productividad y eficiencia. De construcción metálica, este clasificador de bandejas distribuye uniformemente el producto de acuerdo a su espesor y peso, haciendo de su clasificación y recolección un proceso sencillo y práctico, evitando el desperdicio del producto. La capacidad de la Clasificadora de Granos SIRCA es de aproximadamente 1.5 toneladas por hora (FAO, 2010).

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1. Mercado

Un conjunto de personas, individuales u organizadas, que necesitan un producto, que desean o pueden desear comprar y que tienen la capacidad económica y legal para comprar (RODRIGUEZ ARDURA, 2011).

Todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo (DICCIONARIO DE MARKETING).

Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio (CAMINO & MOLERO, 2012).

2.2.1.1. Empresa

Un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen (GILL & GINER DE LA FUENTE, 2013).

Las empresas familiares constituyen hoy día la base del sistema económico de libre mercado, son la fuente generadora de la mayor parte de empleo en nuestras sociedades y constituyen un elemento de cohesión social. Son sin duda la base de nuestro sistema productivo y económico, elementos básicos en la creación de empleo y riqueza en nuestra so s empresas familiares constituyen hoy día la base del sistema económico de libre mercado, son la fuente generadora de la mayor parte de empleo en nuestras sociedades y constituyen un elemento de cohesión social (GALLEGOS, 2012).

2.2.1.2. Cliente

Un cliente es el individuo más importante de la empresa (RODRIGUEZ ARDURA, 2011).

Una persona o empresa que adquiere bienes o servicios no necesariamente el Consumidor final (URQUIZO, 2010).

2.2.2. Estudio de Mercado

La concepción, planificación y ejecución de un estudio de mercado se realiza a través de un proceso de investigación que consiste en una serie de etapas que guían dicha investigación desde su concepción hasta el análisis, la recomendación y la acción final (MAS RUIZ, 2010).

Es herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación de un producto dentro del mercado (MARTINEZ, 2011).

2.2.2.1. Demanda.

La demanda proviene de entender, como todos estos factores interactúan entre sí de maneras complejas, impredecibles y contrarias al sentido común. Y se trata de una forma de pensar que da un salto entre convencer a la gente de que compre algo, a una genuina comprensión humana a realmente ver al mundo a través de los ojos y las emociones del cliente (SLYWOTZKY, 2012).

Es una cuantificación de los deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del consumidor y por los estímulos del marketing de nuestra firma y de la competencia (RIVERA & LOPEZ, 2012).

2.2.2.2. Oferta

Las fuerzas de la oferta y la demanda afectan las decisiones de negocios de todas las empresas en una economía de mercado competitiva (KEAT, 2011).

2.2.2.3. La factibilidad

El análisis para ver si los proyectos son o no son técnica, financiera, económica, social, ambiental, y jurídicamente viables (PALACIOS SALAZAR, 2010).

Factibilidad técnica: Contendrá toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad en formación (RAMIREZ, VIDAL, & DOMINGUEZ, 2009).

Factibilidad económica: La evaluación económica-financiera es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando las pautas más representativas usadas para tomar decisiones de inversión. La evaluación económica financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización (RAMIREZ, VIDAL, & DOMINGUEZ, 2009).

Factibilidad operacional u organizacional: Se describirá la organización interna de la institución, así como los distintos órganos de administración, especificando número de personal, experiencia, nivel académico y ubicación dentro de la organización (RAMIREZ, VIDAL, & DOMINGUEZ, 2009).

2.2.2.4. El precio

Es un punto de referencia básico en toda oferta, su mayor o menor presencia vendría determinado por su grado de importancia frente a las ventajas y beneficios ofrecidos, y como elemento de comparación con la competencia (ALET, 2011).

El precio de venta es para el fabricante o vendedor la fuente de ingresos del producto (ESCUDERO, 2010).

El precio es el único elemento que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles; se puede modificar rápidamente a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal (KOTLER, 2009).

2.2.2.5. La Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta (KOCH, 2010).

La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella, sobre la competencia es necesario investigar (KOCH, 2010).

2.2.2.6. Estudio de viabilidad

Cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. Se puede esperar o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estables de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial (ILPES, 2009).

2.2.3. Estudio técnico

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio (CALDERON & TANDAZO, 2011).

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa? (CALDERON & TANDAZO, 2011).

2.2.3.1. Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio (RAMIREZ, VIDAL, & DOMINGUEZ, 2009).

2.2.3.2. Tamaño

El estudio del tamaño comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del proyecto, lo cual lleva al análisis del tamaño óptimo, localización, proceso productivo, disponibilidad y el costo de insumos, características de los equipos e instalaciones que conviene detallar cuantificar y determinar su costo (CALDERON & TANDAZO, 2011).

2.2.3.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto permite definir la forma en que se desarrollarán los procesos del servicio que ofrece el Centro de Capacitación y la manera de llevar a cabo las actividades gerenciales, para brindar un servicio con la calidad propuesta por la empresa, la ingeniería del proyecto permitirá definir los espacios necesarios, así como el material directo y la mano de obra que se necesitará para llevar a cabo los procesos (MONAR, 2013).

2.2.3.4. Organización

Indica que la palabra organización se utiliza en dos diferentes sentidos, el primero es de empresa a grupo funcional. Por ejemplo un negocio, un hospital, una independencia gubernamental o un equipo de básquetbol. El segundo es el proceso de organizar, es decir; es decir la manera en que se dispone el trabajo y se asigna entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos de la misma (TERRANOVA, 2010).

La existencia de un grupo humano que comparte unos medios o recursos financieros técnicos y humanos en la realización de una acción coordinada para la consecución de unos fines y objetivos comunes (GOYA & HERNAEZ, 2009).

2.2.4. Estudio económico

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores. Comienza con la determinación de los costos totales y la inversión inicial cuya base son los estudios de ingeniería. Continúa con la determinación de la depreciación y la amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo (ROSALES, 2011).

Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el flujo neto de fondos. La tasa y el flujo se calculan con o sin financiamiento, también es importante el cálculo de la cantidad mínima económica, llamado punto de equilibrio (ROSALES, 2011).

2.2.4.1. Inversión

Toda inversión supone renunciar unos recursos de los que se puede disfrutar ahora, por una esperanza de recompensa futura y toda actividad humana que se traduzca en estos parámetros de decisión se puede considerar una inversión (ESCRIBANO, 2011).

Todo proyecto de inversión puede resumirse desde un punto de vista financiero, en una corriente de cobros y pagos (flujos financieros de caja) (ESCRIBANO, 2011).

2.2.4.2. Capital de Trabajo

Explica que el capital de trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar el producto, diferente a la inversión en activos fijos, esto se refiere a que hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos (SARMIENTO, 2008).

Las inversiones que reflejan incrementos en las ventas, ocasionan necesidades adicionales en los rubros de cuentas por cobrar. Para compensar esto, se da un aumento parcial en las fuentes espontaneas de financiamiento especialmente del rubro de cuentas por pagar (ESPINOZA, 2008).

El capital de trabajo es el dinero necesario para operar una actividad económica en una base permanente (VALERA, 2009).

2.2.4.3. Costos

Los costos son egresos de dinero realizados en forma repetitiva para cubrir sus requerimientos de capital de insumos y materiales propios de su proceso productivo y durante la fase del funcionamiento normal de la Empresa (SARMIENTO, 2008).

Los costos representan una porción del precio de adquisición de artículos, propiedades o servicios, que ha sido diferida o que todavía no se ha aplicado a la realización de ingresos (ORTEGA, 2008).

2.2.4.4. Costos Fijos

Son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como sería el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio (RAMIREZ, 2008).

Dentro de los costos fijos, existen dos categorías. Por un lado, se encuentran los costos fijos discrecionales, que son aquellos que son susceptibles de ser modificados, como por ejemplo los sueldos y salarios; por otro lado, están los costos fijos comprometidos, que son los que no aceptan modificaciones, por lo cual también son llamados costos sumergidos. En esta última categoría entraría la depreciación de la maquinaria y contratos a largo plazo de arrendamiento (RAMIREZ, 2008).

2.2.4.5. Costos Variables

Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas (RAMIREZ, 2008).

2.2.4.6. Costo de Producción

El costo de producción es la unión de todos los costos que tengan que ver con la producción de un producto o servicio, se toma en cuenta el costo que tendrá la materia prima, la mano de obra que lo realizará, el empaque o envase del producto y los combustibles, estos costos se consideran como directos, ya que afectan directamente al producto y los costos indirectos que

afectan pero no directamente al producto como lo son la energía eléctrica, el agua, los servicios que con que se cuente, el control de calidad para el producto, son costos que se consideran pero no afectan directamente en la producción del producto (ARTEGA, 2012).

2.2.4.7. Depreciación

Que la depreciación es el desgaste que sufren los bienes por el servicio que presentan a la empresa (URQUIZO, 2010)

La depreciación con el transcurso del tiempo en los activos tangibles renovables (máquinas o edificios) experimenta una pérdida de valor debido a razones físicas y económicas (ZAPATA, 2007).

La depreciación es la pérdida del valor de los bienes del activo fijo por efecto de diversas causas (DAVALOS, 2009).

2.2.4.8. Ingresos

Manifiesta que el ingreso es la influencia de activos que resulta de la venta de artículos o servicios en el curso normal de las operaciones implicando un aumento de capital (SAPAG, 2009).

El ingreso es dinero, o cualquier otra ganancia, rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto periodo de tiempo (VORISOV, 2009).

2.2.4.9. Balance General

El balance general presenta en qué condiciones está la empresa, un negocio o una empresa en un momento determinado, a través de los registros que contabiliza (KOTLER, 2009).

El balance general proforma contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado se presentan los pasivos esperados de la empresa, es decir, las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social (ARTEGA, 2012).

2.2.4.10. Estado de Resultados

Denominado anteriormente como estado de pérdidas y ganancias, el estado de resultados es una de las herramientas financieras más importantes para evaluar la gestión económica de una organización, así como una importante guía en el proceso de toma de decisiones gerenciales (CADAVID, 2008).

El estado de resultados resume todas las transacciones correspondientes a los ingresos generados por el ente económico, así como los costos y gastos en que se ha incurrido a lo largo de un período contable. De la diferencia entre los dos conceptos anteriores se obtiene la utilidad o pérdida lograda por la empresa durante el período (CADAVID, 2008).

2.2.4.11. Punto de Equilibrio

Expresa que es una herramienta útil para efectuar vaticinios de ganancias a corto plazo en función del volumen de ventas, ya que permite presupuestar fácilmente los gastos correspondientes a cualquier nivel a que opere el negocio (SARMIENTO, 2008).

Todo nivel ubicado a la derecha del punto de equilibrio provee utilidades, mientras que los que se hallan a la izquierda no alcanzan a recuperar los costos totales. Cuanto más a la izquierda se encuentra el punto de equilibrio, más favorable es la situación (SARMIENTO, 2008).

2.2.4.12. Flujo de Caja

Consiste en sumar todos los flujos de caja que genera el proyecto durante su vida y dividirlo por la cantidad invertida (ESCRIBANO, 2011).

Expresa que el flujo de caja sistematizada la información de las inversiones previas a la puesta en marcha, la inversión durante la operación, los egresos e ingresos de operaciones, el valor de salvamento del proyecto y la recuperación del trabajo (ORTEGA, 2008).

Manifiesta que el flujo de caja de un período define la diferencia entre los cobros y los pagos derivados de la inversión durante ese período (KOTLER, 2009).

Es la determinación del horizonte de evaluación que, en una situación ideal, debería ser igual a la vida útil real del proyecto, del activo o del sistema que origina el estudio (SAPAG, 2009).

2.2.5. Estudio financiero

Indica que el objeto de la evaluación financiera es demostrar la viabilidad de la inversión bajo condiciones de financiamiento (BACA, 2009).

El estudio económico busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación (ILPES, 2009).

2.2.5.1. Relación Beneficio Costo

Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión (SAPAG, 2011).

Permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados, que se desprenden de su implementación, los costos corresponden al valor de los recursos utilizados, en tanto que los beneficios son el valor de los bienes o servicios producidos por el proyecto (MIRANDA, 2010).

2.2.5.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor actualizado de los flujos netos de caja esperados de una inversión (ESCRIBANO, 2011).

Valor actual neto, es la diferencia positivo y negativa entre los ingresos actualizados (incluida como gasto la inversión) utilizando una cierta tasa de actualización (IIPES, 2011).

Constituye la medida de evaluación que toma como base el llamado Flujo neto del Proyecto y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que cuantifique en términos monetarios los beneficios reales del proyecto. El VAN necesita para su cálculo partir de la imposición de una tasa de Interés que se considere relevante para la actividad (ORTEGA, 2008).

2.2.5.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Que tasa interna de retorno, es aquella tasa que, aplicada a la actualización de la inversión y de los ingresos netos, o sea, las diferencias entre ingresos y gastos de cada período de vida útil, iguala a los valores actualizados (IIPES, 2011).

La tasa interna de retorno de un proyecto es una tasa de descuento que ocasiona que el VPN sea igual a cero lo que ocurre cuando el proyecto solo está ganado su costo capital (KEAT, 2011).

CAPITULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Localización de la investigación

La presente investigación se desarrolló en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe perteneciente a la Provincia de Los Ríos.

3.1.2. Métodos de Investigación

Para la elaboración y desarrollo del presente proyecto se utilizaron los métodos deductivos, analíticos y científicos.

El presente estudio inicio con la recolección bibliográfica de varios autores, textos y del internet para tener una base teórica sobre el tema planteado.

3.1.2.1. Método Analítico

Por medio de este método se realizó el análisis del estudio de viabilidad a través del trabajo de campo a efectuar a los clientes potenciales en el Cantón Buena Fe cumpliendo con los objetivos específicos propuestos en el presente trabajo.

3.1.2.2. Método Deductivo

El método se aplicó después de tener toda la información requerida; permitió deducir que a partir de este estudio y empleando las técnicas y métodos teóricos se podrá diseñar la propuesta.

3.1.2.3. Método Científico

En este proyecto con el método científico dio lugar al estudio para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas.

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Investigación documental

Permitió recopilar la información relacionada con la creación y factibilidad de proyectos, enfocados a la creación de negocios.

3.2.2. Investigación de campo

Mediante este tipo se logró recopilar y razonar los datos e información obtenida en el sector en estudio.

3.2.3. Fuentes

Para la realización del trabajo investigativo y en la dirección a alcanzar los objetivos propuestos se utilizaron las siguientes fuentes de investigación:

3.2.3.1. Primarias

La recolección de datos primarios se realizaron a través de los métodos de observación y encuestas a los involucrados, para lo cual se tomaron en cuenta el tamaño de los productores en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe y sus sectores aledaños, y por medio de una muestra representativa.

3.2.3.2. Secundarias

Se recurrió a textos, folletos, revistas e internet que sustenten el trabajo de investigación.

También se obtuvo información geográfica reportada por el Municipio del cantón Buena Fe y el departamento de UNIAGRO de la Universidad Técnica

Estatal de Quevedo e información estadística reportada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) sobre población.

3.2.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación

Para este modelo de investigación se aplicó la técnica: Exploratoria, Descriptiva y Correlacional ya que permitieron determinar la situación de las variables en estudio.

3.2.4.1. Encuestas

Fue destinada para la investigación a través de un grupo de preguntas a los agricultores del recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe.

3.3. Diseño de la investigación

La modalidad de investigación que se aplicó fue cuantitativa y cualitativa, por cuanto permitió la aplicación de técnicas de investigación para la interpretación objetiva del problema o fenómeno de estudio, en este caso dar a conocer la nueva empresa. La orientación de la investigación se la hizo sobre un grupo y su objetivo fundamental es interpretar realidades de hecho.

Para la presente investigación se utilizaron el siguiente procedimiento metodológico:

3.3.1. Estudio Documental.

El estudio documental, se lo extrajo de varias fuentes de consulta; libros, módulos, folletos, textos e internet, la información secundaria recopilada se la analizó con el fin de sistematizar lo más importante y plasmarlos en el presente estudio, que coadyuvó con el análisis de los resultados y la discusión del objeto de estudio.

3.3.2. Estudio Económico.

3.3.2.1. Costos y gastos

Para determinar los costos y gastos de este proyecto se han considerado los siguientes rubros publicidad, gastos generales, materiales y recursos administrativos y entre otros.

3.3.2.2. Ingresos.

Para conocer los ingresos de la creación de la empresa comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14. Se establecieron los activos fijos tangibles.

Se incrementó el 5% al total de los ingresos por los servicios en 5 años.

3.3.2.3. Inversión.

La inversión se estableció mediante los requerimientos totales del proyecto de la empresa como son: personal, Local, Vehículos, muebles y enseres, equipos de oficina, adecuaciones y materiales varios.

3.3.2.4. Financiamiento.

Su financiación comprenderá un porcentaje de capital propio y otra parte financiada con un crédito Bancario.

Para calcular el préstamo bancario se generó la tabla de amortización con una tasa de interés anual del 13% de la Corporación Financiera Nacional.

3.3.2.5. Amortización.

La amortización genera una cuota constante para cada año - anualidad - que incorpora una cuota de interés y otra de reembolso de capital.

El importe de la cuota está formado por la acumulación de intereses y amortización por lo que cuando alargamos el plazo de la operación la disminución que se produce en la cuota corresponde a la parte de amortización, puesto que como mínimo el importe de la cuota ha de igualar al de los intereses devengados.

3.3.2.6. Depreciación.

Para determinar la depreciación de los activos, se aplicó el modelo de depreciación lineal.

$$D_a = \frac{V.a}{V.u}$$

Por despeje y reemplazo de la formula, se puede aplicar la siguiente ecuación.

$$V_r = V_a - D_a$$

Dónde:

D_a = Depreciación anual.

V_a = Valor Actual

V_u = Vida Útil

V_r = Valor residual

D_a = Depreciación acumulada

3.3.3. Estudio financiero.

3.3.3.1. Capital de trabajo

Para obtener el capital de trabajo del estudio económico se estableció de los sueldos, arriendos, servicios básicos, suministros de oficina, gastos operacionales de logística de transporte y entre otros.

$$CT = AC - PC$$

3.3.3.2. El Balance General

El balance general nos permitió conocer el patrimonio de la empresa.

3.3.3.3. El Estado de Resultados

En el estado de resultado nos ayudó determinar la utilidad proyectada durante un tiempo determinado.

3.3.3.4. Flujo de caja

Es estado de flujo de caja es donde determinamos los ingresos y egresos de dinero.

3.3.3.5. Valor actual neto

Para determinar el flujo neto se calculó el total de ingresos – total de egresos.

El cálculo del valor actual neto de la inversión se basó en una serie de flujos de efectivo periódicos, presentados en el flujo de caja y con una tasa de interés anual del 13%.

3.3.3.6. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se la utilizó para determinar la rentabilidad en función de porcentaje.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según información recopilada a los dueños de las comercializadoras de productos agrícolas del cantón Buena Fe se determinó que existen 108 productores de productos agrícolas entre grandes, medias y pequeños.

3.4.2. La Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró el muestreo por áreas de etapas múltiples. Esta técnica permitió generalizar los resultados que se obtuvieron a partir de una muestra hacia toda la población.

Fórmula:

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

$$n = \frac{108}{(0.0025)(108 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{108}{(0.0025)(107) + 1}$$

Dónde:

$$n = \frac{108}{1.2675}$$

n = Muestra.

$$n = 85.21$$

N= Población= 108

e²= Error de la Muestra= ± 5%.

R//. 85

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Estudio de mercado para determinar el nivel

4.1.1. Interpretación y análisis de los resultados de las encuestas a los agricultores del recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe.

Pregunta 1.- ¿En sus tierras a que producto agrícola se dedica más a sembrar?

Cuadro 1. Producto agrícola de mayor sembrado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Cacao	43	51
Arroz	11	13
Maíz	28	33
Otros	3	4
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

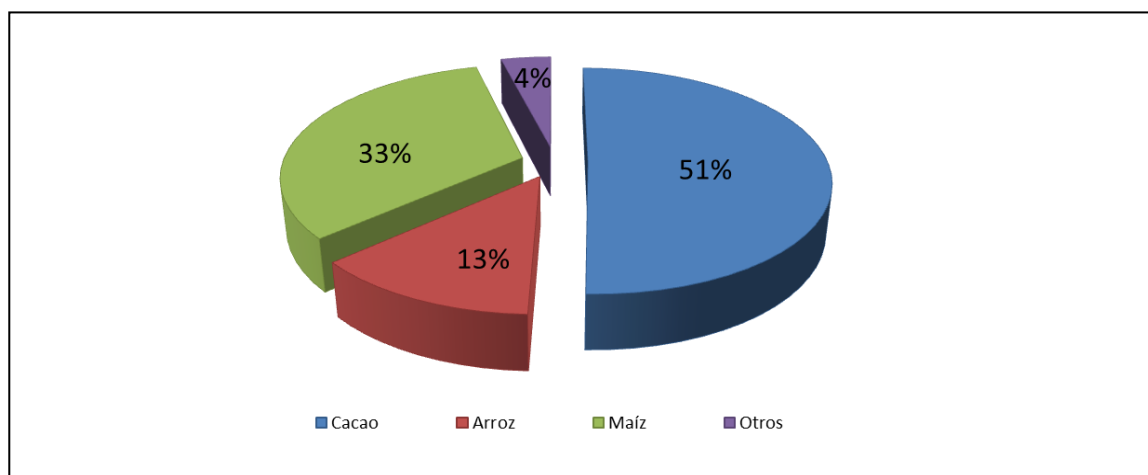


Gráfico 1. Producto agrícola de mayor sembrado.

Análisis:

El 51% de los agricultores encuestados manifestó que el producto que ellos más siembra en sus tierras es el Cacao, el 33% dijo que es Maíz, con el 13% dijeron que es el Arroz y finalmente el 4% siembra otro tipo de producto agrícola en sus tierras.

Pregunta 2. ¿Cuenta con transporte propio para el traslado de sus productos hasta las comercializadoras?

Cuadro 2. Transporte para el traslado de los productos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
SI	73	86
NO	12	14
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

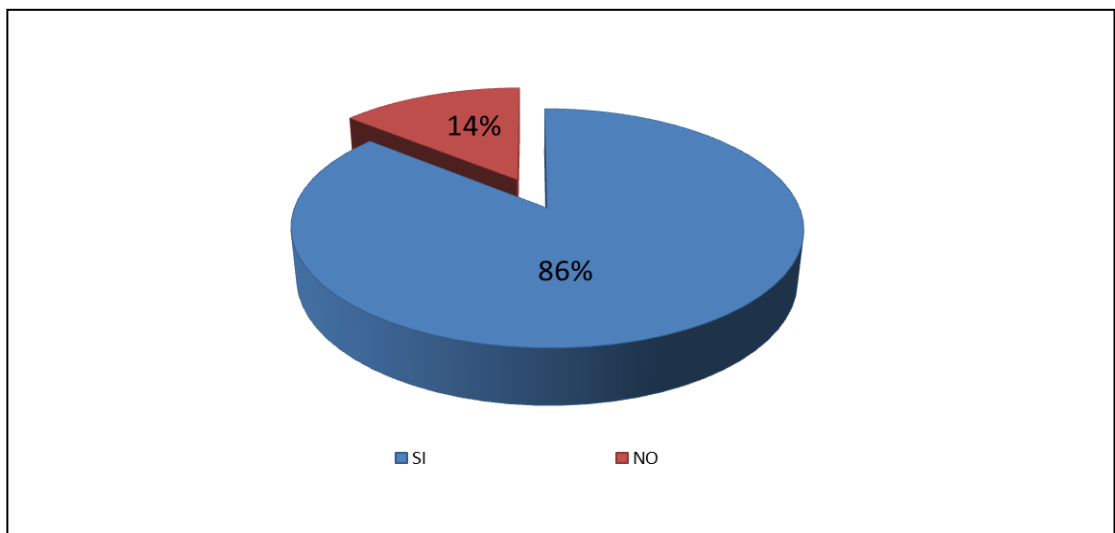


Gráfico 2. Transporte para el traslado de los productos

Análisis:

EL 86% de los agricultores encuestados manifestó que SI cuenta con transporte propio para el traslado de sus productos agrícolas hasta las comercializadoras en cambio el 14% restante manifiesta que NO cuenta con transporte propio por lo que tiene que alquilar transporte para el traslado.

Cuadro 3.- ¿Tiene dificultades en vender sus productos agrícolas?

Cuadro 3. Dificultad al vender

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
SI	52	61
NO	33	39
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

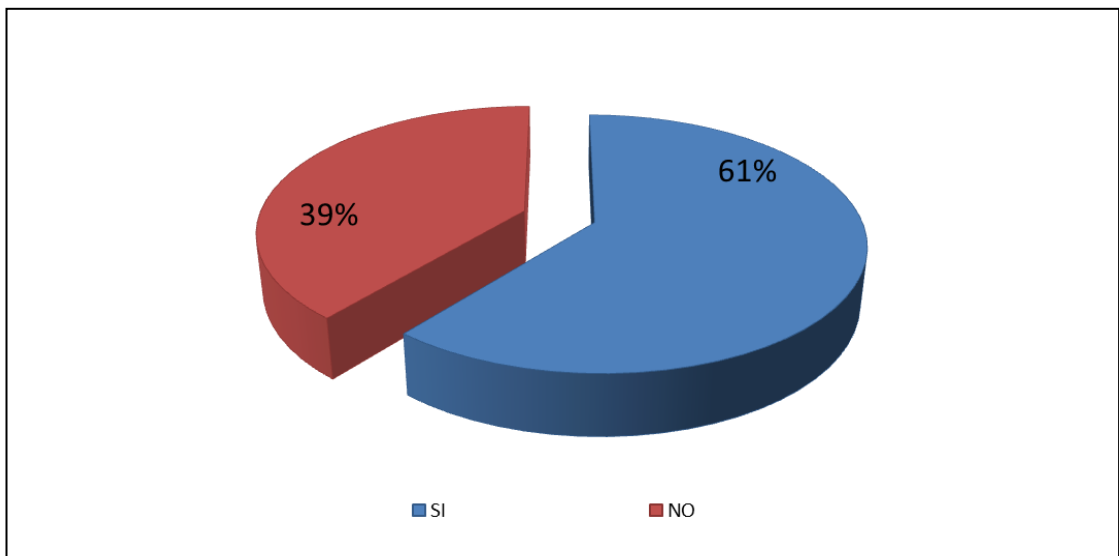


Gráfico 3. Dificultad al vender

Análisis:

EL 61% de los agricultores encuestados manifestó que SI tienen problemas para vender sus productos ya que en la zona donde ellos viven no cuentan con una comercializadora teniendo que viajar para poder vender sus productos en cambio el 39% restante manifiesta que NO tiene problemas para vender sus productos.

Pregunta 4. ¿Cómo vende su producto?

Cuadro 4. Forma de venta del producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Seco	4	5
Húmedo	81	95
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

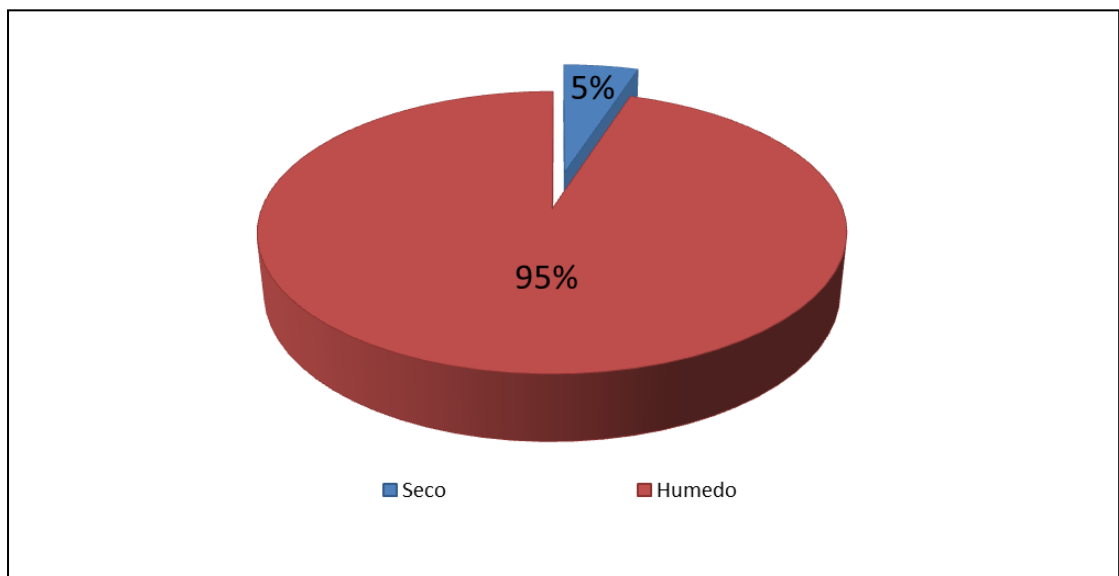


Gráfico 4. Forma de venta del producto

Análisis:

El gráfico 4 registra que el 95% de los agricultores manifestaron la forma que ellos venden sus productos a las comercializadoras es húmedo mientras que tan solo el 5% de los agricultores lo hace seco.

Pregunta 5. ¿Cómo califica el servicio que brindan las comercializadoras de productos agrícolas actualmente?

Cuadro 5. Servicio que brindan las comercializadoras

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Excelente	2	2
Muy Buena	8	9
Buena	33	39
Regular	24	28
Mala	18	22
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

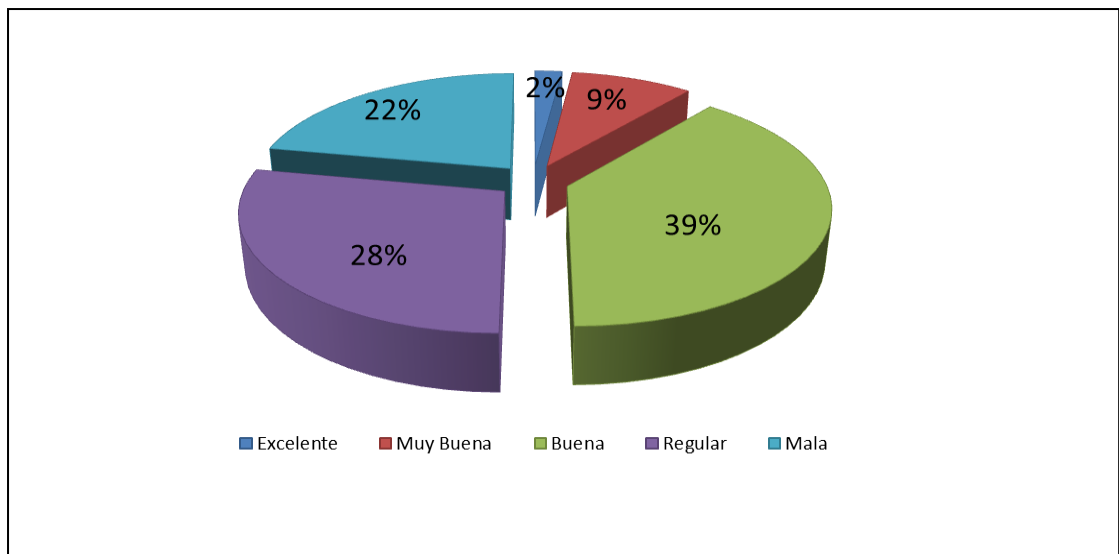


Gráfico 5. Servicio que brindan las comercializadoras

Análisis:

El 39% de los agricultores manifestaron que el servicio de las comercializadoras donde ellos venden sus productos agrícolas es Buena, el 28% manifestó que es Regular, el 22% dijeron que es Mala, con el 9% es muy buena y finalmente el 2% es excelente.

Pregunta 6. ¿Cuántos quintales de su producto agrícola vende semanalmente a las comercializadoras?

Cuadro 6. Venta de quintales semanalmente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
1 – 50	59	69
51 – 100	13	15
101 – 150	9	11
Más de 151	4	5
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

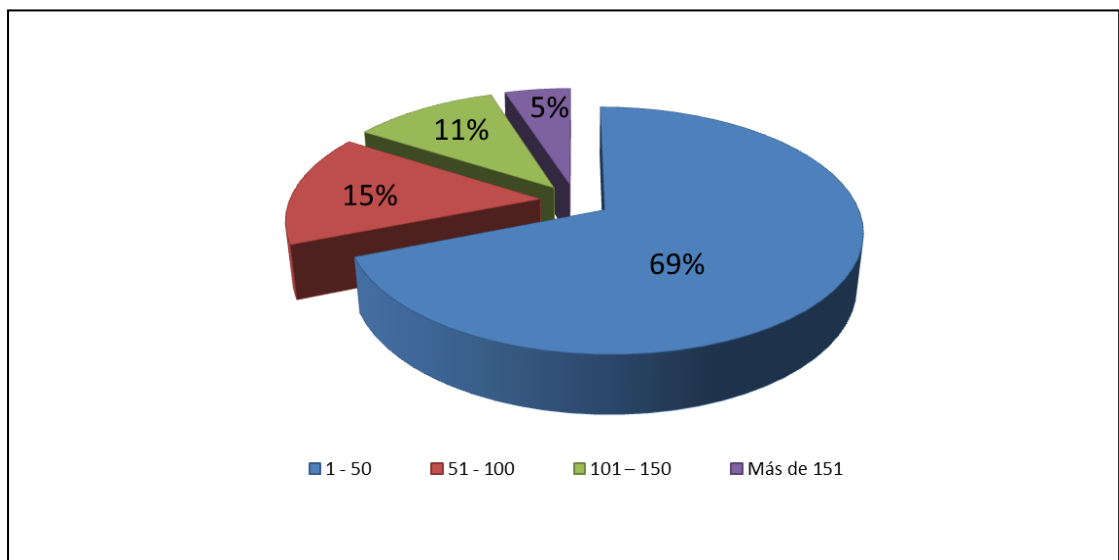


Gráfico 6. Venta de quintales semanalmente.

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 69% de los agricultores encuestados manifestaron que semanalmente venden a las comercializadoras entre 1 - 50 quintales de su producto agrícola, el 15% dijo que entre 51 - 100 quintales, el 11% de los agricultores opino que es entre 101 - 150 quintales y finalmente solo el 5% de los agricultores tiene una venta semanal de más de 151 quintales.

Pregunta 7. ¿Usted está de acuerdo con el precio establecido por el gobierno para la compra sus productos agrícolas?

Cuadro 7. Conformidad con el precio establecido por el gobierno

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
SI	57	67
NO	28	33
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

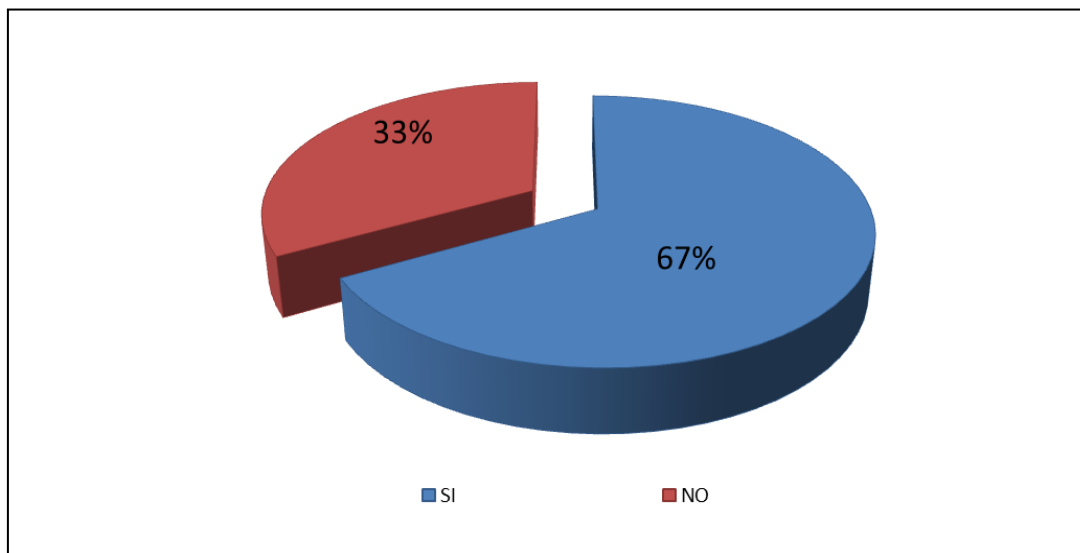


Gráfico 7. Conformidad con el precio establecido por el gobierno

Análisis:

Se registra que el 67% de los entrevistados manifiesta que si está de acuerdo con el precio que actualmente el gobierno ha puesto por la venta de los productos agrícolas en las comercializadoras mientras que el 33% de los agricultores manifestó que no está de acuerdo.

Pregunta 8. ¿Las comercializadoras cumplen con el precio de compra de los productos agrícolas establecidos en el mercado?

Cuadro 8. Cumplimiento de los precios de compra

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
SI	75	88
NO	10	12
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

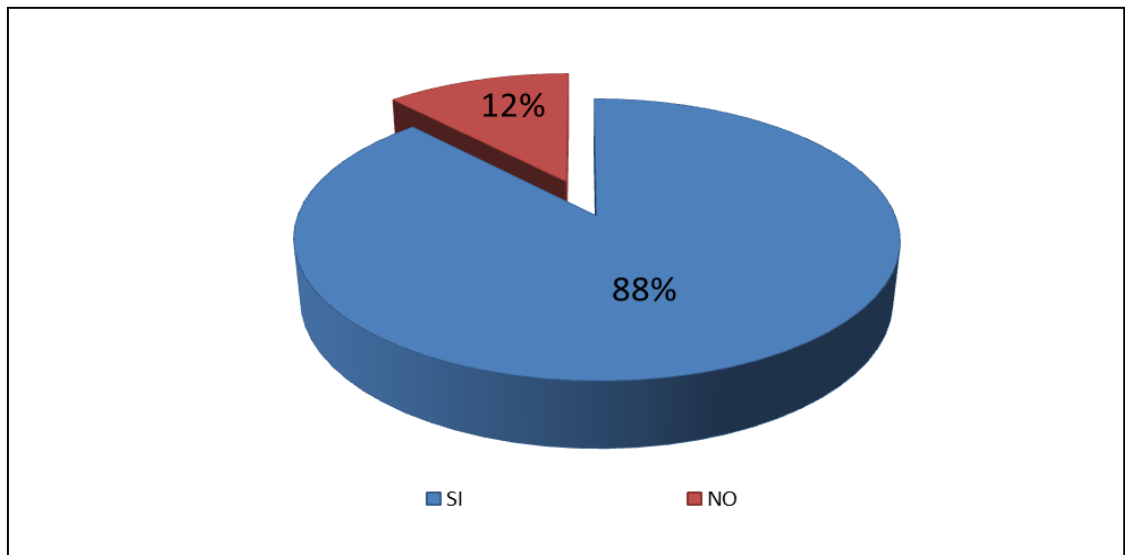


Gráfico 8. Cumplimiento de los precios de compra

Análisis:

Aquí se registra que con un 88% de agricultores encuestado manifestó que SI cumplen las comercializadoras de productos agrícolas con el precio establecido en el mercado y restante 12% en cambio opinó que muchas veces estas NO cumplen.

Pregunta 9. ¿Con que frecuencia vende sus productos agrícolas?

Cuadro 9. Frecuencia de venta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Semanal	63	74
Quincenal	17	20
Mensual	5	6
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

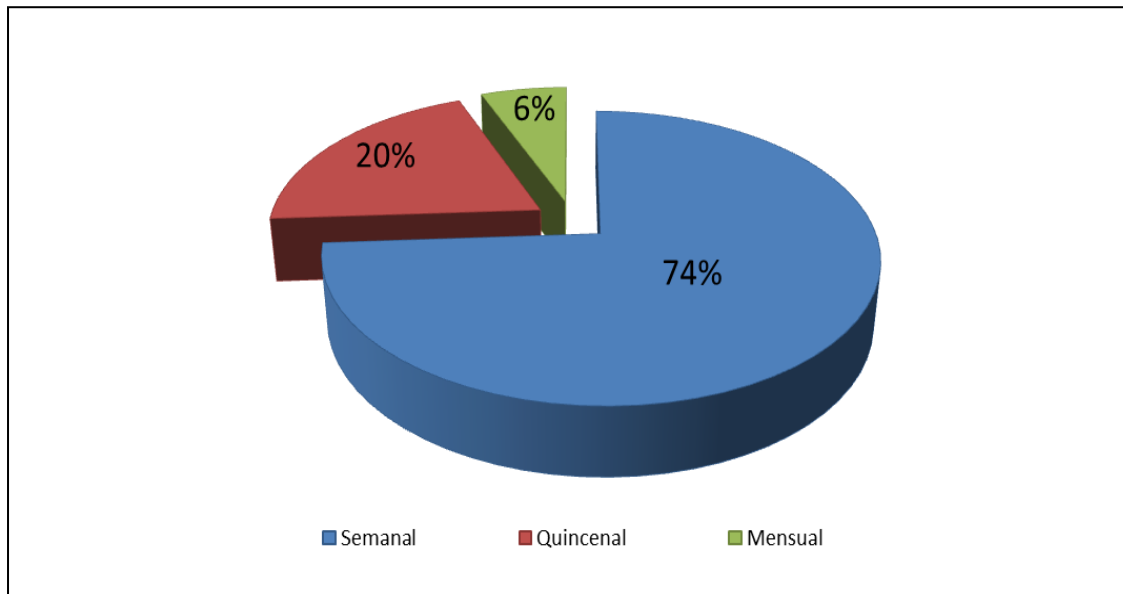


Gráfico 9. Frecuencia de ventas

Análisis:

Se puede decir que los agricultores venden semanalmente sus productos que representan un 74 %, el 20% lo hace quincenalmente la venta de sus productos y el restante 6% lo hace mensualmente.

Pregunta 10. ¿Cuál de las siguientes características es para usted la más importante a la hora de vender sus productos agrícolas?

Cuadro 10. Importancia al vender

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Precio	12	14
Pagos	22	26
Cercanía	44	52
Otros	7	8
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

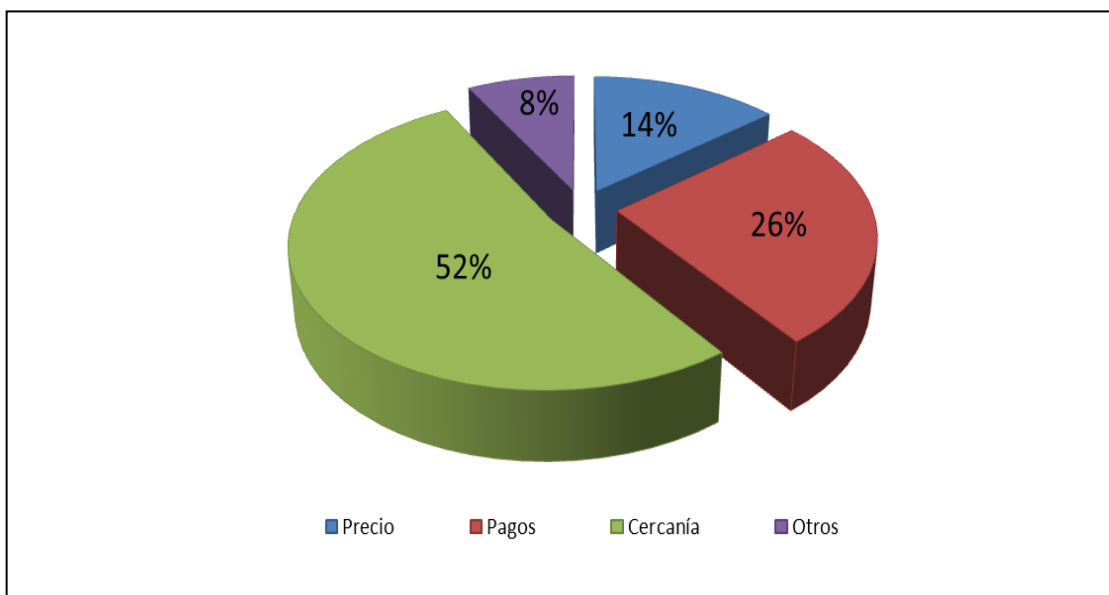


Gráfico 10. Importancia al vender

Análisis:

Aquí se registra que con un 52% los agricultores encuestados manifestaron que para ellos lo más importantes para vender sus productos es la cercanía de la comercializadora ya que abaratan costo de transporte, el 26% opino que para ellos es la forma de pagos, con el 14% registraron que es por el precio y mientras que con el 8% manifestó que por otros motivos.

Pregunta 11. ¿Cuál es la forma de pago que actualmente las comercializadoras de productos agrícolas le cancelan?

Cuadro 11. Forma de pago por la venta del producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Al contado	43	51
A fecha	28	33
En partes	14	16
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

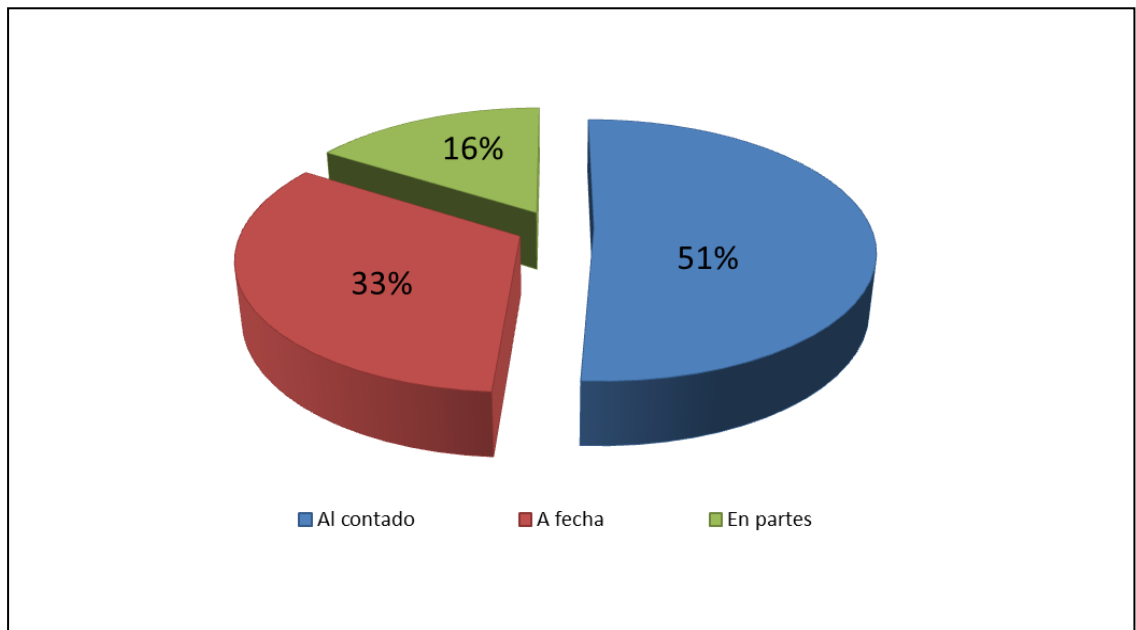


Gráfico 11. Forma de pago por la venta del producto

Análisis:

Se observa que el 51% de los agricultores manifestaron que cuando venden sus productos a la comercializadora ellas les cancelan al contado, el 33% registraron cheque a fechas y el 16% dijeron que se les cancela en dos partes la primera con la entrega del producto y la otra después de 15 días.

Pregunta 12. ¿A través de qué medio a usted le llego la información de la Comercializadora donde vende sus productos agrícolas?

Cuadro 12. Difusión de la información de la comercializadora

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Radios	38	45
Periódicos	14	16
Vallas publicitarias	0	0
Recomendación	26	31
Otros	7	8
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

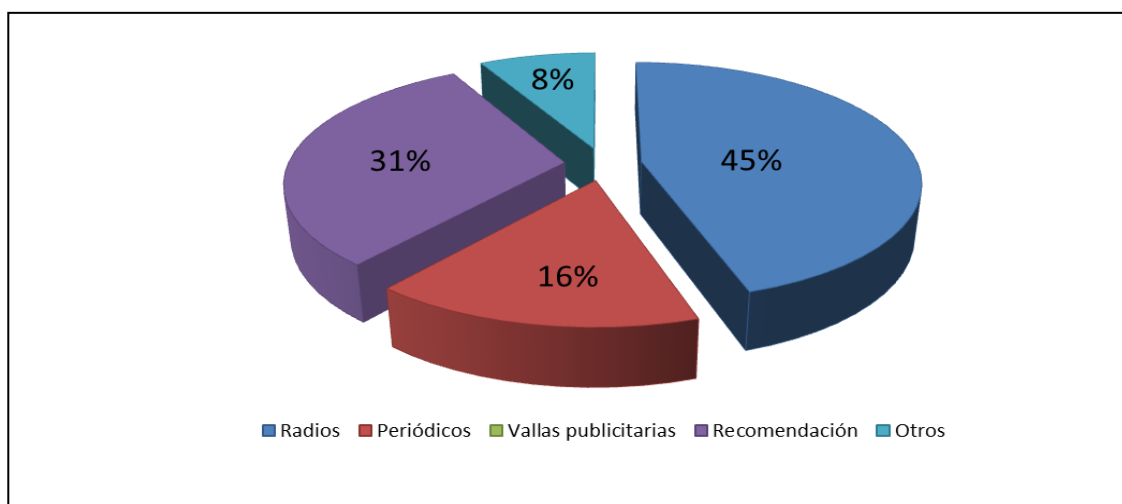


Gráfico 12. Difusión de la información de la comercializadora

Análisis:

En el gráfico 12 se observa que el 45% de los agricultores acudieron a vender sus productos la comercializadora debido que escucharon por radio los beneficios de vender sus productos agrícolas ahí, el 31% acudió por recomendaciones de otros agricultores, el 16% manifestó que acudió por que vio publicaciones en el periódico y el 8% opino que acudió por otro tipo de medio que supo de la comercializadora.

Pregunta 13. ¿Estaría de acuerdo que se instale una comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14?

Cuadro 13. Instalación de una nueva comercializadora

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
SI	71	84
NO	14	16
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

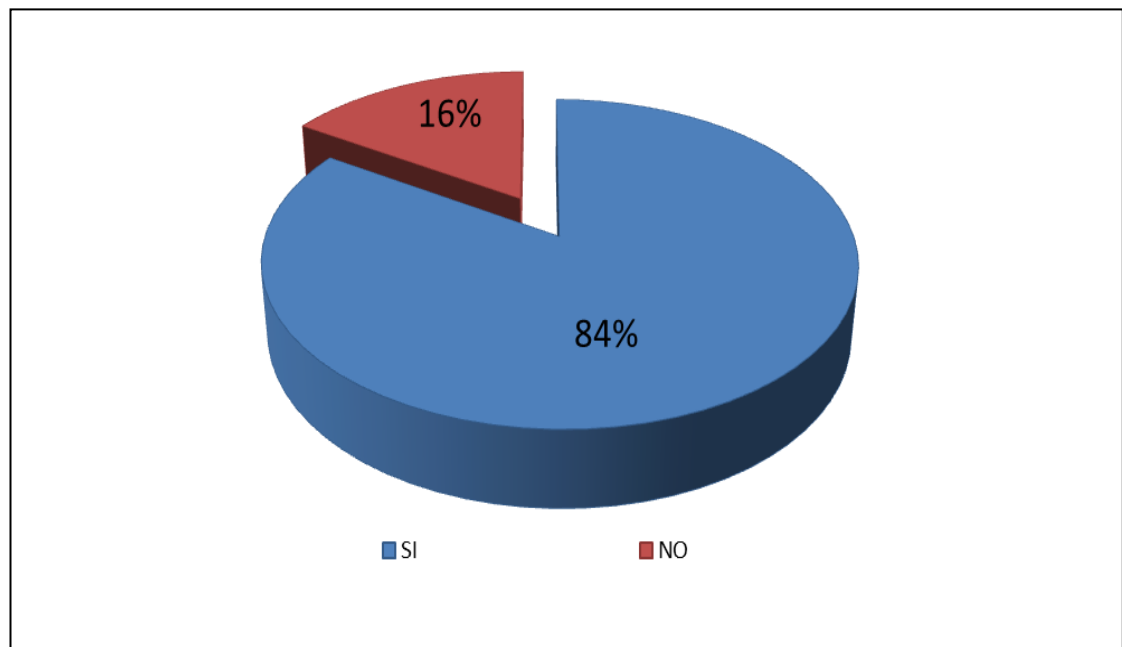


Gráfico 13. Instalación de una nueva comercializadora

Análisis:

En el gráfico 13 se observa que el 84% de los agricultores SI están de acuerdo que se instale una nueva comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso, en cambio el 16% de los agricultores NO están de acuerdo.

Pregunta 14. ¿Estaría dispuesto a venderle sus productos a la nueva comercializadora de productos agrícolas que se instalara en el recinto El Paraíso La 14?

Cuadro 14. Venta de los productos a la nueva comercializadora

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Si	83	98
No	2	2
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

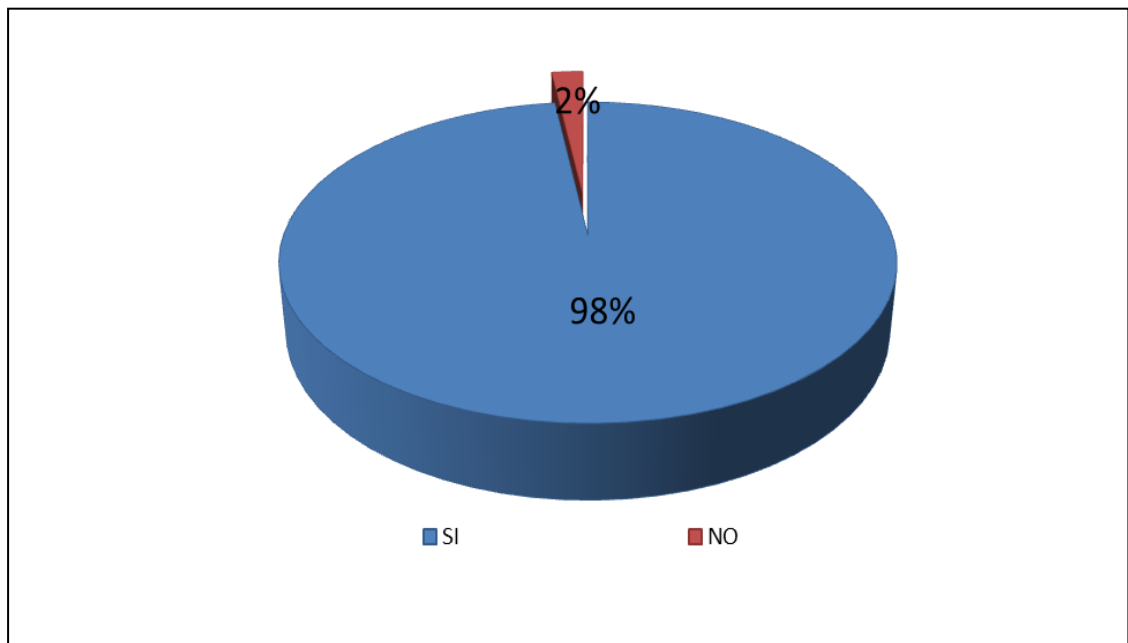


Gráfico 14. Venta de los productos a la nueva comercializadora.

Análisis:

Aquí se registra que con un 98% de los agricultores SI estarían dispuestos a venderle sus productos a la nueva comercializadora, mientras que el 2%, NO lo estaría.

Pregunta 15. ¿Con la creación de una comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14, usted percibiría un ahorro a venderles sus productos?

Cuadro 15. Percepción de ahorro

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Si	75	88
No	10	12
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

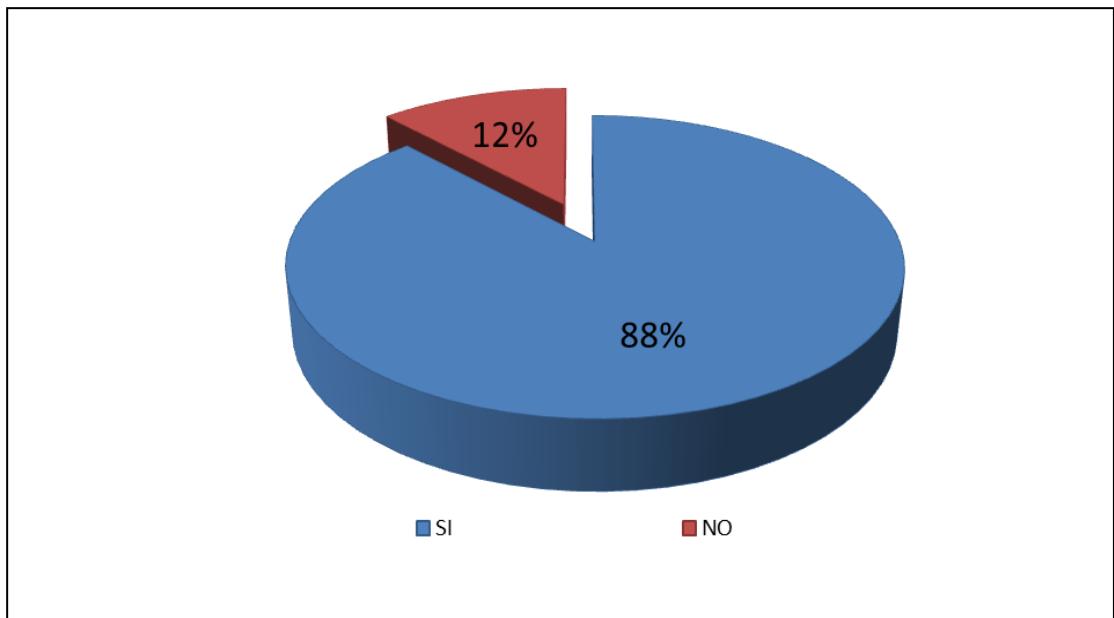


Gráfico 15. Percepción de ahorro

Análisis:

En el gráfico 15 se observa que el 88% de los agricultores manifestaron que SI percibirán ahorro por vender sus productos a una nueva comercializadora, en cambio el 12% de los agricultores manifestó que NO.

Pregunta 16. ¿En dónde usted cree que ahorraría por la creación de una nueva comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14?

Cuadro 16. Ahorro por la nueva comercializadora

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA (%)
Transporte	59	69
Tiempo	18	22
Otros	8	9
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta Agricultores del recinto El Paraíso La 14

Elaborado por: La Autora

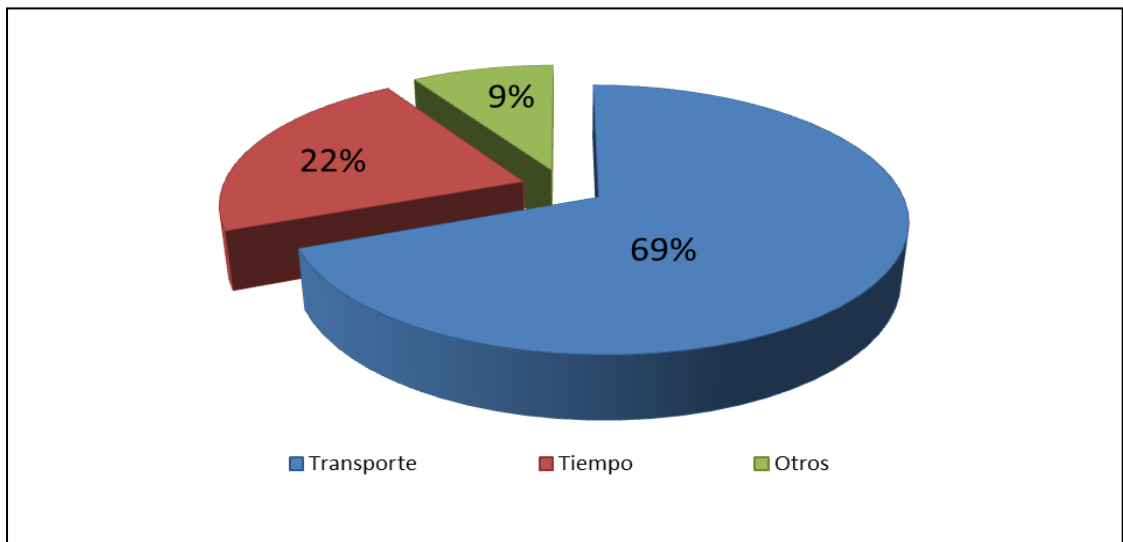


Gráfico 16. Ahorro por la nueva comercializadora

Análisis:

Aquí se registra que con un 69% de los agricultores manifestó que ahorraría por la venta de sus productos a la nueva comercializadora en el recinto El Paraíso sería en el transporte, con el 22% sería en el tiempo y el 9% manifestó que sería en otro tipo de alternativa.

4.1.2. Determinación de la demanda actual y futura.

La población es de 108 agricultores del recinto El Paraíso La 14. Las encuestas indicaron que 63 agricultores acuden a vender sus productos con frecuencia de 4 veces al mes, en un promedio de 50 quintales, y el producto de mayor producción es el cacao obteniendo que el 51% de los productores lo producen mayormente según la encuesta generando valores de hasta 151200 quintales que las personas venden anualmente (12600 quintales al mes), bajo estos parámetros establecimos la demanda ya que es una empresa que recién se pondrá en marcha. La proyección de los años subsiguientes se estima con un crecimiento del 2.7% tomamos referencia al índice de inflación del año 2013.

Cuadro 17. Demanda Actual

MENSUAL	ANUAL	DEMANDA ACTUAL
12600(qq)	151200(qq)	151200 (qq)

Fuente: Estudio de la demanda.

Elaborado por: La Autora

Cuadro 18. Demanda futura.

PERIODO	Quintales
1	151200 qq
2	155282.40 qq
3	159475.02 qq
4	163780.85 qq
5	168202.93 qq

Fuente: Estudio de la demanda.

Elaborado por: La Autora

4.1.3. Determinación de la oferta actual y futura.

En base a la investigación se determinó que no existe oferta de comercializadoras de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14 y sus alrededores.

Por consiguiente para la creación de la comercializadora la oferta es cero.

4.1.4. Determinación de la demanda insatisfecha.

El producto clave en este proyecto es el cacao fino de aroma, que es muy apetecido en el mercado nacional (exportadores), porque a su vez encuentran gran cantidad de demandante en el mercado extranjero.

La demanda de cacao seco está dada por la demanda insatisfecha de los mercados nacionales e internacionales, cultura de consumo y precios.

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la oferta y la demanda, la cual se detalla en la siguiente tabla.

Cuadro 19. Demanda insatisfecha.

Años	Demanda (qq)	Oferta	Demanda insatisfecha (qq)
1	151200 qq	0	151200 qq
2	155282.40 qq	0	155282.40 qq
3	159475.02 qq	0	159475.02 qq
4	163780.85 qq	0	163780.85 qq
5	168202.93 qq	0	168202.93 qq

Fuente: Estudio de la demanda y oferta.
Elaborado por: La Autora

4.1.5. Análisis del precio - plaza – promoción

Se expresa en dólares, es de acuerdo a lo que determina la bolsa de valores, no es estable, permanentemente sufre variaciones de incremento o decremento, según la investigación del mercado local el precio promedio del cacao fluctúa entre \$ 2.70USD el kilogramo y venden a las exportadoras con el 7% de humedad y sin clasificar al precio promedio de \$2.61USD dólares, valor que promediamos con el precio FOB que oscila en \$2,78USD el kilogramo. Con nuestro estudio se proyecta vender clasificado y con ello obtener la calidad AS, ASS y ASSS listo para exportarse, con ello sin caer en excesivo optimismo aspiramos lograr un precio final \$2,70USD por cada kilogramo de cacao que consideramos precio base del proyecto, la clasificación del cacao se cotiza por tres categorías que son:

- a. ASSS, es cacao con el 7% de humedad y pesa entre 130 a 135 gramos por cada 100 granos, es el mejor precio cotizado en el mercado, para ello se requiere la adquisición de la máquina clasificadora.
- b. ASS, es cacao con el 7% de humedad y pesa entre 122 a 125 gramos cada 100 granos, es el segundo mejor precio cotizado en el mercado.
- c. ASE, es cacao con el 7% de humedad y pesa entre 102 a 105 gramos cada 100 granos, es el precio de más baja cotización en el mercado y generalmente corresponde al cacao de ramilla.

Sobre esa base procedemos a realizar un estimado de precios y volúmenes mensuales que la investigación de campo se ha considerado que existe una merma en la cantidad comprada que al ser sometida al proceso de secado y clasificado resulta una disminución del 0,82% al momento de vender.

Cuadro 20. Volumen mensual por comercializar y precios

Cacao comprado Kg./Mes		27.045,20 kg
Cacao vendido Kg./Mes		26.822,25 kg
Merma de cacao		0,82%
Precio promedio de compra \$	\$	2,46
Precio promedio de venta \$	\$	2,70

Fuente: Estudio de la demanda y oferta.

Elaborado por: La Autora

4.1.5.1. Análisis de Plaza.

El recinto El Paraíso La 14 es una zona donde hay muchas extensiones de sembrado de Cacao por su ubicación geográfica, topografía y calidad de suelo es apto para el cultivo, su producción es apetecida en los mercados internacionales, se destaca por su fino aroma, ello le ha hecho merecedor a la categoría de premiada en diferencia sobre otros productores, por lo que recibe mejores precios, es decir tiene ventaja comparativa ante otros productores del mundo, como es el caso del cacao africano que tiene menor calidad

4.1.5.2. Análisis de Promoción.

Actualmente con la decadencia de los cultivos bananeros diferentes Instituciones y personas naturales están promocionando semillas de cacao ramilla, además varias personas se han dedicado a producir viveros de esta planta, esto ha despertado interés en los agricultores que se han motivado y permanentemente están sembrando cacao, lo cual se pudo conocer en la encuesta donde encontramos que el 51% de agricultores siembra el cacao.

4.1.5.3. Canales de comercialización

Los canales de comercialización que se pretende seguir en el cantón es el siguiente: Agricultores – Centro de acopio – Exportadores

4.1.5.4. Descripción del producto

Cacao seco comercializado: es el cacao que se le compra a los agricultores que desean vender sus productos en la comercializadora, para luego ser sometido a un proceso de secado y luego venderlo a las exportadoras.

4.2. Estudio técnico

4.2.1. Tamaño del Proyecto

El diseño de la planta a instalarse pretende satisfacer la demanda insatisfecha.

4.2.1.1. Factores Determinantes

Proveedores: El factor más importante para el tamaño del proyecto, es indispensable contar con los proveedores necesarios que garanticen el suministro de las materias primas, nuestros principales proveedores serán los productores de cacao del recinto el Paraíso La 14.

Productos complementarios.- Consideramos importante enunciar a productos existentes en la localidad como el café y sobre todo el maíz que salen al mercado solo durante épocas de cosecha, además existen grandes volúmenes de excedentes en producción de Banano, plátano y yuca que podríamos comprarlos y así venderlos a fabricas que lo transforman en harina que en un futuro pueda sustituir al trigo que siendo un producto sensible en la dieta alimentaria de nuestro país resulta costoso, y cuyo análisis merecerá una investigación en profundidad.

Las ventas.- Este factor es favorable, ya que en el principal producto estudiado (cacao) no existe restricciones en los volúmenes que demandan los consumidores, y la producción se logra vender en las mejores condiciones y precios del mercado considerando que el producto es de buena calidad.

Capital.- El capital de trabajo para funcionar se aspira conseguir mediante financiamiento en la Corporación Financiera Nacional, con el cual se construirá infraestructura física, recursos que serán canceladas en un plazo de 10 años.

Número de trabajadores.- La comercializadora funcionará con personal administrativo y mano de obra directa necesaria, cuya distribución es la siguiente:

- 1 Gerente
- 1 Auxiliar
- 2 Trabajadores en la planta secadora (Anexo 4, M.O.D. cédula.1e.)
- 2 Trabajadores en el local de compra (Anexo 4, M.O.I. cédula.1j.)

4.2.2. Localización del proyecto.

4.2.2.1. Macro localización

La empresa está ubicada en el Recinto El Paraíso La 14, del cantón San Jacinto de Buena Fe, provincia de Los Ríos, por ser eminentemente agrícola.



Grafico 17. Macrolocalización

4.2.2.2. Micro localización

Una vez que se determinó ubicarla en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe, se decidió como localización probable la vía a los Ángeles.



Gráfico 18. Microlocalización

4.2.3. Ingeniería del Proyecto.

El cacao será comprado a los productores en la comercializadora, mismo que llegará con diferentes porcentajes de humedad, será pesado y llevado a la secadora para proceder al secado, clasificado y envasado en sacos de yute para transportarse a las exportadoras, los equipos y las instalaciones requeridas son:

Balanzas electrónicas: que tienen la función de Pesaje del cacao para verificar el tipo de humedad que posee y hacer la medición exacta.

Infraestructura de las secadoras: Las Secadoras Industriales con Intercambiador de Calor SIRCA: Sirven para acelerar el proceso de secado de cualquier producto.

El espacio para la instalación de las Secadoras SIRCA requieren un área de: 15 m. de largo x 5 m. de ancho. El porcentaje de humedad que baja el producto a secar, con esta secadora es de 2.5% a 3% por hora

En el caso del cacao, los productores generalmente venden el producto con una humedad de aproximadamente 20 a 25%, de manera que para bajar al 7%, que es la humedad requerida por los exportadores, esto significa que el tiempo de secado sería aproximadamente de 6 horas.

Infraestructura de la clasificadora: La Clasificadora de Granos SIRCA, incorpora soluciones tecnológicas para mayor productividad y eficiencia.

Construcción metálica, este clasificador de bandejas distribuye uniformemente el producto de acuerdo a su espesor y peso, volviéndose un proceso sencillo y práctico, evitando desperdicio del producto. La capacidad es de aproximadamente 1.5 toneladas por hora.

Infraestructura del galpón: se construirá un galpón de 100 metros cuadrado para el almacenamiento del producto en saco de yute, hasta su transportación.

4.2.3.1. Tecnología

Para poner a funcionar el proyecto la empresa adquirirá:

- Un terreno de 400 m²
- 2 Balanzas
- Un motor de secadora capacidad 10 HP
- Construcción de un tendal de 150m²
- Construcción de galpón de 100m²
- Construcción de secadora sirca con intercambiador de calor
- Clasificadora del cacao.

- Un Extintor 6.437,34 kg. de gas por año. 6.669,80 Kw. de energía eléctrica por año (opcional)
- Camión para transporte del cacao.

4.2.3.2. Procesos productivos

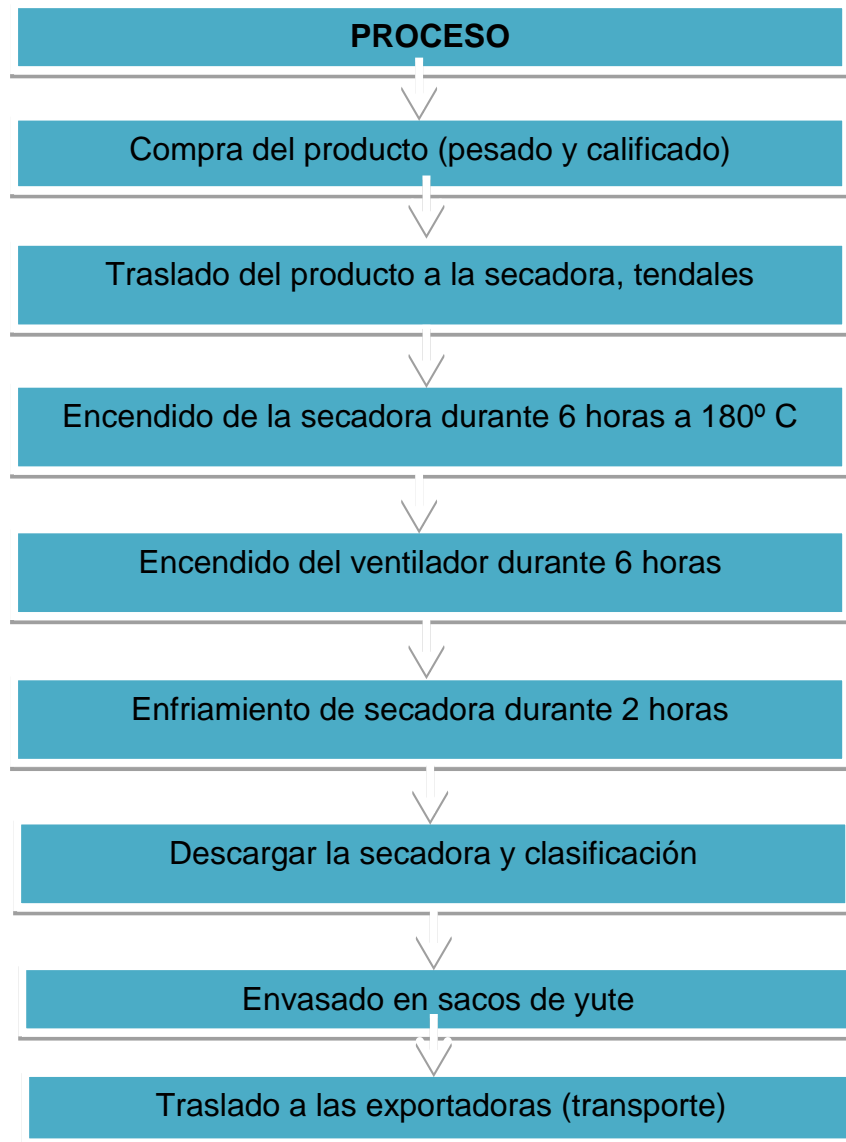


Gráfico 19. Diagrama del proceso productivo

4.2.3.3. Flujograma

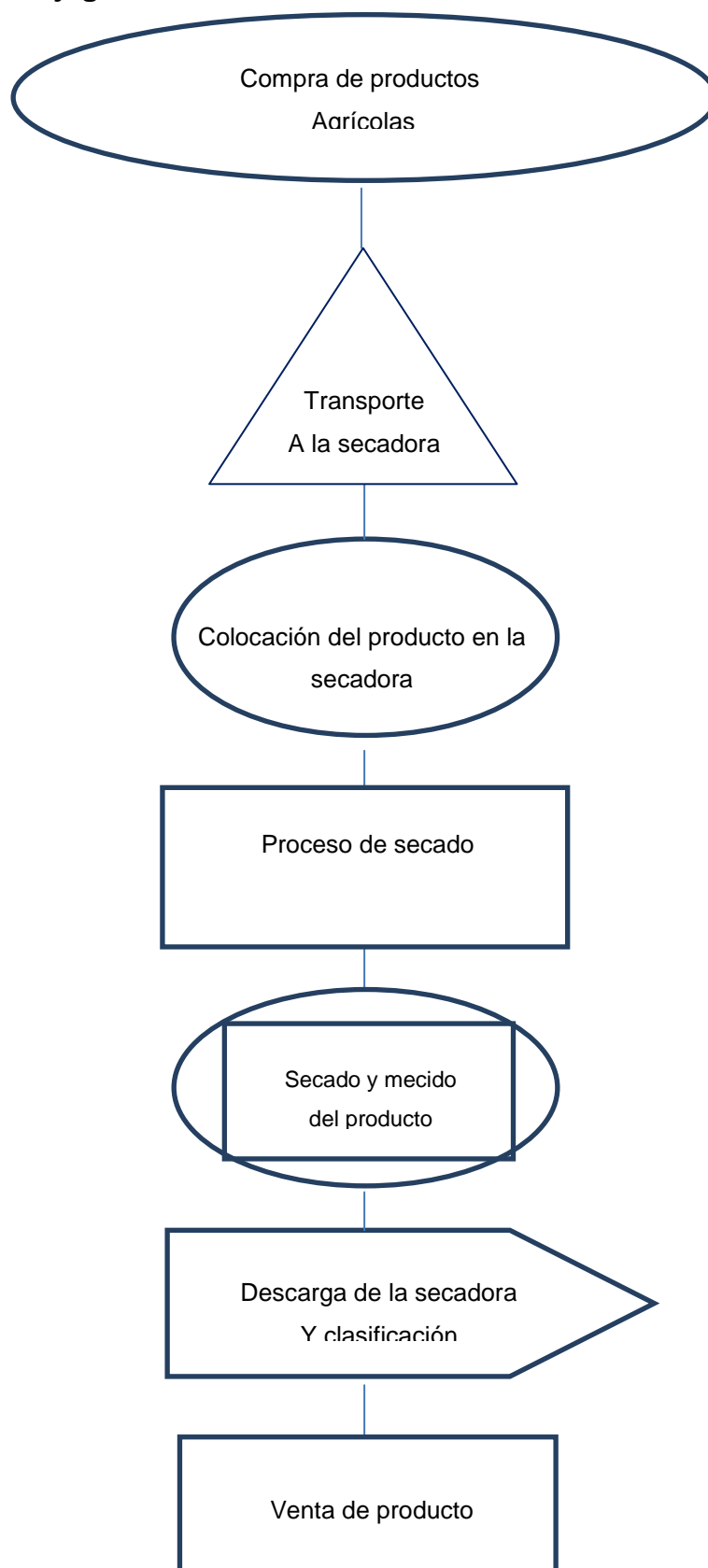


Gráfico 20. Flujograma

4.2.4. Estudio Comercial

4.2.4.1. Logotipo de la microempresa

La comercializadora de productos agrícolas a instalar en el recinto El Paraíso La 14, se identificará con el siguiente logotipo.



Gráfico 21. Logotipo de la comercializadora

4.2.4.2. Análisis de la Competencia

Para el análisis de la competencia por medio de la investigación de campo se pudo lograr analizar que no existe competencia alguna para la puesta en marcha de la comercializadora de productos agrícolas, ya que en el recinto El Paraíso La 14 no existen dichas comercializadoras y las personas tienen que buscar a lugares afuera de donde viven para poder conseguir vender sus productos.

4.2.4.3. Análisis del cliente

En realidad el análisis del cliente es un seguimiento continuo y considerado en la actualidad como una técnica para conseguir una base de clientes

potenciales y de esta forma poder tener un acercamiento profundo para realizar las promociones y lograr una mejor imagen corporativa.

Los principales clientes serán las empresas exportadoras de cacao que tienen años trabajando en el sector, son de gran solvencia económica, y de buena voluntad de pago y a proporcionarnos precio justo.

4.2.4.4. Formalización del negocio

Uno de los aspectos importantes dentro de un proyecto es la formalidad, considerando que el presente trabajo puede ser empleado como un instrumento de acceso a capitales de terceros, en tal sentido la formalización contempla los siguientes aspectos:

El inversionista debe ser una persona natural que goce de los derechos de ciudadanía ecuatoriana y que tenga deseos de superación, contar con un patrimonio en bienes muebles o inmuebles adaptables a las labores a realizar equivalente a un valor igual o superior a \$37.500,00USD, recursos propios necesarios para emprender el proyecto que corresponde en porcentaje el 27% de la inversión total y que además le permitirá contar con garantía para ser sujeto de crédito.

Está contemplado en este proyecto de inversión buscar financiamiento dentro del programa Credipyme de la Corporación Financiera Nacional para acceder a un crédito por el valor de \$100.000USD a 10 años plazo, que servirán para adquirir las maquinarias y equipos necesarios para poner en marcha el proyecto, lo que corresponde en porcentaje el 73% de la inversión total.

4.2.4.5. Organización.

Toda forma empresarial tiene que nacer bajo estructuras sólidas y una de ellas es su organización, en la que se define la estructura funcional de la empresa y la aptitud de cada persona relacionada con ella.

La empresa contará con:

- 1 gerente/ dueño de la empresa
- 1 Secretaria / contabilidad
- 1 pesador
- 4 obreros

4.2.4.6. Áreas Funcionales.

La comercializadora a constituirse debe estar integrada por:

- 1 gerente o administrador, quien debe de tener Capacidad de Liderazgo, conocimientos claros de compra de productos agrícolas como: calidad y porcentaje de humedad de los productos, habilidad en las negociaciones y toma de decisiones firmes.
- 1 secretaria que realice la función de pago a los productores, y la parte contable de la empresa.
- 2 obreros trabajarán en el centro de acopio realizando labores de cargado y descargado de los vehículos desde y hacia el centro de acopio, rubros correspondientes a los gastos administrativos y;
- 2 obreros que trabajarán en la secadora realizando labores de operación en la secadora, la clasificadora, el envasado, y cargado a los vehículos que transportarán el producto a las exportadoras, gastos que corresponden a mano de obra directa, personal que estará entrenado debidamente en las labores a realizar, la estructura funcional de la empresa.
- Un pesador, encargado de manejar la báscula de trabajo para medir el peso exacto del producto.

4.2.4.7. Organigrama

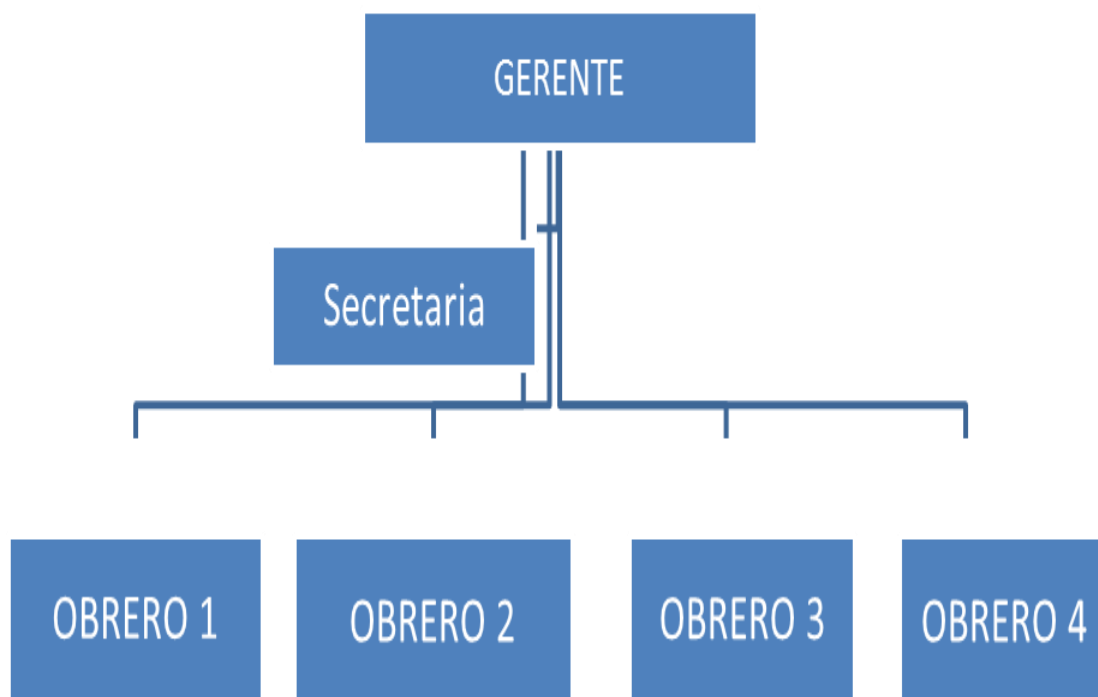


Gráfico 21. Organigrama

4.3. Estudio Económico

El estudio económico tendrá como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron los capítulos anteriores de tal forma se condensara la información para determinar la rentabilidad del proyecto y el retorno de la inversión, para la realización del estudio económico tomamos como referencia el Cacao por ser el producto que los agricultores cosechan mayormente.

4.3.1. Costos

Los costos de operación son los que están relacionados de forma directa con la producción.

El cacao es adquirido en diferentes estados de humedad, es pesado en una balanza con capacidad de hasta 200 kg, se califica el grado de humedad partiendo un puñado de pepas de los cuales paga a los productores deduciendo la merma por humedad o impurezas con que llega el cacao, luego el producto es llevado a la secadora para realizar el proceso de secado a un porcentaje de humedad del 7%, clasificado y envasado, en tales actividades surgen varios costos y gastos que analizaremos.

Los costos de operación de la comercializadora se desglosan en costos de materia prima que es un costo fijo por la compra del cacao y suma la cantidad anual de \$632.857.73USD, en segundo lugar tenemos el costo de mano de obra directa consistente en pago a dos obreros lo cual es un costo fijo que suma la cantidad anual de \$5.608,21USD.

Los costos indirectos de fabricación, son los participan indirectamente en la producción en este caso en el secado del producto tales como pago a supervisores, pago de energía eléctrica , combustible, útiles de oficina en otros y estos nos reportó \$9622,96 anual.

Los gastos de venta están relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, promociones, publicidad, transporte, comisiones entre otros los cual nos reportó \$3970.06 anual.

Los gastos administrativos, son los originados por los sueldos y salarios del personal administrativo, útiles de oficina, depreciación, papelería entre otros, para este proyecto tendríamos un rubro por gasto de administración de \$29401.75 anual.

Los gastos financieros, son los que se originan por la prestación de los recursos ajenos, los intereses del préstamo que se hará a la CFN a una tasa del 13% anual serán: \$12696,17 para el primer año; \$11975,48 para el segundo año; \$11155,32 para el tercer año; 10221,95 para el cuarto año y \$9159,75 para el quinto año.

Cuadro 21. Detalles de los costos

CONCEPTO	FIJO	VARIABLES	TOTAL
1. Costo de Operación	647262,30	826,62	648088,90
Costos Directos	638465,94	0,00	638465,94
Materia prima (materiales directos)	632857,73		632857,73
Mano de obra directa	5608,21		5608,21
Costos Indirectos (gastos de fabricación)	8796,36	826,62	9622,96
Materiales indirectos	1603,60	0,00	1603,60
Mano de obra indirecta	340,00	63,54	403,54
Supervisión	340,00	0,00	340,00
Impuesto sobre nómina	0,00	212,97	212,97
Mantenimiento	120,00	85,19	205,19
Gas	2145,78	28,40	2174,18
Energía	666,98	10,59	677,57
Seguros	120,00	0,00	120,00
Útiles de oficina	120,00	42,59	162,59
Útiles de aseo	60,00	42,59	102,59
Combustibles	240,00	127,78	367,78
Alquiler de vehículo	2800,00	0,00	2800,00
Otros impuestos	120,00	0,00	120,00
Depreciación	120,00	0,00	120,00
Varios	0,00	212,97	212,97
2. Costos de Administración	29401,75	0,00	29401,75
Gastos de administración	29401,75	0,00	29401,75
Sueldos Gerente	5496,00		5496,00
Sueldo Auxiliar	3026,00		3026,00
Sueldos Varios	6192,00		6192,00
Útiles de aseo	60,00		60,00
útiles de oficina	60,00		60,00
Papelería	60,00		60,00
Servicios básicos	240,00		240,00
Seguros	1787,75		1787,75
Impuestos	120,00		120,00
Depreciación	12060,00		12060,00
Amortización	120,00		120,00
Provisiones varias	180,00		180,00

3. Costo de Venta	960,00	3010,04	3970,06
Gastos de ventas	960,00	3010,04	3970,04
Ventas gastos	60,00		60,00
Útiles de oficina	60,00		60,00
Útiles de aseo	60,00		60,00
Papelería	60,00		60,00
Servicios básicos	240,00		240,00
Transporte	120,00		120,00
Seguros	240,00		240,00
Impuestos	120,00		120,00
Comisiones		0,00	0,00
Publicidad		703,28	703,28
Cuentas incobrables		661,08	661,08
Gastos de viaje		140,66	140,66
Otros gastos de ventas		1505,02	1505,04
4. Costo Financiero	17917,29		17917,29
Gastos financieros	17917,29		17917,29
Interés a largo plazo	12696,17		12696,17
Amortización durante la construcción	5221,12		5221,12
COSTO TOTAL	695541,34	3836,66	699378,00

Fuente: Estudio de la demanda y oferta.

Elaborado por: La Autora

4.3.1.1. Inversión total inicial

El empresario deberá contar con recursos propios consistentes en activos fijos, mismos que pueden ser una vivienda para ser acondicionada como oficinas, un vehículo, equipos y muebles de oficina, balanza, que sumen un valor igual o mayor a \$18.000,00USD, contar con activos diferidos para gastos de estudios de factibilidad e imprevistos por un monto aproximado de \$2.500,00USD, disponer de dinero circulante por un valor de \$17.000,00USD que se destinen al pago del producto a adquirir, para continuar su actividad requiere la adquisición de un terreno de 400m², valorado en \$15.000,00USD,

en él se construirá un galpón de 100m2 y tendales de 150m2 valorados en \$20.000,00USD, también se instalará la planta secadora, clasificadora y extintor valorados en \$35.000USD, se adquirirá un vehículo de 5,5 toneladas valorado en \$30.000,00USD, los rubros detallaremos a continuación en el cuadro 22.

Cuadro 22. Inversiones totales

Rubros de inversiones	INVERSIONES	NUEVAS	TOTAL
	REALIZADAS	INVERSIONES	
	REC. PROPIOS	C.F.N (\$)	
	(\$)		
Activos fijos			
Terrenos		15000,00	15000,00
Oficina	5000,00		5000,00
Galpón Industrial		10000,00	10000,00
Tendales		10000,00	10000,00
Vehículos	8000,00	30000,00	42000,00
Secadora, clasificadora, extintor		35000,00	35000,00
Equipos de oficina	2700,00		2700,00
Muebles de oficinas	2000,00		2000,00
Balanzas	300,00		300,00
Total Activos Fijos	18000,00	100000,00	122000,00
Activos diferidos nominales			
			0,00
Estudios	1000,00		1000,00
Imprevistos	1000,00		2000,00
Otros	500,00		500,00
Total Activos Diferidos	2500,00		3500,00
Capital de trabajo			
			0,00
Caja y bancos	17000,00		12000,00
Total capital de trabajo	17000,00		12000,00
TOTAL DE INVERSIONES	37500,00	100000,00	137500,00

Fuente: Estudio de la demanda y oferta.

Elaborado por: La Autora

4.3.2. Ingresos

En el caso de los ingresos que obtiene la comercializadora por la venta del cacao, se estima que los volúmenes de productos que se comercializará crecerán durante los siguientes 5 años en el promedio aproximado del 5% anual, y como estrategia para aumentar las ventas incentivaremos mediante promoción de sembríos, publicidad, asesorías técnicas, precio y peso justo para ganar confiabilidad en los productores y asumiendo que el precio de compra por ser directamente proporcional al de venta no sufra variaciones.

Cuadro 23. Ingresos proyectados

AÑOS	CANTIDAD (Kg)	P. UNIT (\$)	VALOR (\$)
1	321867,04	2,70	869041,01
2	337960,39	2,70	912493,06
3	354858,41	2,70	958117,71
4	372601,33	2,70	1006023,60
5	391231,40	2,70	1056324,78

Fuente: Estudio de la demanda y oferta.

Elaborado por: La Autora

4.3.3. Estado de resultado

Cuadro 24. Estado de resultados

		1	2	3	4	5
(+)	VENTAS	\$ 869.041,01	\$ 912.493,06	\$ 958.117,71	\$ 1.006.023,60	\$ 1.056.324,78
(-)	COSTO DE VENTA	\$ 632.857,73	\$ 664.500,62	\$ 697.725,65	\$ 732.611,93	\$ 769.242,53
(=)	UTILIDAD BRUTA	\$ 236.183,28	\$ 247.992,44	\$ 260.392,06	\$ 273.411,67	\$ 287.082,25
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVO	\$ 17.341,75	\$ 18.208,84	\$ 19.119,28	\$ 20.075,24	\$ 21.079,00
(-)	GASTOS DE VENTA	\$ 3.970,04	\$ 4.168,54	\$ 4.376,97	\$ 4.595,82	\$ 4.825,61
(-)	GASTOS DEPRECIACIÓN	\$ 12.060,00	\$ 12.060,00	\$ 12.060,00	\$ 12.060,00	\$ 12.060,00
(-)	GASTOS FINANCIERO	\$ 12.696,17	\$ 11.975,48	\$ 11.155,32	\$ 10.221,95	\$ 9.159,75
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 190.115,32	\$ 201.579,58	\$ 213.680,49	\$ 226.458,66	\$ 239.957,89
(-)	UTILIDAD ANTES DE 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ 28.517,30	\$ 30.236,94	\$ 32.052,07	\$ 33.968,80	\$ 35.993,68
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 161.598,02	\$ 171.342,64	\$ 181.628,42	\$ 192.489,86	\$ 203.964,21
(-)	IMPUESTO A LA RENTA	\$ 40.399,30	\$ 42.835,66	\$ 45.407,10	\$ 48.122,47	\$ 50.991,05
(=)	UTILIDAD NETA	\$ 121.198,72	\$ 128.506,98	\$ 136.221,32	\$ 144.367,39	\$ 152.973,16

4.3.4. Flujo de caja

Cuadro 25. Flujo de caja proyectado

INGRESOS OPERATIVOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$ 869.041,01	\$ 912.493,06	\$ 958.117,71	\$ 1.006.023,60	\$ 1.056.324,78
TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS		\$ 869.041,01	\$ 912.493,06	\$ 958.117,71	\$ 1.006.023,60	\$ 1.056.324,78
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSIÓN INICIAL	\$ - 137.500,00					
MATERIA PRIMA		\$ 632.857,73	\$ 664.500,62	\$ 697.725,65	\$ 732.611,93	\$ 769.242,53
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 5.608,10	\$ 5.888,51	\$ 6.182,93	\$ 6.492,08	\$ 6.816,68
COSTOS INDIRECTOS		\$ 9.622,98	\$ 10.104,13	\$ 10.609,34	\$ 11.139,80	\$ 11.696,79
GASTOS DE VENTA		\$ 3.970,04	\$ 4.168,54	\$ 4.376,97	\$ 4.595,82	\$ 4.825,61
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 29.401,75	\$ 30.871,84	\$ 32.415,43	\$ 34.036,20	\$ 35.738,01
IMPUESTOS		\$ 40.399,30	\$ 42.835,66	\$ 45.407,10	\$ 48.122,47	\$ 50.991,05
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	\$ - 137.500,00	\$ 721.859,90	\$ 758.369,30	\$ 796.717,42	\$ 836.998,30	\$ 879.310,67
FLUJO OPERATIVO	\$ -137.500,00	\$ 147.181,11	\$ 154.123,76	\$ 161.400,29	\$ 169.025,30	\$ 177.014,11
<u>INGRESOS NO OPERATIVOS</u>						
PRÉSTAMO BANCARIO						
TOTAL INGRESO NO OPERATIVOS						
EGRESOS NO OPERATIVOS						
COSTO FINANCIERO		\$ 12.696,17	\$ 11.975,48	\$ 11.155,32	\$ 10.221,95	\$ 9.159,75
AMORTIZACIONES		\$ 5.221,12	\$ 5.941,80	\$ 6.761,97	\$ 7.695,34	\$ 8.757,54
FLUJO NETO NO OPERATIVOS		\$ 17.917,29	\$ 17.917,28	\$ 17.917,29	\$ 17.917,29	\$ 17.917,29
FLUJO NETO	\$ - 137.500,00	\$ 129.263,82	\$ 136.206,48	\$ 143.483,00	\$ 151.108,01	\$ 159.096,82

4.1. Estudio Financiero.

4.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

Según el criterio: La inversión es aceptable si la diferencia entre los valores presentes de los flujos y la inversión es cero o positiva, caso contrario debe rechazarse.

El valor actual neto (VAN), obtenido es de \$ 540.849,50 este valor conjugado con el TIR demuestra la rentabilidad del negocio. Se utilizó una tasa de descuento del 13%.

4.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa la rentabilidad obtenida en relación directa al capital invertido. Esta se convierte en la tasa que se está dispuesto a pagar a quien financia el proyecto.

La tasa interna de retorno (TIR), nos resultó de 95%, lo cual refleja el alto margen de utilidad de este negocio, revelando la conveniencia de realizar la inversión.

4.1.3. Relación Beneficio Costo

Representa el número de unidades monetarias que se recupera por cada unidad invertida, la razón obtenida debe ser mayor que la unidad, para que permita recuperar la inversión, caso contrario debe rechazarse el proyecto. Debe recordarse que a mayor razón de beneficio costo más atractivo es la inversión.

La relación beneficios costos actualizado se ha determinado dividiendo los beneficios netos actualizados para la tasa de interés del préstamo bancario. Los costos se procedieron a dividir de la misma manera para sí obtener el

indicativo de 1,39 lo que permite concluir que es proyecto es viable, ya que por cada dólar invertido en el proyecto, el inversionista tendrá \$1,39 de retribución adicional a su inversión.

$$B/C = \frac{VAN - INGRESO}{VAN - EGRESOS}$$

4.3.5. Impacto Ambiental

El proyecto de la creación de una comercializadora de productos agrícolas que utilice el secado de los productos por medio de una planta de secado, que estará ubicada en el recinto El Paraíso La 14 del cantón Buena Fe, utilizará gas industrial, mismo que ingresará al quemador de la planta según las necesidades, se comprará en bombonas industriales de 4 metros cúbicos o 15 kilogramo. (Opcional) o más, y no quedarán residuos que contaminen el ambiente.

Se empleará energía eléctrica monofásica que no altera el ambiente porque el cableado estará protegido con tubería de polietileno. Se utilizarán sacos de yute, material no contaminante y existente en el mercado local; el residuo de los deteriorados que siendo fácilmente biodegradables periódicamente serán depositados en el recolector de basura para que lleguen a su destino final.

Los residuos de los productos agrícolas que no se utilicen serán recolectados en sacos de yute y entregados a los ganaderos de la zona para que combinen con melaza y alimenten al ganado vacuno, o en su defecto sean regados en las fincas para que se biodegraden y se convierta en abonos orgánicos para los suelos.

No se utilizarán insumos químicos nocivos en ninguno de los procesos, el tratamiento de los productos agrícolas se hará de manera natural.

4.2. Discusión

De acuerdo al estudio de mercado las encuestas determinó que existe demanda insatisfecha para la creación de una comercializadora de productos agrícolas, lo que garantiza el proyecto, y concuerda con (Martínez 2011), que menciona “que el estudio de mercado permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra manera serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación de un producto en el mercado”, lo que determina que la hipótesis “El estudio de mercado determinará la posibilidad de creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas” se acepta.

La estructura organizacional de la empresa es la base fundamental para la ejecución del proyecto, el diseño, el análisis de estas estructuras permitieron determinar las necesidades de personal y la inversión física de acuerdo a los sistemas y procedimientos administrativos, lo que concuerda con (GOYA&HERNANDEZ, 2009), que menciona “la organización es la existencia de un grupo humano que comparte unos medios o recursos financieros técnicos y humanos en la realización de una acción coordinada para la consecución de unos fines y objetivos comunes”, que permite que la hipótesis “La determinación de la estructura organizacional de la empresa ayudará a conocer los requerimientos para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas” se acepta.

Según las herramientas de evaluación de proyectos obtuvimos que los flujos de los ingresos proyectados dieron una rentabilidad atractiva para poner en marcha este proyecto, el valor actual neto es de **\$ 540.849,50** positivo, concordando con lo expresado por (SAPAG,2009), “el proyecto debe aceptarse, ya que el valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”, así mismo la relación beneficio costo es de **\$ 1.39**, es decir que por cada dólar invertido retorna un dólar con treinta y nueve centavos, lo cual concuerda con (SAPAG,2009), “la relación Beneficio costo compara el

valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación será mayor que uno y si el van es negativo, esta será menor que uno, al relacionar los beneficios y los costos actualizados, lo que concluimos que la hipótesis “Las proyecciones de ingresos generarán la rentabilidad suficiente para la creación de una empresa comercializadora de productos agrícolas”, se acepta.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- 5.1.1.** El estudio de mercado realizado en el recinto El Paraíso La 14 a los agricultores, demuestra que si es factible la creación de una comercializadora de productos agrícolas en esta localidad, ya que mediante la encuestas el 84% de los agricultores manifestaron que si desean que se instale, por no haber una existente; y porque el 65% de los productores tienen problemas para transportar el producto, hacia lugares lejanos, lo que beneficia aún más la creación de la comercializadora de productos agrícolas y a su vez el 51% de los habitantes encuestados dijeron que el producto de mayor producción en la zona es el cacao, y por ser una empresa que recién se va a iniciar designamos como prioridad “el cacao” como objeto de estudio de ese proyecto.
- 5.1.2.** Mediante el estudio técnico se obtuvo que para la implementación de una empresa comercializadora de productos agrícolas, es necesario una inversión de \$ 137.500,00 además se estableció la estructura organizacional que esta propuesta para la comercializadora, siendo liderada por un Gerente, un auxiliar que puede reemplazar la ausencia del Gerente, y 4 obreros debidamente capacitados para cumplir con los propósitos durante el proyecto.
- 5.1.3.** Dentro del estudio económico – financiero se demostró la rentabilidad y viabilidad para la creación de una comercializadora de productos agrícola al concentrar un VAN de \$ 540.849,5 con una TIR de 95%; la relación Beneficio Costo es de \$ 1.39, indicadores que sustentan la viabilidad del proyecto.

5.2. Recomendaciones

- 5.2.1.** Incentivar a través de la publicidad a los agricultores para que asistan a la nueva comercializadora “Montesdeoca” en el recinto El Paraíso La 14 que servirá para el incremento en su actividad agrícola y económica, y a su vez promocionar sembríos de plantaciones de cacao fino de aroma y dar asesorías técnicas actualizadas para el manejo del cultivo.

- 5.2.2.** Instituir y organizar la comercializadora de productos agrícolas, mediante la estructuración de un orgánico – funcional acorde a las actividades del mismo. Además es recomendable crear un reglamento, en donde se especifique las funciones que tiene que realizar el personal.

- 5.2.3.** El presente proyecto luego de demostrar su viabilidad económica – financiera, debería ser acogida por los accionistas dado los beneficios sociales y económicos que brindarían tanto a los inversionistas como a los productores.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1 Literatura citada

ALET. (2007). MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO. Pag 27

ANECACAO. (2013). WWW.ANECACAO.COM. Recuperado el 16 de ENERO de 2015, de WWW.ANECACAO.COM: DISPONIBLE EN:
<http://www.anecacao.com/es/cacao-en-ecuador/>

ARTEGA. (2012). PROYECTO DE INVERSIÓN PARA NEVERÍA “LA CÚSPIDE” CONSULTADO EL 25 DE MAYO DEL 2013 DISPONIBLE EN: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/32482/1/arteargaricano.pdf>

BACA. (2009). EVALUACION DE PROYECTOS ANALISIS Y ADMINISTRACION DE RIESGO. SEGUNDA EDICION.

CADAVID. (2008). CONTABILIDAD GENERAL GUIA Y MODULO CONSULTADO EL 20 DE MAYO DEL 2013 DISPONIBLE EN:
<http://www.funlam.edu.co/administracion.modulo/NIVEL-02/ContabilidadGeneral.pdf>

CALDERON, G., & TANDAZO, L. (2011). “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TARJETA DE DÉBITO PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACPE- LOJA LTDA.” CONSULTADO EN:
<http://dspace.unl.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/4570/1/Calder%C3%B2n%20Guzm%C3%A0n%20Gabriela%20Lorena%20y%20Tandazo%20Ram%C3%ACrez%20Leivi%20Mariuxi.pdf>

CAMINO, J., & MOLERO, M. (2012). MARKETING Y FUTBOL DEL MERCADO DE LAS PASIONES pag. 91 .

- CASTELLS, X. E. (2012). SISTEMA DE TRATAMIENTO TERMICO. PROCESOS A BAJA TEMPERATURA, SECADO. MADRID: EDICIONES DIAZ DE SANTOS.
- DAVALOS. (2009). ESTRATEGIA DE PRECIOS; UN ENFOQUE DE MERCADO PARA LOS NEGOCIOS . EAFIT. Pag. 202
- DICCIONARIO DE MARKETING.. S.A. Pag. 208
- ESCRIBANO, G. (2011). GESTION FINANCIERA. En G. E. RUIZ, GESTION FINANCIERA. ESPAÑA: PARANINFO S.A.
- ESCUADERO, M. (2010). ADMINISTRACION Y GESTION. En E. S. JOSE, ADMINISTRACION Y GESTION (pág. 209). MADRID: EDICIONES PARANINFO SA.
- ESPINOZA. (2009). TIPOS DE INVERSIONES. Pag. 203
- ESTRADA, W., ROMERO, X., & MORENO, J. (2011). "GUÍA TÉCNICA DEL CULTIVO DE CACAO MANEJADO CON TÉCNICAS AGROECOLÓGICAS" CONSULATO EL 24 DE ABRIL DEL 2013 DISPONIBLE:http://biblioteca.catie.ac.cr/descargas/Estrada_et_al_Guia_Tecnica_Cacao.pdf
- FAO. (2010). TIPOS DE SECADORA Y SUS MECANISMOS.
- GALAVIZ, J. (2012). ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS SUSTENTABLES PARA DESHIDRATAR . En G. JOSE.
- GALLEGOS. (2012). "LA EMPRESA FAMILIAR. SU CONCEPTO Y DELIMITACIÓN JURÍDICA" CONSULTADO EN: http://www.uco.es/estudia/catedras/catedra_prasa/img/0_x11_13395780_30.pdf

- GILL, M., & GINER, D. L. (2013). COMO CREAR Y HACER FUNCIONAR UNA EMPRESA. Pag. 31
- GOYA, N., & HERNAEZ, O. (2008). ORGANIZACION DE EMPRESAS. TERCERA EDICION Pag. 16
- HOYO. (2012). EL PRECIO DEL MERCADO. Pag. 11
- IIPES. (2011). PROYECTO DE INVERCION FINANCIERA . MEXICO: MONCADA. Pag. 412
- ILPES. (2009). En GUIA PARA LA PRESENTACION DE PROYECTOS SIGLO XXI (pág. 740). MEXICO: TEMASILLI.
- KEAT, P. G. (2011). ECONMIA DE EMPRESAS. En P. G. KEAT, & P. K. YOUNG. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- KOCH. (2010). MANUAL DE EMPRESARIOS EXITOSOS. Pag. 34
- KOTLER. (2009). ESTRATEGIAS DELMARKETING. EDITORIAL DISANTES. MADRID, ESPAÑA. PÁG. 144
- LERMA, K., & ALEJANDRO, E. (2010). DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS. MEXICO
- LOPEZ, & PINTO, B. (2010). LOS PILARES DEL MARKETING. Pag. 137 .
- MARTINEZ. (2011). PRODUCTOS FINANCIEROS BASICOS Y SUS CALCULOS.
- MAS RUIZ, F. J. (2010). TEMAS DE INVESTIGACION COMERCIAL. CLUB UNIVERSITARIO.

MIRANDA. (2010). GESTION DE PROYECTOS; IDENTIFICACION Y FORMULACION QUINTA EDICION.

MONAR. (2013). "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL CON CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL EN LA EMPRESA SEDICOM – RIOBAMBA" CONSULTADO EL 24 DE MAYO DEL 2013 DISPONIBLE EN:

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1801/1/102T0008.pdf>

ORTEGA. (2009). PROYECTO DE INVERSION. MEXICO: MONCADA. Pag. 412.

PALACIOS SALAZAR, I. (2010). GUIA PRACTICA PARA LA IDENTIFICACION, FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS. BOGOTA: UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.

PROECUACUADOR. (2013). "ANÁLISIS DEL SECTOR CACAO Y ELABORADOSO". CONSULTADO EL 24 DE AGOSTO DEL 2013 DISPONIBLE EN: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf

RAMIREZ. (2010). CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA. OCTAVA EDICION CONSULTADO EL 25 DE SEPTIEMBRE DEL 2013 DISPONIBLE EN: <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r97118.PDF>

RAMIREZ, D., VIDAL, A., & DOMINGUEZ, Y. (2009). "ETAPAS DEL ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD. COMPENDIO BIBLIOGRÁFICO" DISPONIBLE EN: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

RIVERA, J., & LOPEZ, M. (2012). FACTIBILIDADES EMPRESARIALES .

ROSALES. (2011). "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA DE LA PRODUCCIÓN DE COMPOSTERAS DOMICILIARAS" DISPONIBLE EN:

http://www.inti.gob.ar/compostajedomiliario/pdf/acuerdos_trabajo/DTR2.pdf

SAPAG. (2009). PROYECTO DE INVERSION; FORMULACION Y EVALUACION. S.A. PRIMERA EDICION

SAPAG. (2011). DISEÑO EMPRESARIAL. TERCERA EDICION

SARMIENTO. (2010). EVALUACION DE PROYECTOS PARA INGENIEROS. BOGOTA. PRIMERA EDICIÓN. Pág. 245

SIGUENCIA. (2013). EVALUACION DE UN SECADOR SOLAR INCLINADO CON ABSORBEDOR DE ZEOLITA PARA GRANOS DE CACAO CCN51 CONSULTADO EL 25 DE SEPTIEMBRE DEL 2013 OBTENIDO DE: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3734/1/tesis.pdf>

SLYWOTZKY, A. (2012). DEMANDA: CREAR LOS QUE LA PERSONAS DESEAN ANTES DE QUE SEPAN QUE QUIEREN. En A. SLYWOTZKY. COLOMBIA: CARVAJAL EDUCACION .

TERRANOVA. (2010). FUNDAMENTOS DE UNA EMPRESA.

URQUIZO. (2010). PROYECTO DE INVERSION . MEXICO: MONCADA. Pag. 412

VALDIVIA. (2011). SECAMIENTO DE GRANOS O SEMILLA DE MAÍZ CONSULTADO EL 24 DE MAYO DEL 2013 OBTENIDO DE: http://www.a4n.com.sv/uploaded/mod_documentos/SECAMIENTO%20DE%20GRANOS%20O%20SEMILLAS%20DE%20MAIZ.pdf

VALERA. (2009). MEDIDAS DE LA FACILIDAD . M: M.

VORISOV. (2009). DICCIONARIO DE ECONOMIA Y POLITICA .

ZAPATA. (2007). COMPORTAMINETO DEL CONSUMIDOR, DECISIONES Y
ESTRATEGIAS DE MARKETING. ESIC. Pag 523

CAPITULO VII
ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

MARQUE CON UNA (X) LA RESPUESTA QUE MÁS SE AJUSTE A SU SITUACIÓN.

Edad: _____

Sexo:

- M
- F

1. ¿En sus tierras a que producto agrícola se dedica más a sembrar?

- Cacao ()
- Arroz ()
- Maíz ()
- Otros ()

2. ¿Cuenta con transporte propio para el traslado de sus productos hasta las comercializadoras?

- SI ()
- NO ()

3. ¿Tiene dificultades en vender sus productos agrícolas?

- SI ()
- NO ()

4. ¿Cómo vende su producto?

- Seco ()
- Húmedo ()

5. ¿Cómo califica el servicio que brindan las comercializadoras de productos agrícolas actualmente?

- Excelente ()
- Muy Buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

6. ¿Cuántos quintales de su producto agrícola vende semanalmente a las comercializadoras?

- 1 – 50 ()
- 51 – 100 ()
- 101 - 150 ()
- Más de 151 ()

7. ¿Usted está de acuerdo con el precio establecido por el gobierno para la compra sus productos agrícolas?

- SI ()
- NO ()

8. ¿Las comercializadoras cumplen con el precio de compra de los productos agrícolas establecidos en el mercado?

- SI ()
- NO ()

9. ¿Con que frecuencia vende sus productos agrícolas?

- Semanal ()
- Quincenal ()
- Mensual ()

10. ¿Cuál de las siguientes características es para usted la más importante a la hora de vender sus productos agrícolas?

- Precio ()
- Pagos ()
- Cercana ()
- Otros ()

11. ¿Cuál es la forma de pago que actualmente las comercializadoras de productos agrícolas le cancelan?

- Al contado ()
- A fecha ()
- En partes ()

12. ¿Atraves que medio a usted le llego la información de la Comercializadora donde vende sus productos agrícolas?

- Radios ()
- Periódicos ()
- Vallas publicitarias ()
- Recomendaciones ()
- Otros ()

13. ¿Estaría de acuerdo que se instale una comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14?

- SI ()
- NO ()

14. ¿Estaría dispuesto a venderle sus productos a la nueva comercializadora de productos agrícolas que se instalara en el recinto El Paraíso La 14?

- SI ()
- NO ()

15. ¿Con la creación de una comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14, usted percibiría un ahorro a venderles sus productos?

- SI ()
- NO ()

16. ¿En dónde usted cree que ahorraría por la creación de una nueva comercializadora de productos agrícolas en el recinto El Paraíso La 14?

- Transporte ()
- Tiempo ()
- Otros ()

Anexo 2. Costo de la investigación.

Cuadro 26. Costo de la investigación.

Rubros	Cant.	V. Unitario	V. Total USD
Recursos Humanos			
Digitador	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Recursos Tecnológico			
Internet (horas)	60	1.00	60.00
Tecnológicos			
Computador	180	1.00	180.00
Impresora	1	80.00	80.00
Pen driver	1	18.50	18.50
Materiales			
Cartuchos	4	35.00	140.00
Remas de papel A4	3	4.00	12.00
Cuadernos	2	1.50	3.00
Bolígrafos	6	0.30	1.80
Carpetas	4	0.15	0.60
Anillados	3	1.00	3.00
Empastados	7	10.00	70.00
CD-RW	5	1.00	5.00
Otros gastos			
Alquiler de proyector (horas)			30.00
Viáticos – alimentación			22.00
Subtotal			\$ 693.90
Imprevistos 3%			21.42
Total de Gastos			\$ 715.32

El financiamiento de los costos de esta investigación fue con el 100% de recursos propios de la investigadora, Autora, Egresada de la carrera de Ing. En Administración Financiera de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Anexo 3. Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CREDITO

Préstamo	\$100.000	N° Cuotas	120
Tasa	13% Anual	Interés a pagar	-79.172,89
Tiempo	10 Años	Capital	-100.000,00
Vf	0	Total a pagar	-179.172,89
Tipo	0	Deuda. Pend	0,00

TABLA DE AMORTIZACION UTILIZANDO EL SISTEMA FRANCES

N° Cuota	Fecha de pago	Interés	Capital (Amortiz.)	Cuota	Deuda pendiente	Capital cancelado	Interés anual	Amortizac. Annual
0	01-ene-08				100.000,00			
1	1-feb-08	-1.083,33	-409,77	-1.493,11	99.590,23	409,77	-12.696,17	-5.221,12
2	1-mar-08	-1.078,89	-414,21	-1.493,11	99.176,01	823,99		
3	1-abr-08	-1.074,41	-418,70	-1.493,11	98.757,31	1.242,69		
4	1-may-08	-1.069,87	-423,24	-1.493,11	98.334,08	1.665,92		
5	1-jun-08	-1.065,29	-427,82	-1.493,11	97.906,25	2.093,75		
6	1-jul-08	-1.060,65	-432,48	-1.493,11	97.473,80	2.526,20		
7	1-ago-08	-1.055,97	-437,14	-1.493,11	97.036,66	2.963,34		
8	1-sep-08	-1.051,23	-441,88	-1.493,11	96.594,78	3.405,22		
9	1-oct-08	-1.046,44	-446,66	-1.493,11	96.148,12	3.851,88		
10	1-nov-08	-1.041,60	-451,50	-1.493,11	95.696,61	4.303,39		
11	1-dic-08	-1.036,71	-456,39	-1.493,11	95.240,22	4.759,78		
12	1-ene-09	-1.031,77	-461,34	-1.493,11	94.778,88	5.221,12		
13	1-feb-09	-1.026,77	-466,34	-1.493,11	94.312,54	5.687,46	-11.975,48	-5.941,80
14	1-mar-09	-1.021,72	-471,39	-1.493,11	93.841,16	6.158,84		
15	1-abr-09	-1.016,61	-476,49	-1.493,11	93.364,66	6.635,34		
16	1-may-09	-1.011,45	-481,66	-1.493,11	92.883,00	7.117,00		
17	1-jun-09	-1.006,23	-486,87	-1.493,11	92.396,13	7.603,87		
18	1-jul-09	-1.000,96	-492,15	-1.493,11	91.903,98	8.096,02		
19	1-ago-09	-995,63	-497,48	-1.493,11	91.406,50	8.593,50		
20	1-sep-09	-990,24	-502,87	-1.493,11	90.903,63	9.096,37		
21	1-oct-09	-984,79	-508,32	-1.493,11	90.395,31	9.604,69		
22	1-nov-09	-979,28	-513,82	-1.493,11	89.881,49	10.118,51		
23	1-dic-09	-973,72	-519,39	-1.493,11	89.362,09	10.637,91		
24	1-ene-10	-968,09	-525,02	-1.493,11	88.837,08	11.162,92		
25	1-feb-10	-962,40	-530,71	-1.493,11	88.306,37	11.693,63	-11.155,32	-8.761,97
26	1-mar-10	-956,65	-536,46	-1.493,11	87.769,92	12.230,08		
27	1-abr-10	-950,84	-542,27	-1.493,11	87.227,65	12.772,35		
28	1-may-10	-944,97	-548,14	-1.493,11	86.679,51	13.320,49		
29	1-jun-10	-939,03	-554,08	-1.493,11	86.125,43	13.874,57		
30	1-jul-10	-933,03	-560,08	-1.493,11	85.565,35	14.434,65		
31	1-ago-10	-926,96	-566,15	-1.493,11	84.999,20	15.000,80		
32	1-sep-10	-920,82	-572,28	-1.493,11	84.426,91	15.573,09		
33	1-oct-10	-914,62	-578,48	-1.493,11	83.848,43	16.151,57		
34	1-nov-10	-908,36	-584,75	-1.493,11	83.263,68	16.736,32		
35	1-dic-10	-902,02	-591,08	-1.493,11	82.672,60	17.327,40		
36	1-ene-11	-895,62	-597,49	-1.493,11	82.075,11	17.924,89		
37	1-feb-11	-889,15	-603,96	-1.493,11	81.471,15	18.528,85	-10.221,95	-7.695,34
38	1-mar-11	-882,60	-610,50	-1.493,11	80.860,65	19.139,35		
39	1-abr-11	-875,99	-617,12	-1.493,11	80.243,53	19.756,47		
40	1-may-11	-869,30	-623,80	-1.493,11	79.619,73	20.380,27		
41	1-jun-11	-862,55	-630,58	-1.493,11	78.989,17	21.010,83		
42	1-jul-11	-855,72	-637,39	-1.493,11	78.351,78	21.648,22		
43	1-ago-11	-848,81	-644,30	-1.493,11	77.707,48	22.292,52		
44	1-sep-11	-841,83	-651,28	-1.493,11	77.056,20	22.943,80		
45	1-oct-11	-834,78	-658,33	-1.493,11	76.397,87	23.602,13		
46	1-nov-11	-827,64	-665,46	-1.493,11	75.732,41	24.267,59		
47	1-dic-11	-820,43	-672,67	-1.493,11	75.059,73	24.940,27		
48	1-ene-12	-813,15	-679,96	-1.493,11	74.379,77	25.620,23		
49	1-feb-12	-805,78	-687,33	-1.493,11	73.692,45	26.307,55	-9.159,75	-8.757,54
50	1-mar-12	-798,33	-694,77	-1.493,11	72.997,67	27.002,33		
51	1-abr-12	-790,81	-702,30	-1.493,11	72.295,38	27.704,62		
52	1-may-12	-783,20	-709,91	-1.493,11	71.585,47	28.414,53		
53	1-jun-12	-775,51	-717,60	-1.493,11	70.867,87	29.132,13		
54	1-jul-12	-767,74	-725,37	-1.493,11	70.142,50	29.857,50		
55	1-ago-12	-759,88	-733,23	-1.493,11	69.409,27	30.590,73		
56	1-sep-12	-751,93	-741,17	-1.493,11	68.668,09	31.331,91		
57	1-oct-12	-743,90	-749,20	-1.493,11	67.918,89	32.081,11		
58	1-nov-12	-735,79	-757,32	-1.493,11	67.161,57	32.838,43		
59	1-dic-12	-727,58	-765,52	-1.493,11	66.396,05	33.603,95		

60	1-ene-13	-719,29	-773,82	-1.493,11	65.622,23	34.377,77		
61	1-feb-13	-710,91	-782,20	-1.493,11	64.840,03	35.159,97	-7.950,92	-9.966,37
62	1-mar-13	-702,43	-790,67	-1.493,11	64.049,36	35.950,64		
63	1-abr-13	-693,87	-799,24	-1.493,11	63.250,12	36.749,88		
64	1-may-13	-685,21	-807,90	-1.493,11	62.442,22	37.557,78		
65	1-jun-13	-676,46	-816,65	-1.493,11	61.625,57	38.374,43		
66	1-jul-13	-667,61	-825,50	-1.493,11	60.800,07	39.199,93		
67	1-ago-13	-658,67	-834,44	-1.493,11	59.985,63	40.034,37		
68	1-sep-13	-649,63	-843,48	-1.493,11	59.122,15	40.877,85		
69	1-oct-13	-640,49	-852,62	-1.493,11	58.269,54	41.730,46		
70	1-nov-13	-631,25	-861,85	-1.493,11	57.407,68	42.592,32		
71	1-dic-13	-621,92	-871,19	-1.493,11	56.536,49	43.463,51		
72	1-ene-14	-612,48	-880,63	-1.493,11	55.655,86	44.344,14		
73	1-feb-14	-602,94	-890,17	-1.493,11	54.765,69	45.234,31	-6.575,24	-11.342,05
74	1-mar-14	-593,30	-899,81	-1.493,11	53.865,88	46.134,12		
75	1-abr-14	-583,55	-909,56	-1.493,11	52.956,32	47.043,88		
76	1-may-14	-573,69	-919,41	-1.493,11	52.036,91	47.963,09		
77	1-jun-14	-563,73	-929,37	-1.493,11	51.107,53	48.892,47		
78	1-jul-14	-553,66	-939,44	-1.493,11	50.168,09	49.831,91		
79	1-ago-14	-543,49	-949,62	-1.493,11	49.218,47	50.781,53		
80	1-sep-14	-533,20	-959,91	-1.493,11	48.258,56	51.741,44		
81	1-oct-14	-522,80	-970,31	-1.493,11	47.288,26	52.711,74		
82	1-nov-14	-512,29	-980,82	-1.493,11	46.307,44	53.692,56		
83	1-dic-14	-501,66	-991,44	-1.493,11	45.315,99	54.684,01		
84	1-ene-15	-490,92	-1.002,18	-1.493,11	44.313,81	55.686,19		
85	1-feb-15	-480,07	-1.013,04	-1.493,11	43.300,77	56.699,23	-5.009,67	-12.907,62
86	1-mar-15	-469,09	-1.024,02	-1.493,11	42.276,75	57.723,25		
87	1-abr-15	-458,00	-1.035,11	-1.493,11	41.241,64	58.758,36		
88	1-may-15	-446,78	-1.046,32	-1.493,11	40.195,32	59.804,68		
89	1-jun-15	-435,45	-1.057,66	-1.493,11	39.137,66	60.862,34		
90	1-jul-15	-423,99	-1.069,12	-1.493,11	38.068,55	61.931,45		
91	1-ago-15	-412,41	-1.080,70	-1.493,11	36.987,85	63.012,15		
92	1-sep-15	-400,70	-1.092,41	-1.493,11	35.895,44	64.104,56		
93	1-oct-15	-388,87	-1.104,24	-1.493,11	34.791,20	65.208,80		
94	1-nov-15	-376,90	-1.116,20	-1.493,11	33.675,00	66.325,00		
95	1-dic-15	-364,81	-1.128,29	-1.493,11	32.546,71	67.453,29		
96	1-ene-16	-352,59	-1.140,52	-1.493,11	31.406,19	68.593,81		
97	1-feb-16	-340,23	-1.152,87	-1.493,11	30.253,31	69.746,69	-3.227,99	-14.689,29
98	1-mar-16	-327,74	-1.165,36	-1.493,11	29.087,95	70.912,05		
99	1-abr-16	-315,12	-1.177,99	-1.493,11	27.909,96	72.090,04		
100	1-may-16	-302,36	-1.190,75	-1.493,11	26.719,21	73.280,79		
101	1-jun-16	-289,46	-1.203,65	-1.493,11	25.515,56	74.484,44		
102	1-jul-16	-276,42	-1.216,69	-1.493,11	24.298,88	75.701,12		
103	1-ago-16	-263,24	-1.229,87	-1.493,11	23.069,01	76.930,99		
104	1-sep-16	-249,91	-1.243,19	-1.493,11	21.825,81	78.174,19		
105	1-oct-16	-236,45	-1.256,66	-1.493,11	20.569,15	79.430,85		
106	1-nov-16	-222,83	-1.270,27	-1.493,11	19.298,88	80.701,12		
107	1-dic-16	-209,07	-1.284,04	-1.493,11	18.014,84	81.985,16		
108	1-ene-17	-195,16	-1.297,95	-1.493,11	16.716,89	83.283,11		
109	1-feb-17	-181,10	-1.312,01	-1.493,11	15.404,89	84.595,11	-1.200,40	-16.716,89
110	1-mar-17	-166,89	-1.326,22	-1.493,11	14.078,66	85.921,34		
111	1-abr-17	-152,52	-1.340,59	-1.493,11	12.738,08	87.261,92		
112	1-may-17	-138,00	-1.355,11	-1.493,11	11.382,96	88.617,04		
113	1-jun-17	-123,32	-1.369,79	-1.493,11	10.013,17	89.986,83		
114	1-jul-17	-108,48	-1.384,63	-1.493,11	8.628,54	91.371,46		
115	1-ago-17	-93,48	-1.399,63	-1.493,11	7.228,91	92.771,09		
116	1-sep-17	-78,31	-1.414,79	-1.493,11	5.814,12	94.185,88		
117	1-oct-17	-62,99	-1.430,12	-1.493,11	4.383,99	95.616,01		
118	1-nov-17	-47,49	-1.445,61	-1.493,11	2.938,38	97.061,62		
119	1-dic-17	-31,83	-1.461,27	-1.493,11	1.477,11	98.522,89		
120	1-ene-18	-16,00	-1.477,11	-1.493,11	0,00	100.000,00		

Anexo 4. Presupuesto de instalación

Cuadro 27. Presupuesto de instalación

ITEM	DETALLE	UNIDAD	CANT.	V. UNIT (\$)	V. TOT. (\$)
Galpón (Comercializadora)					
1	Replanteo y nivelación	M3	100	0,80	80,00
2	Excavación manual	M3	58	4,53	262,74
3	Mampostería de bloque	M2	250	7,20	1800,00
4	Bordillos	M3	36	17,40	626,40
5	Columnas de H.A	M3	2,7	145,00	391,50
6	Hormigón Simple	M3	21	130,00	2730,00
7	Verjas de hierro 12	M2	30	39,00	1170,00
8	Instalaciones eléctrica y otros	global		2939,36	2939,36
	Subtotal				10000,00
Tendales					
1	Excavación manual	M3	11,04	4,53	50,01
2	Relleno	M3	200	4,00	800,00
3	Hormigón simple	M3	15	130,00	1950,00
4	Tachos corredizos	global		7200,00	7200,00
	Subtotal				10000,01
Secadora					
1	Replanteo y nivelación	M2	24	0,80	19,20
2	Excavación simple	M3	3,69	4,53	16,72
3	Mampostería de bloque	M2	66	7,20	475,20
4	Bordillos HS	M3	3,96	17,40	68,90
5	Hormigón Simple	M3	24	130,00	3120,00
6	Maquina secadora	global	1	9000,00	9000,00
7	Maquina clasificadora	global	1	7500,00	7500,00
8	Extintor	global	1	800,00	800
9	Instalación	global		14000,00	14000
	Subtotal				35000,02

Anexo 5. Secadora Sirca con intercambiador de calor



Anexo 6. Clasificadora de Granos



Anexo 7. Granos de cacao seco con 7% de humedad



Anexo 8. Sacos de yute para envasado de los granos de cacao





UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

Campus "Manuel Haz Álvarez"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Teléfonos: (593-05) 755203
E-mail: secretariageneral@uteq.edu.ec

CASILLAS
Quevedo: 73
FAX: (593 -05) 753 300 / 753 303
Quevedo - Los Ríos - Ecuador

Quevedo, 29 de Septiembre del 2014

Cpa. Magaly Reyes, M.Sc.

COORDINADORA DE CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Mediante la presente cumpla en presentar a usted, el informe de Tesis cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL RECINTO EL PARAÍSO LA 14 DEL CANTÓN BUENA FE, AÑO 2013** presentado por la señorita **LILIBETH NOEMÍ MONTESDEOCA ZAMBRANO**, estudiante de la carrera de Ingeniería en Administración Financiera, que fue revisado bajo mi dirección según resolución del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales de sesión extraordinaria, una vez que se ha desarrollado de acuerdo al Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y cumple con el requerimiento de análisis de URKUND el cual avala los niveles de originalidad en un 100%, y de similitud 0% del trabajo investigativo.

URKUND

Document	TESIS LILIBETH 2014.pdf (D11539067)
Submitted	2014-09-24 17:34 (-05:00)
Submitted by	gcerezo@uteq.edu.ec
Receiver	gcerezo.uteq@analytis.urkund.com
Message	Show full message

0% of this approx 28 pages long document consists of text present in 0 sources.

Valido este documento para que el comité académico de la carrera siga con los trámites pertinentes, de acuerdo a lo que establece el Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Por su atención deseo significar mis agradecimientos
Cordialmente,

LCDO. WILSON CERESO SEGOVIA; MSc.
DIRECTOR DE TESIS