



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA DE LA UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDÍGENAS DE ECHEANDÍA (UNORCIE), PERIODO 2014”

AUTOR:

HERNÁN WILFRIDO SÁNCHEZ YÁNEZ

RIOBAMBA-ECUADOR

2015

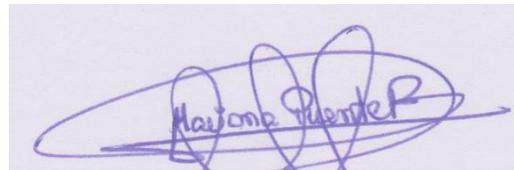
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el **Sr. HERNÁN WILFRIDO SÁNCHEZ YÁNEZ**, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido.



Ing. Angelita Genoveva Tapia Bonifaz

DIRECTOR



Ing. Mariana Isabel Puente Riofrío

MIEMBRO

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **HERNÁN WILFRIDO SÁNCHEZ YÁNEZ**, portador de la cedula de ciudadanía N° **020192874-4**, estudiante de la Escuela de Ingeniería en Marketing, Carrera Ingeniería Comercial, de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que el trabajo de titulación que presento es auténtico y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hernán Wilfrido Sánchez Yáñez', is written over a light gray background. The signature is somewhat stylized and includes a large, circular flourish on the right side.

Hernán Wilfrido Sánchez Yáñez
C.I. N° 020192874-4

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico muy fervorosamente a mi familia que día tras día me brindo apoyo tanto moral como de tal manera económicamente y en especial a mi hijo quien es el motor de mi vida para salir adelante, a la UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDÍGENAS DE ECHEANDÍA (UNORCIE), quien me ha abierto las puertas para bridar todo el conocimiento que he logrado obtener de la prestigiosa ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, es muy grato y merecedor compartir grandes experiencias que en el diario vivir se han convertido en obstáculos para el normal desenvolvimiento como futuro profesional, extraordinarios obstáculos que me sirvieron en la vida estudiantil; como es hoy en día en la vida profesional.

Además la educación en los últimos años ha ido surgiendo a gran escala, sin desmerecer la de años anteriores; con la contribución como futuro profesional me siento que se logra mucho mejorando de esta manera el nivel administrativo de la organización.

Al conocer la dedicación del asesor a cargo y la serie de vicisitudes alcanzadas en la vida, merecedoras a grandes reconocimientos es por ello que todo el trabajo de investigación va en nombre de todos quienes contribuyen al desenvolvimiento del futuro profesional.

Hernán Wilfrido Sánchez Yánez

AGRADECIMIENTO

Tanto esfuerzo se lo ve reflejado en las acciones; pensar que la vida está llena de éxitos y fracasos ayuda a que todas las personas maduren y crezcan, en primer lugar agradezco a Dios quien con sus pruebas me lleva a obtener una de mis metas planteadas y de tal manera agradecerle por darles la vida a mis padres quien con sus consejos y demás virtudes me han venido forjando, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, quien me abrió sus puertas en el momento indicado para brindarme el conocimiento, a todos mis profesores que la lucha incansable de ellos fue siempre compartir sus experiencias y aprender llevándome como reflejo a la gran mayoría de ellos, a todos mis compañeros que supimos estar en las buenas y en las malas con un apoyo incondicional. No me queda más que agradecerle a la vida que hasta el día de hoy me sorprende cada vez más; pero lo importante es saber llevarla sin ningún decaimiento.

Una meta cumplida es una puerta para cumplir miles, en honor a todo mi sacrificio agradezco a mi Padre y Madre por haberme ayudado a formarme como profesional.

Hernán Wilfrido Sánchez Yáñez

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal.....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros	ix
Índice de gráficos	x
Índice de anexos.....	xi
Índice de imágenes.....	xi
Resumen ejecutivo	xii
Summary	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I EL PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Formulación Del Problema	3
1.1.2 Delimitación Del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 Objetivo General	6
1.3.2 Objetivos Específicos.....	6
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos Del Cantón Echeandía.....	7

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
2.3 IDEA A DEFENDER	22
2.4 VARIABLES	22
2.4.1 Variable Independiente	22
2.4.2 Variable Dependiente.....	22
2.5 Operacionalizacion De Variables.....	23
CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.2.3 De Campo	26
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	27
3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	27
3.4.1 Métodos.....	27
3.4.2 TÉCNICA E INSTRUMENTOS	28
3.5 RESULTADOS.....	29
3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	45
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO	46
4.1 TÍTULO	46
4.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	46
4.3 CONTENIDO DE LA PROPUESTA	46
4.3.1 Estudio De Factibilidad De Mercado.....	46
4.3.2 Estudio De Factibilidad Técnica	56
4.3.3 Estudio De Factibilidad Medio Ambiental	73
4.3.4 Estudio De Factibilidad Económica-Financiera.....	75
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFIA	95

ANEXOS	96
--------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01. PEA dedicada a actividades económicas en la Provincia Bolívar, por sexo.....	13
Cuadro N° 02 Extensión del Cultivo.....	29
Cuadro N° 03 Comunidades Cacaoteras.....	30
Cuadro N° 04 Cultivo de Cacao.....	31
Cuadro N° 05 Tipo de Cacao.....	32
Cuadro N° 06 Tipo de Cacao de Venta.....	33
Cuadro N° 07 Lugar de Preferencia de Venta.....	35
Cuadro N° 08 Mejora del nivel de ingresos de las Familias.....	36
Cuadro N° 09 Generación de fuentes de empleo.....	37
Cuadro N° 10 Incremento de la actividad comercial.....	38
Cuadro N° 11 Factibilidad del Centro de Acopio.....	39
Cuadro N° 12 Disponibilidad de recibir el Pago.....	40
Cuadro N° 13 Participación en reuniones.....	41
Cuadro N° 14 Razones de Venta.....	42
Cuadro N° 15 Disponibilidad de Firma de Convenio.....	43
Cuadro N° 16 Proyección de Cosecha de Cacao.....	44
Cuadro N° 17 Países importadores de cacao y elaborados.....	47
Cuadro N° 17 Oferta de cacao de los Socios de UNORCIE.....	49
Cuadro N° 18 Socios Proveedores de la UNORCIE.....	51
Cuadro N° 19 Precio del Cacao según ANECACAO.....	56
Cuadro N° 20 Capacidad del Centro de Acopio de la UNORCIE.....	57
Cuadro N° 21 Equipos Agroindustriales y de oficina.....	61
Cuadro N° 22 Obras de Infraestructura.....	62
Cuadro N° 23 Estado de Situación Inicial.....	76
Cuadro N° 24 Estado de Resultados.....	85
Cuadro N° 25 Flujo de Caja.....	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01. Empresas existentes en el Ecuador en el Sector Alimentos, por tipo de empresas. .	10
Gráfico N° 02. % de venta vs % de utilidades de las empresas, por tipo de empresas.	11
Gráfico N° 03 Extensión del Cultivo	29
Gráfico N° 04 Comunidades Cacaoteras.....	30
Gráfico N° 05 Tipo de Cultivo de Cacao	31
Gráfico N° 06 Variedad de Cacao.....	32
Gráfico N° 07 Tipo de Cacao para la Venta	33
Gráfico N° 08 Tiempo de Corte de Cacao	34
Gráfico N° 09 Lugar de preferencia para la Venta de Cacao.....	35
Gráfico N° 10 Mejora del nivel de ingresos de las familias cacaoteras	36
Gráfico N° 11 Generación de fuentes de empleo.....	37
Gráfico N° 12 Incremento de la actividad comercial.....	38
Gráfico N° 13 Factibilidad del Centro de Acopio.....	39
Gráfico N° 14 Disponibilidad para recibir el Pago por Cacao.....	40
Gráfico N° 15 Disponibilidad para Organizarse	41
Gráfico N° 16 Razones para la Venta del Producto en un Centro de Acopio.....	42
Gráfico N° 17 Posibilidad de Convenios de Venta.....	43
Gráfico N° 18 Proyección de Compra de Cacao.....	44
Gráfico N° 19 Flujo de Proceso	59
Gráfico N° 20 Distribución en Planta	62
Gráfico N° 21 Organigrama Estructural	65
Gráfico N° 22 Cadena de Valor del Cacao	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 01. Modelo de la Encuesta.....	96
Anexo 02. Siglas y Abreviaturas.....	99
Anexo 03. Fotografías.....	101
Anexo 04. Documento Legal	103

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 01 Localización del Proyecto.....	58
Imagen N° 02 Socialización del Proyecto de Factibilidad.....	101
Imagen N° 03 Encuesta Aplicada a Socios de la UNORCIE.....	101
Imagen N° 04 Socia Cacaotera	102
Imagen N° 05 Área de Secado Centro de Acopio.....	102

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo realizar un estudio de factibilidad para diseñar construir y poner en marcha un Centro de Acopio de Cacao de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE), de acuerdo al estudio de factibilidad realizado a través de entrevistas, observación, encuestas y análisis, se determina el campo de estudio y su factibilidad ya que identifica los datos de alta relevancia los mismos que ayudan a fundamentar de mejor manera proyecciones de cosecha, identificación de competidores y proveedores potenciales, además ayuda a los agricultores socios a tener una nueva alternativa para comercializar su cacao fino y de aroma de esta manera se fomentara el desarrollo económico social; así mismo el comportamiento del mercado y las nuevas tendencias han obligado a los productores y agricultores en general a asociarse considerando y demostrando que dentro de la cadena de valor los eslabones del acopio y transformación son los que necesitan mayores recursos financieros para llegar a una comercialización asociativa, por otro lado la capacitación de los actores es vital para el cumplimiento de objetivos, que de acuerdo a los indicadores definen la viabilidad del proyecto con los siguientes resultados el VAN alcanza un valor de \$731.209,01 en un horizonte temporal de 5 años con una inversión de \$112.6000,00, el TIR presenta un porcentaje de 10.41% esto permite que los inversionistas consideren aplicar además el costo de capital para el país está alrededor de 8.54%, tomando en cuenta la situación actual del país y el cambio de la matriz productiva impulsada por el actual gobierno es importante considerar el desarrollo de proyectos que vinculen la parte agrícola con la parte industrial, la factibilidad del proyecto se la hizo en base al estudio de mercado y análisis financiero a través de los indicadores.

SUMMARY

This research aims to conduct a feasibility study to design, build and launch a collection Centre of cocoa coming from the Union of peasant and indigenous organizations, Echeandía (UNORCIE), according to the feasibility study conducted by means of interviews, observation surveys and analysis, both the field of study and its feasibility are determined, since it identifies highly relevant data which enable to support in a better way; the harvest projections, the competitors identification and potential suppliers, also it helps associate farmers to have a new alternative to market its fine cocoa aroma, thus the social economic development will be encouraged; likewise the market behavior and the new trends have forced to producers and farmers in general; to associate considering and showing that into the value chain its links of collection and processing need more financial resources to reach an associative marketing, on the other hand, the training of actors is vital for the compliance of objectives, which according to the indicators define the feasibility of the project with the following results the NPV reaches a value of \$ 731,209,01 in a time horizon of live years with an investment of \$ 112,600.00, the IRR has a percentage of 10,41% this also enables investors to consider applying, also, the cost of capital for the country is around 8.54%, taking into account the current government, it is important to consider the development of projects linking the agricultural with the industrial scope, the feasibility of the project was made on the basis of market research and financial analysis by means of indicators.

.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación es un Proyecto de Factibilidad para la creación del Centro de Acopio de Cacao Fino de Aroma de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE), periodo 2014, la cual siguió un esquema ordenado, iniciando por la determinación del problema, justificando, delimitando la investigación y direccionando a través de los objetivos general y específicos, a continuación se realizó el marco teórico acerca del estudio de factibilidad para una nueva microempresa que comienza, como de una en marcha, para diferenciar sus características propias, de igual manera se realiza un realce de la nueva política del país que es el fomento de la Economía Social y Solidaria.

En el marco metodológico se hace una reseña acerca de la modalidad de la investigación describiéndolo como cualitativa y cuantitativa, y en relación a su tipo es investigación de campo, al aplicar la misma en el Cantón Echeandía, bibliográfica documental en relación a la recolección de información de diferentes libros, específicamente de estudios de factibilidad y diseño de estrategias, y descriptiva pues está dirigida a determinar la situación de las variables de la investigación y para la recolección de la información se realizó observación directa, a través de la cual se ha conseguido información referente a los procesos internos de que debería tener la empresa, también se aplicaron encuestas obteniendo principalmente datos sobre la proyecciones de cosecha, producto, competencia y estados financieros proyectados.

La propuesta inició por plan de operaciones, que servirá de guía de procedimientos para un adecuado manejo de inventarios y la realización de compras, se realizó también el plan organizacional, diseñando la misión, la visión y el organigrama de la empresa, además del perfil de los diferentes cargos, se diseñó de igual manera estrategias de marketing de publicidad, promoción, precio, plaza y de ambiente, y por último se realizó un plan financiero que mide la posición de la empresa a través de análisis horizontal, vertical y la aplicación de indicadores, los cuales servirán como línea base para indicadores tipo que se sugiere aplicar a mediano y largo plazo, con el fin de controlar la liquidez, endeudamiento, rentabilidad y actividades de la empresa.

Finalmente se redactaron las conclusiones y recomendaciones del estudio de factibilidad la cual permite el normal desenvolvimiento de la presente investigación.

Por otro lado se pretende presentar a diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales que ayuden al crecimiento administrativo y organizacional de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE).

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las organizaciones cacaoteras de base que forman parte de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía no cuentan con el suficiente espacio físico en donde desempeñar sus labores comerciales como es el acopio, secado, clasificación empaque y venta; por lo que se ven obligados a vender sus productos a los intermediarios y en el peor de los casos salir de su cantón e incluso de su provincia, lo cual causa incomodidad a los socios ya que no pueden dinamizar la economía del cantón Echeandía ni mucho menos la personal. Permitiendo así el desarrollo de los intermediarios los cuales fijan el precio a total conveniencia, de tal manera fomentan las economías de otras zonas.

Los productores en general del cantón Echeandía poseen una desorganización y escasa integración de la cadena de comercialización, tienen escasos logros asociativos, venden el cacao a intermediarios a precios bajos, existe una disminución de la calidad del cacao debido a un manejo postcosecha defectuoso; estos bajos niveles de productividad de las plantaciones de cacao debido al mal manejo y escasa renovación de plantaciones, permitiendo de tal manera la mezcla de variedades de cacao sin que exista una diferenciación en el precio.

1.1.1 Formulación del Problema

¿De qué forma la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación del Centro de Acopio de Cacao Fino de Aroma de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE), periodo 2014 dinamizará la economía del sector?

1.1.2 Delimitación del Problema

La provincia Bolívar al encontrarse en una zona con una gran variedad de climas, permite el desarrollo de productos agrícolas los cuales son un gran atractivo para la agroindustria, industria, etc., y en algunos casos la exportación como materia prima; es así, que uno de los rubros primordiales cultivados por las familias de la zona baja de la provincia es el cacao fino y de aroma; siendo este un producto de demanda nacional e internacional.

El cantón Echeandía conocido por encontrarse entre uno de los principales productores de cacao de la provincia, cuenta con varias vías de acceso para la comercialización del producto permitiendo encontrar varios nichos de mercado donde colocar el producto, donde la gran mayoría de intermediarios han hecho de esta oportunidad un modo de vida sostenible.

El realizar un estudio técnico para fomentar una iniciativa en el cantón Echeandía, es la herramienta principal que ayuda a ver la factibilidad de un conjunto de inversiones que se tiene planificado realizarse para que de esta manera, se direccionen los recursos como es de capital de trabajo, social, operadoras de mercado y demás que aspectos que intervienen en el desarrollo del tejido empresarial.

La creación de un Centro de Acopio de Cacao Fino y de Aroma permitirá la dinamización económica y social del cantón Echeandía, varias organizaciones de base cacaoteras, productores independientes comercializaran su producto de manera asociativa, a precio y peso justo. Permitiendo a la misma organización obtener un cupo para la comercialización del cacao dentro de un mercado altamente competitivo y de gran demanda nacional e internacional.

La generación de fuentes de empleo es otra parte importante para quienes forman el directorio de la organización de segundo grado como es UNORCIE, se eliminaría la migración que existe en la zona incrementando un desarrollo social.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Varias familias dedicadas a la búsqueda de la comercialización asociativa examinan los medios posibles en que los intermediarios del cantón Echeandía, y de sus alrededores no sean quienes se aprovechen del productor que por la necesidad de obtener un mejor poder adquisitivo fijan el precio del cacao y en instancias degradan al producto para ello conjuntamente tratan de que eso termine. La actividad agrícola dedicada al cultivo de cacao tiene una historia relevante en la economía nacional; este producto conocido además como la pepa de oro es; desde siempre, la base de la economía familiar campesina de la costa y del cantón; es el producto que genera el mayor ingreso, pues un 60% del ingreso de las familias campesinas proviene de la comercialización de este producto; además es un rubro importante dentro de la balanza comercial del Ecuador. Sin embargo, lo más importante del sector cacaotero es sin duda el capital social, el cual representa la mayoría de las huertas, fincas y parcelas en el país. El cacao ecuatoriano es mundialmente apreciado por su sabor y aroma, ya que son claves para la producción de los más finos chocolates. Existen grandes marcas de chocolates reconocidas como las mejores del mundo; las cuales llevan un 2% de cacao ecuatoriano y, aunque el aporte es mínimo, este (2%) es determinante e indispensable.

Actualmente, la cadena agroalimentaria del cacao es la tercera más importante después del banano y las flores. Para lograr la creación del centro de acopio de cacao fino de aroma de la UNORCIE, se necesita de la unión de todas las organizaciones de base; será de vital importancia el aporte y apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales en conjunto. Incidiendo en la búsqueda de un nuevo circuito económico social y solidario que de dinamizara la economía del sector, es decir vincular a la sociedad y buscar un desarrollo común. En el sector existe un centro de acopio ubicado en la parroquia de San Gerardo el cual cerro sus funciones debido a la mala programación de la producción del Cacao, el presente estudio de factibilidad pretende identificar los puntos críticos y las condiciones favorables para el normal funcionamiento y desarrollo del Centro de Acopio de Cacao Fino de Aroma de la Unión de Organizaciones Campesinas e indígenas del Cantón Echeandía. Teniendo en consideración que los cambios en la legislación del País van de la mano con terminar la comercialización informal.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- Estudiar la factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Cacao Fino de Aroma y su impacto socioeconómico en la zona baja de Echeandía con propiedad de la UNORCIE.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar una revisión bibliográfica de teorías, conceptos, normativa vigente en el Ecuador sobre micro, pequeñas y medianas empresas, basadas en la economía social y solidaria.
- Determinar la metodología a utilizar para llevar a cabo la investigación.
- Diseñar la propuesta de la creación del Centro de Acopio de Cacao Fino de Aroma de la UNORCIE en base al estudio de factibilidad.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

El Marco Teórico, constituye el soporte filosófico y doctrinario de la investigación, abordará el estudio realizado por varios autores que describen diferentes conceptos y criterios; entre los más destacados tenemos las teorías que respalda a la investigación, que a través del análisis de la idea a defender planteadas y de forma analítica, separada de prejuicios, además existen algunos factores: fundamentos lógicos, normativas, situación actual del país, provincial y cantonal que fortalecen el normal desenvolvimiento de la investigación.

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos del Cantón Echeandía

El cantón de Echeandía, Pertenece a la provincia de Bolívar fue creado el 5 de enero del año 1984. Abarca una superficie de 230,6 km² y representa el 5.9% de la superficie total de la provincia de Bolívar. De acuerdo al censo poblacional y vivienda (INEC 2010) la población es de 12,114 habitantes, pertenece a la región Subtropical con límites latitudinales entre 300 a 2000 m.s.n.m.; que abarcan temperaturas de 18° a 22° grados centígrados. El cantón Echeandía, está constituido por 69 comunidades ubicadas en el sector rural y 9 ciudadelas que conforman la zona urbana. Teniendo presente los criterios ecológicos, sociales y físicos se le subdivide al cantón en tres zonas: alta, media, baja y área urbana. En la zona baja es donde existe cultivos tropicales ocupando el 41% de la producción total, siendo en la zona los cultivos de mayor importancia, el cacao, café, maíz, guineo, naranja, maracuyá. En el cantón Echeandía se encuentra asentada la organización de segundo grado Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía UNORCIE, que es una organización campesina e indígena que nace como organización de hecho en 1999 y surge por la exclusión de las comunidades campesinas e indígenas en la cabecera cantonal, que constituía en ese entonces el centro de poder donde se tomaban las decisiones sobre los destinos del cantón Echeandía. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (GADEcheandía, 2013).

2.1.1.1 Antecedentes de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del cantón Echeandía “UNORCIE”.

El 5 de junio de 1999 en una Asamblea de 53 comunidades nace la FECOCIE (Federación de Comunidades Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía), misma que en diciembre del mismo año toma el nombre de UNORCIE en vista de que su Estatuto no fue aprobado por el Ministerio de Bienestar Social dado que existía una organización con una denominación parecida, la FECOCE. La UNORCIE nació con 5 organizaciones jurídicas de base y en la actualidad cuenta con 13 organizaciones jurídicas afiliadas.

La UNORCIE es una organización que ha buscado articulaciones mayores en el movimiento social, de allí que es filial de la FECAB-BRUNARI, que a su vez es miembro de la CONAIE. La Unión de Organizaciones Campesinas del cantón Echeandía provincia Bolívar (UNORCIE). Se constituye en calidad de una organización cantonal de segundo grado, que aglutina a las organizaciones de base organizadas de los lugares aledaños del cantón, dentro de sus límites, teniendo como sede principal y domicilio la ciudad de Echeandía, Provincia de Bolívar en la ciudadela “La Floresta”. Está regulada sin fines de lucro personal o de grupo, por quienes representan conforme a la disposición legal del título XXIX del Código Civil.

La UNORCIE, por gestión de sus directivos, ha conseguido recursos a través de proyectos de desarrollo productivo destinados a sus organizaciones afiliadas de derecho y de hecho. La UNORCIE se fortaleció con el apoyo de PROLOCAL, Proyecto para la Reducción de la Pobreza y Desarrollo Rural Local, a través de la UTR Estribaciones Centrales de los Andes. Es así que en el 2004 al 2006 ejecutó un proyecto de cacao denominado. Gestión local para el mejoramiento de la cadena productiva del cacao en el Cantón Echeandía y en el año 2007 gestiona el proyecto. Reactivación de la actividad cafetalera en el Cantón Echeandía en un convenio con el COFENAC y en Municipio de Echeandía (dos grandes proyectos para el desarrollo productivo de las Organizaciones Filiales y el Cantón). En septiembre del 2008, La UNORCIE forma parte de MCCH, la misma que es parte del Programa Alianzas para el Desarrollo de Bolívar, donde se inicia a la ejecución de micro y macro: Proyectos de corto mediano y largo plazo en beneficio de las Familias y Organizaciones de UNORCIE.

Entre los proyectos ejecutados a largo plazo antes mencionados los agricultores toman la decisión de construir un centro de acopio, las Organizaciones compran un terreno con una superficie de un cuarto de cuadra, ubicado vía a Ventanas tras de la Policía Nacional, con el apoyo de Instituciones como MCCH, Programa Alianzas para el Desarrollo de Bolívar, Municipio de Echeandía, Concejo Provincial de Bolívar, Organizaciones Filiales a la UNORCIE, y personas interesadas a contribuir el desarrollo del cantón.

2.1.1.2 Las Agroindustrias en el Ecuador.

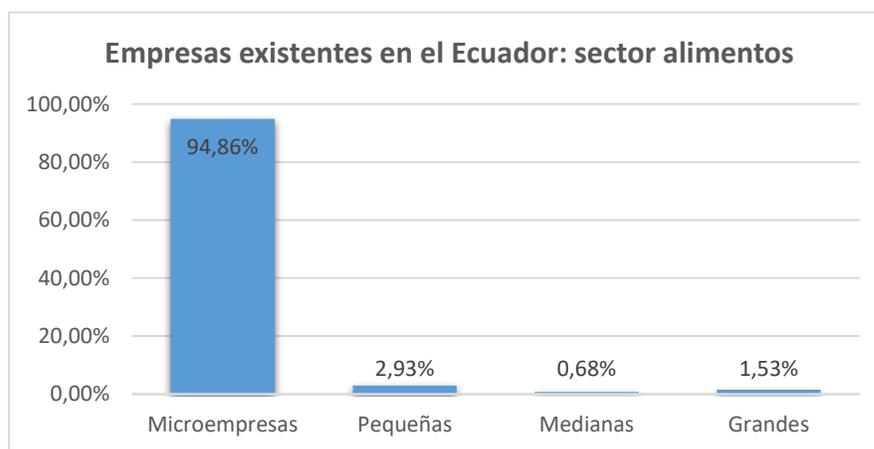
La visión de construir un Ecuador con igualdad de oportunidades para todas las empresas, sean grandes, medianas, pequeñas, o incluso micro-empresas, que elimine las asimetrías de gestión, operación y mercado, es uno de los objetivos del tan anunciado por el actual Gobierno “cambio de la matriz productiva”.

Este proceso se basa un decidido apoyo al aparato productivo nacional y en especial, a las micro, pequeñas y medianas empresas, pues por todos es conocido y reconocido que éstas juegan un papel decisivo en la economía del país. Para ello las políticas productivas buscan fomentar una gestión incluyente, articulada y participativa, que tiene como objetivo, permitir que el sector industrial, y fundamentalmente las MIPYMES, se fortalezcan y desarrollen el tejido empresarial ecuatoriano.

Buena parte de esta política busca, también, implementar estrategias de generación de capacidades para la mejora de los diferentes procesos productivos, enfocándose, principalmente, en la capacitación y formación profesional, la creación de bienes públicos al servicio de los sectores productivos, la asistencia técnica especializada en procesos de calidad, la gestión normativa y, finalmente, el desarrollo de mercados con enfoque local e internacional. Es vital, pues, la generación de una oferta productiva enfocada en los mercados, proveniente de los encadenamientos productivos, con una participación importante de las MIPYMES a nivel nacional, orientando así la sustitución estratégica de importaciones y el impulso a las exportaciones. Según el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 (SENPLADES, 2013).

En el Ecuador, los datos, al año 2010, nos dicen que de las 9.826 empresas existentes en el sector alimentos, las microempresas representan el 94,86%, las pequeñas el 2,93%, las medianas el 0,68% y las grandes únicamente el 1,53%. Los establecimientos que procesan los alimentos que consumimos los/as ecuatorianos/as se concentran, por tanto, de manera mayoritaria, en las microempresas. Según (Bees., 2012)

Gráfico N° 01. Empresas existentes en el Ecuador en el Sector Alimentos, por tipo de empresas.



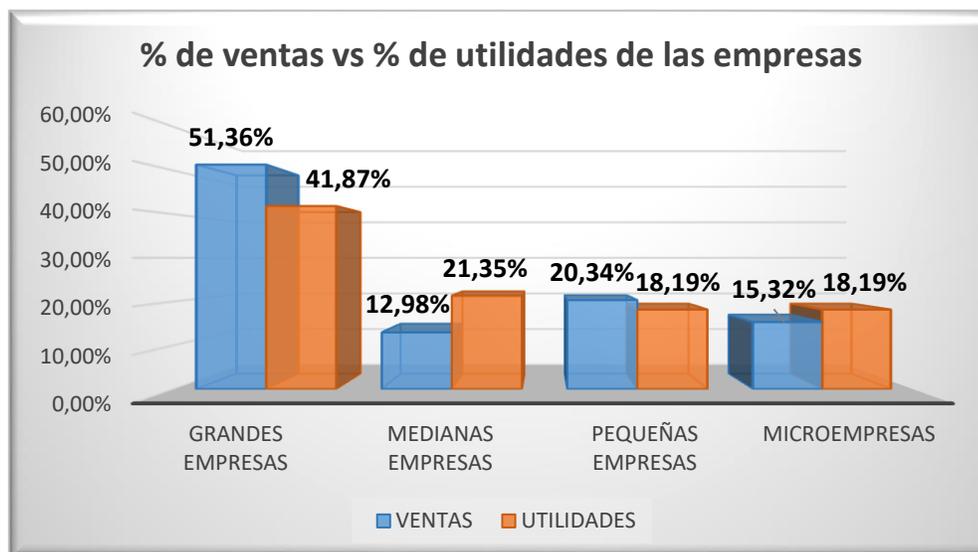
Fuente: Censo Económico, 2010.

Elaborado por: Hernán Sánchez Yáñez.

Sin embargo, el 51,36% de las ventas las realizan las grandes empresas, que concentran también el 41,87% del total de las utilidades del sector. Le siguen las pequeñas empresas, con el 20,34% de las ventas y el 18,19% de las utilidades; a continuación se encuentran las medianas, con el 12,98% de las ventas y el 21,35% de las utilidades; y, por último, las microempresas, que representan el 15,32% del total de ventas y el 18,19% de participación en las utilidades totales del sector.

En cuanto al empleo, las grandes empresas generan el 55,08% del total de los empleos en el sector; las pequeñas, el 8,20%; las medianas, el 6,42%; mientras que las microempresas aportan, nada más y nada menos, que el 30,30% de los empleos. Según (Bees., 2012).

Gráfico N° 02. % de venta vs % de utilidades de las empresas, por tipo de empresas.



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014.

Elaborado por: Hernán Sánchez Yáñez.

En resumen, las MIPYMES representan el 98,43% del total de los establecimientos empresariales del sector alimentos, sus ventas alcanzan el 48,64% del total y el empleo generado llega al 44,92% respecto del total de los empleos del sector. Si bien las grandes empresas son las mayores generadoras de empleo y las que concentran la mayor parte de ventas y utilidades, éstas agrupan a un porcentaje muchísimo menor de establecimientos. Según (Bees., 2012).

Otro aspecto muy interesante de visualizar se refiere a las exportaciones no petroleras registradas durante los diez primeros meses de 2014; éstas totalizaron un valor FOB de USD 10.317,9 millones, monto muy superior (17,4% más) al registrado entre enero y octubre de 2013, que fue de USD 8.790,2 millones. Asimismo, estas exportaciones registraron un aumento en volumen (en toneladas métricas) del 6.4%, entre los dos mismos períodos comparados.

En cuanto a las importaciones totales, en valor FOB y también entre enero y octubre de 2014, éstas llegaron a USD 21.898,7 millones, cantidad superior (USD 11,4 millones más) a las

compras externas realizadas en igual período de 2013 (USD 21,887.3 millones), lo cual representó un aumento del 0,1%.

En definitiva, tal como se observa, crecieron mucho más, en 2014, las exportaciones que las importaciones; sin duda, una buena señal para la empresa ecuatoriana y para todo el país. (BCC, 2014)

El mayor porcentaje de las ventas de las MIPYMES se realiza en la ciudad (44%), el 26% se destina a las provincias cercanas, el 16% a otras provincias, el 8% a las provincias fronterizas y solamente el 6% se destina a la exportación. De ello se induce que la dinámica agroalimentaria ecuatoriana se caracteriza por una demanda creciente de alimentos en las ciudades, ligada al crecimiento poblacional, y por una creciente polarización entre dos sistemas de distribución de alimentos: los mercados tradicionales (mayoristas y minoristas) y los supermercados, estos últimos tendiendo a desplazar a los primeros. (BCC, 2014)

Por otro lado, los pequeños productores campesinos del Ecuador representan la gran mayoría de la población rural y son los primeros y principales proveedores de alimentos estratégicos para la población nacional. Los pequeños productores se insertan en las cadenas en condiciones muy desfavorables, por falta de volúmenes, productividad inferior a los sistemas de producción empresarial y carencia de poder económico y social para la negociación.

2.1.1.3 La Problemática de las MIPYMES en la Provincia Bolívar.

La principal actividad económica a la que se dedica la población en la provincia es la actividad agropecuaria, con el 54% de la PEA; le siguen el comercio, con el 7,5%; la enseñanza, con un 6,7%; la administración pública, con el 4,09%; el transporte y almacenamiento, conjuntamente con la explotación de minas y canteras, con el 3,2% cada actividad; y, finalmente, en mucha menor escala, las actividades de entretenimiento y recreación, las actividades profesionales científicas y técnicas, las actividades manufactureras, los servicios de alojamiento y comidas, las actividades en los hogares como empleadores, y la información y comunicación. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia Bolívar (GADPBolívar, 2012).

Cuadro N° 01. PEA dedicada a actividades económicas en la Provincia Bolívar, por sexo.

Rama de actividad (primer nivel):	SEXO			
	HOMBRE	MUJER	TOTAL	%
1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	26.211	11.567	37.778	54.0
2. Explotación de minas y canteras	71	7	78	0.1
3. Industria manufacturera	1.516	743	2.259	3.2
4. Comercio al por mayor y menor	2.515	2.738	5.253	7.5
5. Transporte y almacenamiento	2.168	66	2.234	3.2
6. Actividades de alojamiento y servicio de comidas	230	601	831	1.2
7. Información y comunicación	151	172	323	0.5
8. Enseñanza	1.894	2.775	4.669	6.7
9. Arte, entretenimiento y recreación	94	52	146	0.2
10. Actividades de los hogares como empleadores	38	1.078	1.116	1.6
11. Actividades financieras y de seguros	166	167	333	0.5
12. Actividades inmobiliarias	2	-	2	0.0
13. Actividades profesionales, científicas y técnicas	329	188	517	0.7
14. Actividades de servicios administrativos y de apoyo	239	102	341	0.5
15. Administración pública y defensa	2.296	1.148	3.444	4.09

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010.

Elaboración: GADPB, Dirección de Planificación.

La población bolivarense ve al sector agroindustrial como una de las grandes oportunidades para el crecimiento económico de la provincia; sin embargo, faltan estrategias y políticas adecuadas que vayan de la mano con el empuje decidido y coordinado, por parte de las autoridades e instituciones que tienen la competencia de impulsar el desarrollo social y económico de la Provincia.

La venta y comercialización de la producción agropecuaria en Bolívar se caracterizan por la intermediación, ya que se estima que el 85% del comercio se realiza a través de intermediarios y que únicamente el 15% llega directamente del productor al consumidor final, siendo las funciones de acopio y transporte las que dejan mejores márgenes de utilidad, razón por la que los márgenes de utilidad para el/la agricultor/a y/o ganadero/a no llegan más allá del 30% del valor que paga por el producto el consumidor final. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia Bolívar (GADPBolívar, 2012).

Por otro lado, se estima que la producción interna generada en Bolívar tiene como destino el consumo interno en un 40%, mientras que el 60% se destina a otros mercados fuera de la provincia, siendo sus destinos principales los mercados de Guayas, Pichincha, Tungurahua,

Chimborazo, Los Ríos y Azuay. Ahora bien, se trata, en su mayor parte, de materia prima sin mayor valor agregado, dado que es muy poco lo que se procesa en la provincia.

La principal razón de ello es que la mayor parte de la producción agropecuaria se comercializa de manera individual, quedando los/as productores/as desorganizados/as en manos de intermediarios y transportistas que pagan por los productos los precios que quieren. No existen controles, ni hay precios mínimos de compra fijados desde instancias del Estado.

Claro que hay honrosas excepciones, pues también existen grupos de productores/as que se asocian con la finalidad de comercializar sus productos directamente en el mercado; algunos incluso han conformado pequeñas y micro-empresas rurales asociativas para acopiar mayores volúmenes y darle al producto un valor agregado a través de procesos de transformación y procesamiento. Buen ejemplo de ello son las numerosas queseras comunitarias que existen repartidas por casi todo el territorio de la provincia y algunos centros de acopio, entre otras iniciativas; aunque no puede decirse que todas funcionen de manera adecuada, sino que, más bien, muchas de las experiencias, que iniciaron con grandes expectativas, terminaron reduciéndose e incluso fracasando y las inversiones quedaron como “grandes elefantes blancos” testigos mudos de la ineficacia y falta de planificación estratégica. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia Bolívar (GADPBolívar, 2012).

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Estudio de Factibilidad

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales”. (Carrión, 2010)

La evaluación de proyectos de inversión constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia, ya que mediante este proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica. El análisis de proyecto es un método para presentar el mejor uso de los recursos escasos de la sociedad.

Las tres etapas que se deben considerar al evaluar un proyecto de inversión son: etapa de preinversión, etapa de maduración y etapa de funcionamiento. El análisis de factibilidad es parte de la etapa de preinversión dentro de la evaluación de proyectos de inversión. Los estudios de preinversión constituyen otra parte importante dentro del proceso inversionista.

2.2.1.1 Etapas del estudio de factibilidad

Un proyecto de inversión como es un conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo una inversión, la cual se realiza con un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, ambientales y económicos. El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos: (Carrión, 2010)

1. Estudio de factibilidad de mercado
2. Estudio de factibilidad técnica
3. Estudio de factibilidad medio ambiental.
4. Estudio de factibilidad económica-financiera

2.2.1.1.1 Estudio de Mercado

Es el estudio de mercado el encargado de decidir a priori la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos- financieros.

“El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios”. (Cohen, 2011).

Los Objetivos específicos son:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios. (Cohen, 2011)

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

2.2.1.1.2 Estudio de 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, especificándose lo siguiente:

Organización empresarial

- Localización y descripción
- Sistemas de información
- Marco legal
- Conclusiones

2.2.1.1.3 Estudio de factibilidad medio ambiental.

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos

dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos. (Carrión, 2010)

Los impactos ambientales provocados por el desarrollo de proyectos, por lo general, pueden ser positivos y negativos. La magnitud de estos impactos depende de su participación en el Valor Presente Neto y el efecto de este sobre la tasa interna de retorno del proyecto básico. Toda esta problemática, ha llevado a gobiernos y agencias internacionales a disponer en los estudios de viabilidad de los nuevos proyectos de inversión de estudios de valoración económica ambiental para analizar los impactos que las actividades económicas generan sobre la base de recursos naturales y ambientales de los países.

2.2.1.1.4 Estudio de factibilidad económico financiero.

La evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean. (Carrión, 2010)

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene.

El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyecto. El beneficio constituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos. (Carrión, 2010)

2.2.1 ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

2.2.1 La Asociatividad.

“La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (López, 2003).

A medio plazo, el éxito de cualquier grupo asociativo es lograr que los/as socios/as cumplan voluntariamente con sus compromisos. Si perciben beneficios e incentivos en el corto plazo, los miembros mantendrán su fidelización y cumplirán con los compromisos asumidos. Una buena muestra de ello se da cuando el/la socio/a entrega periódicamente su producción al grupo y no a intermediarios. Algunos beneficios que pueden derivarse de la asociatividad son:

- Mayor poder de negociación.
- Posibilidad de generar valor agregado.
- Acceso a economías de escala y mercados formales.
- Reducción de costes a través de gestiones unificadas.
- Apalancamiento de inversión y acceso a financiación.
- Acceso a Servicios de Desarrollo Empresarial.
- Creación de capital social y de desarrollo de capacidades.
- Incidencia política y acceso a programas de apoyo al sector rural.

2.2.1.1 Tipos de grupos asociativos

Grupos de colaboración o grupos de interés económico.

Se caracterizan por ser un conjunto de personas que se agrupan para realizar actividades conjuntas puntuales, sin llegar a ser organizaciones formales. Estos grupos de interés se unen para beneficiarse de algunas ventajas, como el acceso a economías de escala y a mejores condiciones de producción, pero sin existir un compromiso formal o legal. (CODESPA, 2012).

Asociaciones.

Este modelo es similar a un grupo de colaboración sólo que, en este caso, adopta una figura formal y legal de asociación, en la que sus miembros se unen de forma organizada para ofrecer un producto o servicio a una región o comunidad específica.

Empresas Asociativas Rurales y Cooperativas.

En el ámbito productivo y rural, las empresas asociativas son organizaciones constituidas formalmente para llevar a cabo diferentes actividades agropecuarias, agroindustriales, artesanales, y/o de transformación. Una Empresa Asociativa Rural brinda servicios a sus miembros, por lo que la satisfacción de éstos es un factor fundamental para mantener su compromiso y sostenibilidad. Los servicios que brinda a sus miembros deben responder a las necesidades, adaptarse a los recursos de éstos y aportarles una mayor eficacia y eficiencia.

2.2.2 ¿Qué es una Empresa Asociativa Rural?

Es una asociación legalmente constituida, conformada mayoritariamente por pequeños productores rurales, que ha conseguido resultados económicos favorables, con una estructura de gestión profesional. Una Empresa Asociativa Rural exitosa combina. (RURALTER, 2005).

Resultados favorables para sus asociados, tanto en lo relacionado con los ingresos (precios de sus productos, incremento de las producciones individuales, etc.), como a través de los servicios brindados a sus miembros y a sus unidades productivas.

Sustentabilidad de la empresa, en términos de haber logrado cierto grado de independencia o autonomía, en los siguientes aspectos: financiero, de gestión y dirección de la empresa, solidez organizativa, capacidad de resolución de crisis y conflictos, sustentabilidad ambiental.

2.2.3 Marco legal para las MIPYMES en el Ecuador.

En el Ecuador, las Microempresas Rurales Asociativas se encuentran reguladas por leyes y normativas que parten de la necesidad y obligación que tienen de adaptarse a los cambios que exige un mercado altamente competitivo, en: adecuación e implementación de sistemas de control de calidad y BPM's, registros sanitarios, permisos de funcionamiento, categorización y clasificación de las iniciativas de acuerdo al sector al que pertenecen, etc., con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población, garantizando el consumo de productos de calidad, y el cambio de la matriz productiva, pasando de ser proveedores de materia prima y a exportadores de productos de valor agregado.

2.2.3.1 Cambio de la Matriz Productiva

EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (2013-2017).

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva. (Políticas y Lineamientos Estratégicos)

10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.

a. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

c. Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.

10.5. Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYMES– en la estructura productiva.

a. Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

b. Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

10.6. Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva.

a. Profundizar la sustitución selectiva de importaciones, en función de las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven mercados locales y aseguren una escala mínima de producción para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias conexas y la generación de industrias básicas.

c. Incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios, con la incorporación de nuevos actores, especialmente de las MIPYMES y de la EPS. Según el Plan Nacional de Buen Vivir 2013-2017 (SENPLADES, 2013).

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

La SEPS es la entidad técnica encargada de la supervisión y control de las organizaciones de la economía popular y solidaria, con personalidad jurídica de derecho público y autonomía administrativa y financiera, que busca el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento del sector económico popular y solidario.

Las atribuciones que la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario le otorga a la SEPS, respecto de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y del Sistema Financiero Popular y Solidario (SFPS), son: Según el Plan Nacional de Buen Vivir 2013-2017 (SENPLADES, 2013)

- Ejercer el control de sus actividades económicas.
- Velar por su estabilidad, solidez y correcto funcionamiento.
- Otorgar personalidad jurídica a estas organizaciones.
- Fijar tarifarios de servicios.
- Autorizar las actividades financieras que dichas organizaciones desarrollen.
- Levantar estadísticas.
- Imponer sanciones y expedir normas de carácter general.

2.3 IDEA A DEFENDER

- El estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Cacao Fino y de Aroma dinamiza económica y socialmente a las familias de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Estudio de Factibilidad

2.4.2 Variable Dependiente

Dinamización Económica y Social

2.5 Operacionalización de Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADOR	ITEMS PARA EL INDICADOR	INSTRUMENTOS
<p>Estudio de Factibilidad</p>	<p>El estudio de factibilidad permite analizar si una empresa, proyecto o negocio va a obtener éxito en el futuro de tal manera que tomando en cuenta variables como mercado, localización, producto, medios legales, financieros, permitirán el normal desarrollo de una nueva iniciativa tomando en cuenta la conservación del recurso natural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio • Empresa • Conservación • Recurso Natural 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Hectáreas de Cacao por Socio. • Producción Local • Variedad de Cacao. • Tiempo de Cosecha • Lugar de Preferencia de venta. • Localización • Marco Legal 	<p>Observación, Entrevista, Talleres Participativos</p>

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	INDICADOR	ITEMS PARA EL INDICADOR	INSTRUMENTOS
Dinamización Económica y Social	La dinamización económica y social es un mecanismo de cooperación entre diferentes personas que forman empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común .	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación • Mecanismo • Esfuerzo Conjunto • Objetivo Común 	<ul style="list-style-type: none"> • La comercialización asociatividad • Cuanto se acopia mensual. • Incidencia Política • Proyecciones de Cosechas. • Fijación de Precio. • Beneficios Extras. 	Encuesta

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es aplicada porque es necesario implementar el estudio de factibilidad, donde se obtendrán datos que ayudan a la ejecución de actividades y búsqueda de financiamiento, para su desarrollo.

- Posterior al estudio de factibilidad se realiza el análisis respectivo donde se enfoca el desarrollo socio económico del cantón Echeandía.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Descriptiva.

La investigación es descriptiva ya que al analizar y describir las variables de estudio de la problemática presentada, ayudaría a presentar una propuesta de solución integral.

- La investigación será descriptiva la cual consiste en llegar a conocer los grupos homogéneos del cantón Echeandía y demás actividades asociativas que existen, y así identificar las relaciones que existen entre dos o más variables teniendo como resultado datos confiables y completos.

3.2.2 Bibliográfica

Porque en base a la recopilación bibliográfica de libros, textos, artículos, páginas web, entre otros; se logró sustentar científicamente la relación causa efecto entre las variables de estudio, así como el proceso de desarrollo de la propuesta.

3.2.3 De campo

- Porque a más de la información recabada bibliográficamente fue necesario extraer datos directamente de los involucrados en la problemática.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

- En este caso como la población es manejable se trabajara con todo el universo como muestra que corresponde a los 200 agricultores que son socios miembros de la organización de segundo grado que es la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 MÉTODOS

3.4.1.1 Método Inductivo

Permite analizar la problemática real de los acontecimientos de una forma particular para posteriormente llegar a lo general, analizando los recursos necesarios para la creación de un centro de acopio que se detallará en la propuesta.

3.4.1.2 Método Deductivo

Es necesario estudiar el problema planteado partiendo desde su globalidad, para luego estudiar cada una de sus partes o variables de estudio.

3.4.1.3 Método Descriptivo

El mismo que fue utilizado en la descripción de variables, además fue de mucha utilidad en el análisis de datos recolectados.

3.4.1.4 Método Bibliográfico

Ayudó en la búsqueda en fuentes bibliográficas para sustentar científicamente el trabajo investigativo.

3.4.2 Técnica e Instrumentos

3.4.2.1 Observación

Este método permitirá conseguir datos relativos a los posibles demandantes del cantón Echeandía, además facilitará la obtención de información referente a los procesos internos de la empresa. Las visitas realizadas a negocios similares proporcionarán elementos de juicio para la toma efectiva de decisiones relativas a la propuesta.

3.4.2.2 Talleres participativos

Un diagnóstico participativo forma parte de un proceso más amplio que es, ante todo, una acción política; es decir, producir determinados efectos en determinadas direcciones, en este caso concreto, de promoción de la igualdad.

3.4.2.1 Encuesta

La técnica utilizada es la encuesta estructurada, conducida y controlada, a través de un cuestionario aplicado a los agricultores socios de la UNORCIE. La información adquirida valdrá para verificar la hipótesis planteada.

3.4.2.2 Procesamiento de datos.

El procesamiento de datos se lo realizó mediante la tabulación estadística que basada en las frecuencias obtenidas de la aplicación de técnicas e instrumentos, se estableció porcentajes de cada categoría, para posteriormente desarrollar un gráfico estadístico que permitió apreciar de manera más sencilla los datos recolectados, para lo cual fue necesario hacer uso de la hoja electrónica de cálculo en Excel, finalmente se realizó una interpretación cualitativa de los mismos, orientando hacia la comprobación de la hipótesis, y determinando conclusiones y posibles recomendaciones para resolver los problemas que se encuentran.

3.5 RESULTADOS

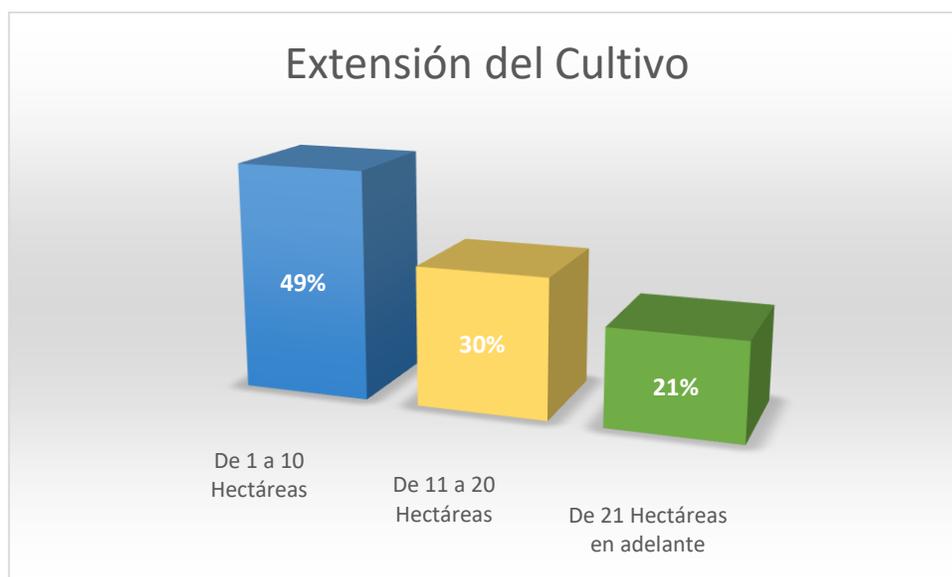
1.- ¿Indique usted el nivel de extensión de cultivo que posee?

Cuadro N° 02 Extensión del Cultivo		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 10 Hectáreas	98	49%
De 11 a 20 Hectáreas	60	30%
De 21 Hectáreas en adelante	42	21%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 03 Extensión del Cultivo



FUENTE. Cuadro N° 02.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados se tuvo lo siguiente: el 49% de los socios poseen de 1 a 10 hectáreas, el 30% poseen de 11 a 20 hectáreas y el 21% dicen poseer de 21 hectáreas en adelante de cultivo de cacao.

Análisis.- La gran mayoría de los socios de la UNORCIE poseen una extensión en promedio de 1 a 10 hectáreas las cuales permitirán generar una proyección de cosecha y de acopio.

2.- ¿En qué sector se encuentra ubicadas sus plantaciones?

Cuadro N° 03 Comunidades Cacaoteras		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Monterrey	42	21%
San Eduardo	29	15%
San Francisco	25	13%
La Leonera	35	18%
Barraganete	25	13%
Oronguillo	23	12%
Guamagyacu	21	11%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 04 Comunidades Cacaoteras



FUENTE. Cuadro N° 03.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados podemos apreciar que pertenecen a comunidades cacaoteras teniendo en cuenta que el mayor número de socios se encuentra en Monterrey con un 21% seguido por La Leonera con 18%.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE se encuentran en las comunidades de Monterrey y La Leonera los cuales son las más cercanas y que sus suelos son muy productivos a diferencia de las demás comunidades que se encuentran distantes.

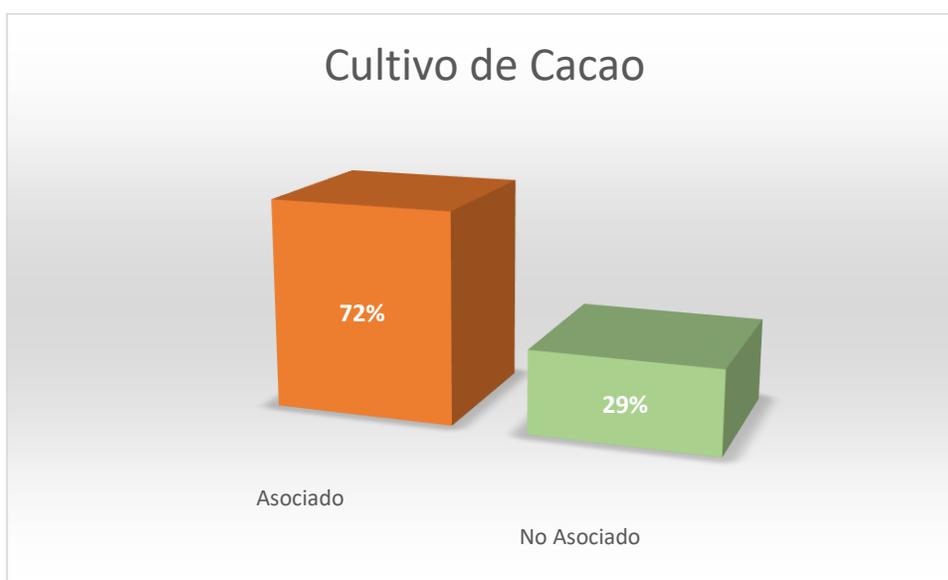
3.- ¿Tipo de Cultivo?

Cuadro N° 04 Cultivo de Cacao		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asociado	143	72%
No Asociado	57	29%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 05 Tipo de Cultivo de Cacao



FUENTE. Cuadro N° 04

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados se tiene lo siguiente: todos los productores socios que representan el 72% tienen sus cultivos de manera asociativa; es decir, tienen cultivos de ciclo corto y largo permitiéndoles mantener una buena económica.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE poseen sus cultivos asociados es decir que cuenta con cultivos de ciclo corto como: naranja, guineo, café, yuca gracias al clima subtropical del sector, permitiendo mantener sus ingresos cuando no es temporada de cosecha de cacao.

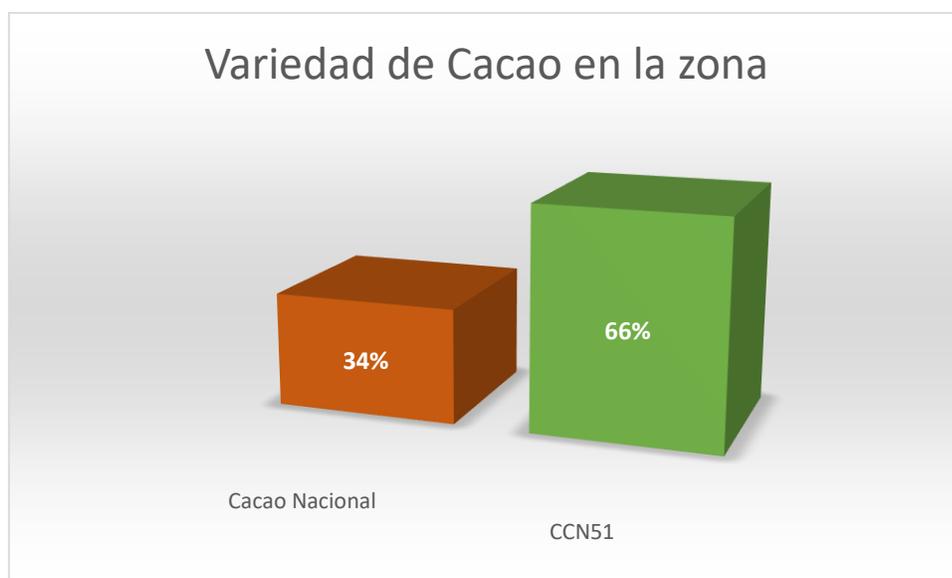
4.- ¿Qué tipo de cacao usted produce?

Cuadro N° 05 Tipo de Cacao		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cacao Nacional	68	34%
CCN51	132	66%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 06 Variedad de Cacao



FUENTE. Cuadro N° 05.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman tener una buena producción de cacao CCN51 llegando hacer 66% mientras que el 34% mencionan tener cacao Nacional, de tal manera que los socios productores poseen el producto de demanda nacional.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE poseen la variedad de cacao CCN51 gracias a su rendimiento y pronto periodo de cosecha dentro de sus parcelas permite tener mayores volúmenes de venta y aumentar sus ingresos.

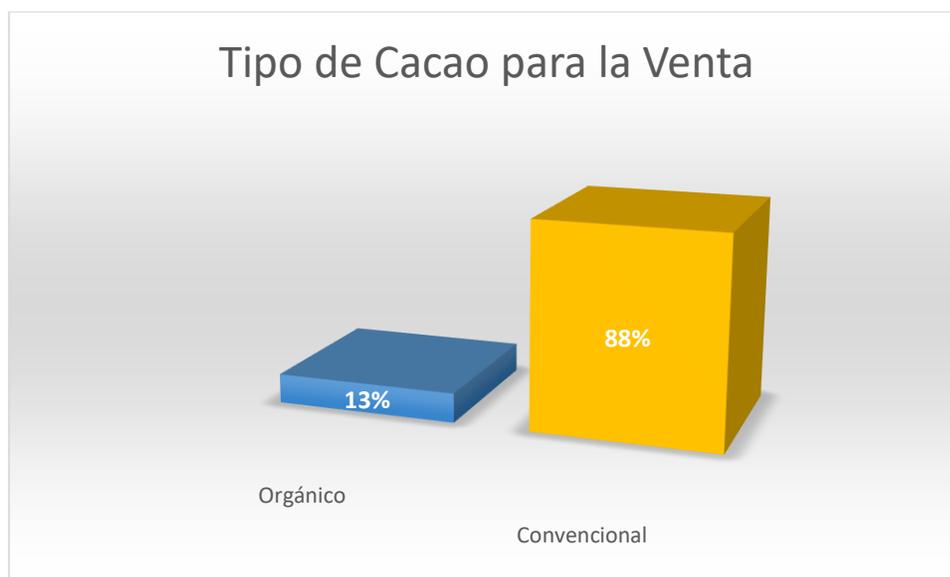
5.- ¿Qué tipo de cacao vende?

Cuadro N° 06 Tipo de Cacao de Venta		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Orgánico	25	13%
Convencional	175	88%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 07 Tipo de Cacao para la Venta



FUENTE. Cuadro N° 06.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados el 88% venden de manera convencional del Cacao y el 13% lo cultiva y lo vende de manera orgánica cubriendo la demanda de un nicho de mercado.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE no cuenta con el suficiente recurso para obtener una certificación orgánica por lo que vende su producto de manera convencional soñando en un futuro brindarles el valor agregado para obtener un mejor precio.

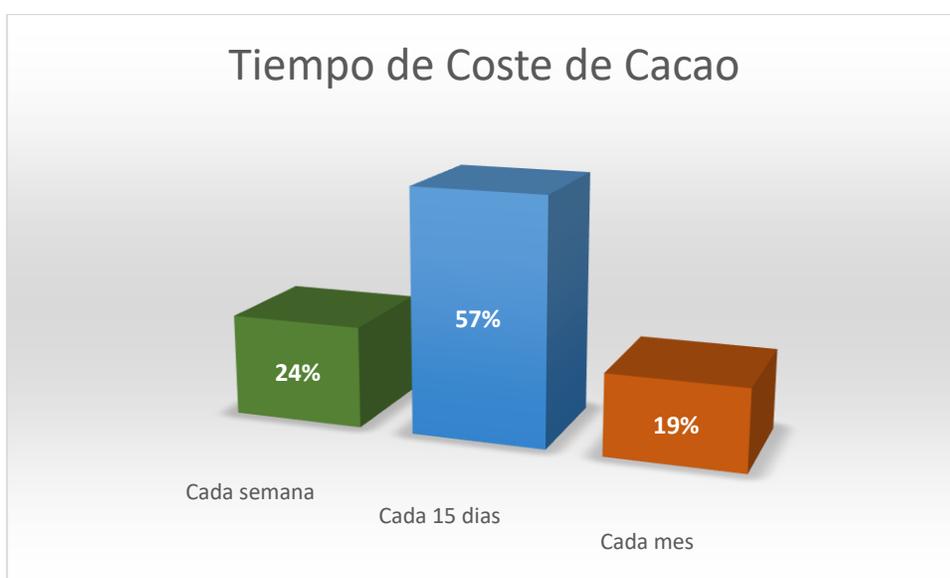
6.- ¿Cada cuánto tiempo corta usted su cacao?

Cuadro N° 07 Tiempo de Corte de Cacao		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada semana	50	24%
Cada 15 días	120	57%
Cada mes	40	19%
TOTAL	210	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 08 Tiempo de Corte de Cacao



FUENTE. Cuadro N° 07.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 57% cosechan su cacao cada 15 días de acuerdo al número de hectáreas que poseen, seguido de un 24% que cosechan semanalmente y un 19% lo realiza mensualmente.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE trabajan durante todo el mes y los mejores momentos para la comercialización es al inicio, intermedio y final de mes puesto que su cultura se encuentra marcada de esa manera.

7.- ¿Dónde vende su cacao?

Cuadro N° 07 Lugar de Preferencia de Venta		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Exportadora Agrosven	75	38%
Comercial Escudero	40	20%
Comercial Cabrera	50	25%
Comercial Cisneros	35	18%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 09 Lugar de preferencia para la Venta de Cacao



FUENTE. Cuadro N° 07.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman vender su producción de cacao en un 38% a la Exportadora Agrosven, el 25% al Comercial Cabrera, el 20% al Comercial Escudero y el 18% al Comercial Cisneros.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE durante todo el tiempo ha comercializado a la Exportadora AGROSVEN siendo abusados en peso y precio; que se encuentra ubicada en la Provincia de Los Ríos, dinamizando la economía del cantón Ventanas.

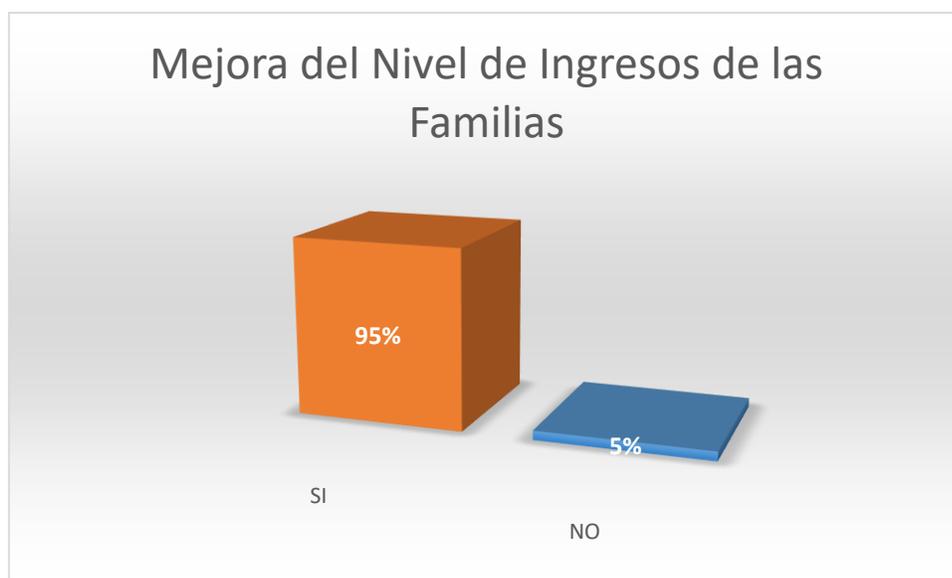
8.- ¿Cree usted que al existir un centro de acopio de cacao comunitario se eliminaría los intermediarios y mejoraría los ingresos de las familias cacaoteras del cantón Echeandía?

Cuadro N° 08 Mejora del nivel de ingresos de las Familias		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	190	95%
NO	10	5%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 10 Mejora del nivel de ingresos de las familias cacaoteras



FUENTE. Cuadro N° 08.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 95% que mejorarán el nivel de ingresos de las familias cacaoteras y un 5% que no mejorarán.

Análisis.- La gran mayoría de los socios cacaoteros de la UNORCIE venden su producción a intermediarios dentro y fuera del cantón Echeandía lo que significa que el circulante se va a otras economías y los ingresos familiares son bajos, tomando en cuenta que al existir un centro de acopio mejoraría los ingresos de los cacaoteros.

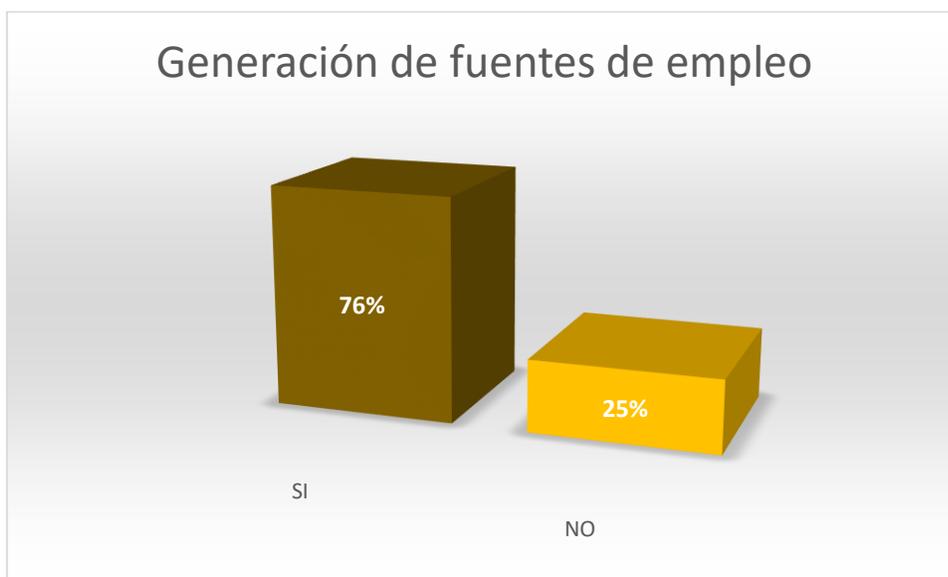
9.- ¿La creación de un centro de acopio de cacao generaría fuentes de empleo a los habitantes de Echeandía?

Cuadro N° 09 Generación de fuentes de empleo		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	151	76%
NO	49	25%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 11 Generación de fuentes de empleo



FUENTE. Cuadro N° 09.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 76% que se generarían fuentes de empleo mientras que el 25% lo niegan.

Análisis.- La existencia de un Centro de Acopio genera fuentes de trabajo para todas las áreas sean profesionales y no profesionales como son: estibadores, contador, administrador, transportistas, entre otros más, que se vinculan dentro de una razón social.

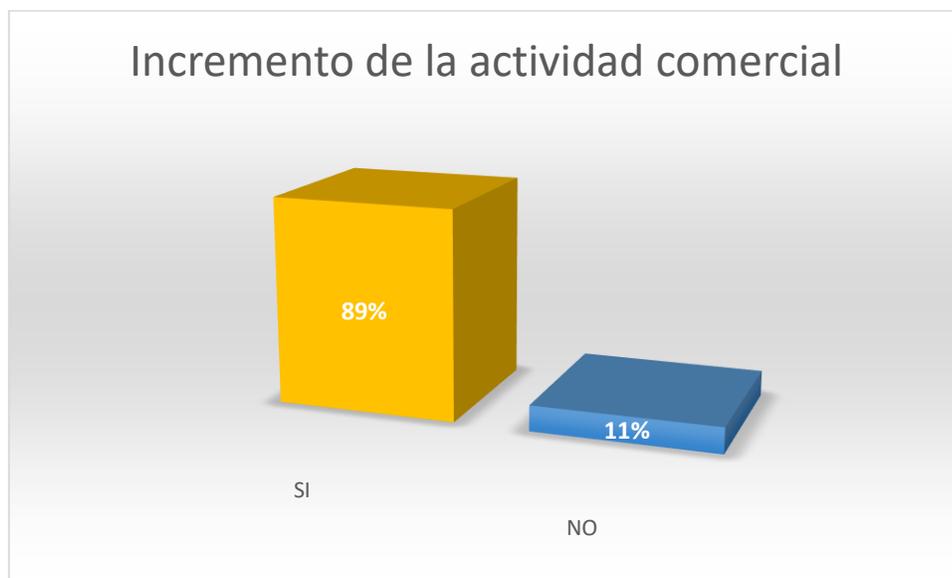
10.- ¿Cree usted que con un centro de acopio incrementaría la actividad comercial (restaurants, librerías, farmacias, etc.) del cantón?

Cuadro N° 10 Incremento de la actividad comercial		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	178	89%
NO	22	11%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 12 Incremento de la actividad comercial



FUENTE. Cuadro N° 10.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 89% que se incrementaría la actividad comercial en el cantón y el 11% lo niegan.

Análisis.- La actividad comercial del cantón Echeandía mejoraría de manera notoria puesto que los socios y no socios cacaoteros del sector podrán vender su cacao, permitiendo de esta manera que los negocios brinden sus bondades para el consumidor exigente que no saldrá de su jurisdicción.

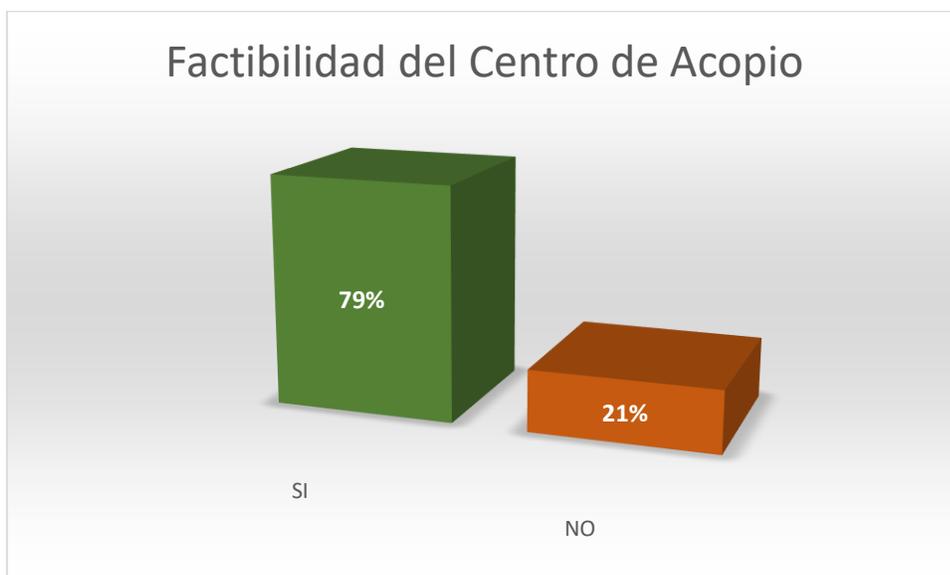
11.- ¿Estaría dispuesto a vender en un Centro de Acopio de Cacao comunitario propiedad de la UNORCIE a precio y peso justo?

Cuadro N° 11 Factibilidad del Centro de Acopio		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	158	79%
NO	42	21%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 13 Factibilidad del Centro de Acopio



FUENTE. Cuadro N° 11.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 79% que la mejor solución para acabar con los intermediarios es construir un Centro de Acopio de Cacao y el 21% mencionan que no sería factible.

Análisis.- La organización de segundo grado como es la UNORCIE tiene buena acogida en el cantón, por su ardua experiencia dentro del desarrollo de proyectos comunitario, es así que el crear un Centro de Acopio permite la vinculación con la sociedad y un desarrollo socioeconómico.

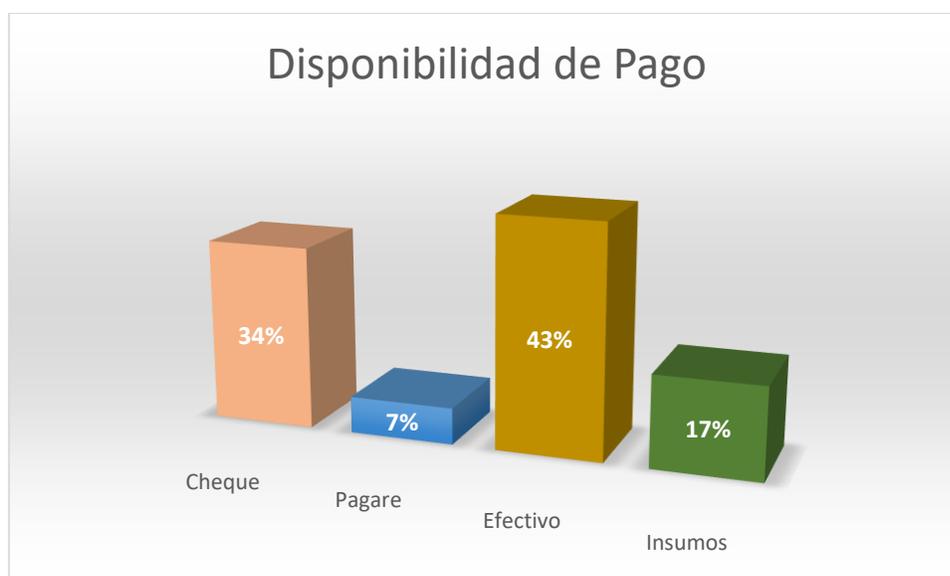
12.- ¿Cómo está dispuesto a recibir el pago del cacao?

Cuadro N° 12 Disponibilidad de recibir el Pago		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cheque	100	34%
Pagare	20	7%
Efectivo	126	43%
Insumos	50	17%
TOTAL	296	100%

FUENTE. Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 14 Disponibilidad para recibir el Pago por Cacao



FUENTE. Cuadro N° 12.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 43% que necesitan que por la venta de su cacao se en efectivo por otro lado el 34% desean que el pago se lo realice mediante cheque por causas de seguridad en la zona.

Análisis.- Si bien es cierto la gran mayoría de productores del país al momento de la venta de sus productos prefieren dinero en efectivo, pero en este caso la diversificación de pagos permite tener una estrategia empresarial para la UNORCIE.

13.- ¿Estaría dispuesto a participar en reuniones para organizarse por comunidad para facilitar el acopio de cacao?

Cuadro N° 13 Participación en reuniones		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	172	86%
NO	28	14%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 15 Disponibilidad para Organizarse



FUENTE. Cuadro N° 13.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 86% que si es de propiedad de la organización a la cual integran participarían en todas las reuniones posibles para mantener la comercialización de cacao.

Análisis.- La mayoría de los socios quienes conforman la UNORCIE se sienten en la necesidad de asociarse para tener una comercialización atractiva a grandes exportadoras permitiendo un crecimiento económico y social.

14.- ¿Por qué razón vendería su producción a un centro de acopio comunitario y no a inventarios?

Cuadro N° 14 Razones de Venta		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio Justo	100	38%
Peso Justo	87	33%
Facilidad de Transporte	12	5%
Por pago inmediato	36	14%
Calificación Transparente	28	11%
TOTAL	263	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 16 Razones para la Venta del Producto en un Centro de Acopio



FUENTE. Cuadro N° 14.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman en un 38% y un 33% que la mejor alternativa para la venta del producto al Centro de Acopio es a Precio y peso justo, conjuntamente con una calificación honesta y sin perjudicar al productor.

Análisis.- La transparencia de actividades comerciales dentro de un centro de acopio permitirá la fidelizaciones de los proveedores de materia prima incrementando volúmenes de acopio.

15.- ¿Estaría dispuesto usted como productor a firmar un compromiso de venta con el centro de acopio manteniendo una negociación semanal?

Cuadro N° 15 Disponibilidad de Firma de Convenio		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	182	91%
NO	18	9%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Gráfico N° 17 Posibilidad de Convenios de Venta



FUENTE. Cuadro N° 15.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman que podrían tener un convenio de venta para fomentar la fidelización de sus socios para la comercialización de cacao en un 91% mientras que el 9% no estaría en la posibilidad.

Análisis.- El llevar un convenio de comercialización permite tener una proyección buena para el acopio, tomando en cuenta que es un producto de demanda nacional y que la gran mayoría de intermediarios subirán el precio para obtener el cacao.

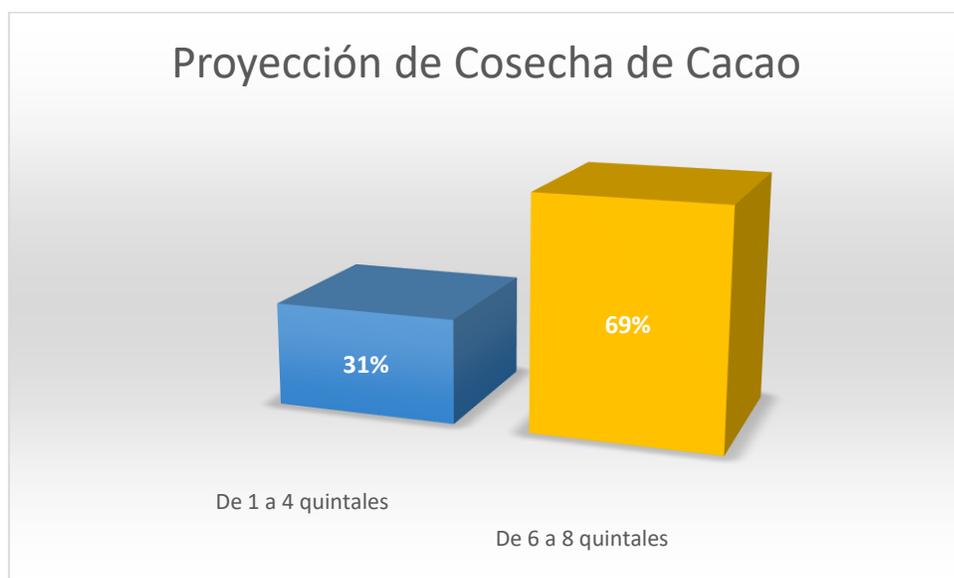
16.- ¿Indique usted el número de quintales que cosecha en una hectárea de cacao?

Cuadro N° 16 Proyección de Cosecha de Cacao		
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 4 quintales	62	31%
De 6 a 8 quintales	138	69%
TOTAL	200	100%

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Gráfico N° 18 Proyección de Compra de Cacao



FUENTE. Cuadro N° 16.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Interpretación.- De la mayoría de encuestados afirman que por cada hectárea del cultivo de cacao en un 69% se proyectan a tener de 6 a 8 quintales mientras que un 31% de 1 a 4 quintales permitiendo tener una buena proyección para el acopio.

Análisis.- Un buen volumen generado por los socios cacaoteros permitirá la estabilidad del centro de acopio dentro del mercado, permitiéndole nuevas expectativas de crecimiento y estrategias de comercialización a largo tiempo.

3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Las preguntas que ayudaron a la verificación de la idea a defender son: la pregunta 1, 2, 3, 5, 7, 9 y 10 las cuales arrojan los siguientes datos:

- De la mayoría de encuestados se tuvo lo siguiente: el 49% de los socios poseen de 1 a 10 hectáreas, el 30% poseen de 11 a 20 hectáreas y el 21% dicen poseer de 21 hectáreas en adelante de cultivo de cacao. De tal manera que las diferentes comunidades que existen en su alrededor son cacaoteras teniendo en cuenta que el mayor número de socios se encuentra en Monterrey con un 21% seguido por La Leonera con 18%.
- Los productores socios que representan el 72% tienen sus cultivos de manera asociativa; es decir, tienen cultivos de ciclo corto y largo permitiéndoles mantener una buena económica. Donde afirman tener una buena producción de cacao CCN51 llegando hacer el 66% mientras que el 34% mencionan tener cacao Nacional satisfaciendo la demanda del mercado.
- La cosecha del Cacao dentro de la zona se da cada 15 días de acuerdo al número de hectáreas que poseen, seguido de un 24% que cosechan semanalmente, permitiendo vender su producción de cacao en un 38% a la Exportadora Agrosven, el 25% al Comercial Cabrera, el 20% al Comercial Escudero y el 18% al Comercial Cisneros.
- De la mayoría de encuestados afirman que la mejor solución para acabar con los intermediarios es construir un Centro de Acopio de Cacao de propiedad de la UNORCIE, fomentando la comercialización asociativa dentro del Cantón Echeandía. Es así que los socios participarían en todas las reuniones posibles para mantener la comercialización de cacao como la mejor alternativa para la venta del producto a precio y peso justo, conjuntamente con una calificación honesta y sin perjudicar al productor. Obteniendo la fidelización de todos quienes conforman la organización dinamizando de tal manera económica y socialmente a todos los beneficiarios.
- La mejor manera para lograr un gran desarrollo empresarial es un convenio de venta para la comercialización de cacao en un trabajando organizado donde se proyectan a tener de 6 a 8 quintales por hectárea cultivada de cada uno de los socios.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO DE CACAO FINO DE AROMA DE LA UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDÍGENAS DE ECHEANDÍA (UNORCIE), PERIODO 2014”

4.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

- Realizar el estudio de mercado a fin de determinar la demanda potencial y real existente del cacao fino de aroma en sus variedades.
- Efectuar el estudio técnico e ingeniería del proyecto, para determinar la función óptima de utilización, producción y distribución de los recursos necesarios.
- Realizar un estudio medio ambiental que permitirá inserta la Economía Social y Solidaria.
- Evaluar la situación económica financiera para determinar la factibilidad que tendrá el Centro de Acopio de cacao fino de aroma de la UNORCIE.

4.3 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.3.1 Estudio de Factibilidad de Mercado

Ecuador, el primer productor mundial de cacao fino de aroma, utilizado en chocolatería fina, probablemente perderá alrededor de un 15% de la cosecha de cacao de este año después de que las lluvias golpearan los cultivos de la región costera en la nación Andina, manifestó la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. (ANECACAO, 2015).

Según ANECACAO, la proyección del año 2015 es de 230.000 toneladas métricas de cacao que contemplara una proyección de enero a diciembre, además es notoria la disminución de la cosecha a consecuencia de las lluvias; el sector agropecuario del país por una gran demanda del producto, tiene la necesidad de llenar el cupo, porque el cacao; ya sea por su inigualable olor y sabor, es indispensable como materia prima para varios productos transformados,

permitiendo desarrollar iniciativas como centros de acopio, puntos de compra para comercializar con las exportadoras de renombre en el país.

4.3.1.2 Demanda

La tendencia del crecimiento de la demanda de cacao a nivel internacional se puede considerar estable y no se perciben fuertes cambios en los próximos años. Sin embargo, cabe mencionar que la demanda tiende a enfocarse a productos diferenciados, con equidad en su forma de comerciarse y de mayor calidad. Específicamente se encuentran el cacao, donde se dé el comercio justo y el cacao producido en fincas de reconocidas por su calidad son los más demandados a nivel nacional.

4.3.1.2.1 Principales países importadores de cacao y elaborados

Estadísticas de exportación por; calidades de granos de cacao (según norma INEN 176), tipos de semielaborados de cacao, países y puertos de destino, exportadores ecuatorianos, importadores, acumulados anuales, toneladas métricas y USD FOB.

Cuadro N° 17 Países importadores de cacao y elaborados

PRINCIPALES PAISES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y ELABORADOS								
Miles USD FOB								
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA (2008 2012)	% Participación (2012)
ESTADOS UNIDOS	114,997	175,399	88,729	232,55	129,93	52,625	3.10%	26.16%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	48,140	68,153	92,832	67,402	47,867	20,321	-0.14%	9.64%
MALASIA	64	460	1,201	0	42,197	27,916	407.47%	8.50%
MEXICO	29,667	26,236	54,145	54,715	40,762	18,699	8.27%	8.21%
ALEMANIA	25,485	45,836	38,860	71,243	37,445	21,120	10.10%	7.54%
BRASIL	8,674	7,999	9,628	23,646	33,449	14,618	40.13%	6.74%
COLOMBIA	30,822	22,777	34,605	34,419	22,604	6,084	-7.46%	4.55%
CHINA	140	56	93	5,685	15,971	2,288	227.08%	3.22%
ESPANA	4,128	4,497	10,744	12,104	15,339	3,219	38.84%	3.09%
PERU	12,678	6,574	8,600	8,938	14,689	4,239	3.75%	2.96%
ARGENTINA	6,271	7,934	7,625	13,854	14,647	3,334	23.62%	2.95%
CHILE	6,797	8,371	14,435	17,605	13,937	4,704	19.66%	2.81%
JAPON	10,435	12,017	13,770	15,190	12,237	3,523	4.06%	2.46%
CANADA	1,330	928	229	248	9,397	7,605	63.05%	1.89%
ITALIA	13,532	12,910	13,059	10,695	9,352	5,270	-8.82%	1.88%
BELGICA	6,979	17,088	41,319	25,426	7,474	3,302	1.73%	1.50%
VENEZUELA	1,022	1,121	3,350	13,155	7,310	1,100	63.52%	1.47%
OTROS	26,373	21,439	31,622	25,831	22,013	10,732	-4.42%	4.43%
TOTAL	347,536	439,793	464,845	632,71	496,62	210,699	9.33%	100.00%

FUENTE. TRADEMAP, Centro de Comercio Internacional, 2013.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez

El mayor importador de cacao y sus elaborados es Estados Unidos ocupando el 26,16% de mercado a nivel nacional seguido por Holanda y Países Bajos con un 9,64%, es decir; la demanda de este producto es a nivel nacional por sus grandes propiedades y su sabor único permitiéndole ser un producto indispensable.

4.3.1.2.2 Proyecciones de demanda

El sector cacaotero ecuatoriano ha evolucionado en cadena de valor mejorando su estabilidad, por lo que alrededor del 3% de la cosecha mundial de Cacao se exporta esencialmente en forma de habas de cacao.

Adicionalmente, las diferencias de calidad final del Fino de Aroma y el CCN51 **NO** se ven reflejadas en precio al agricultor (se paga lo mismo por ambas variedades), por lo que aunque a corto plazo al agricultor le sea más rentable sustituir delicadas plantaciones de Fino de Aroma por CCN51.

4.3.1.3 Oferta actual.

La Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía cuentan con 200 socios agricultores que viven dentro del cantón y poseen el cultivo de cacao los mismos que arrojan los siguientes datos, según la encuesta aplicada a los mismos:

- El cacao es un producto importante dentro del agricultor socio de la UNORCIE permitiendo establecer dos cosechas en el mes.
- Los seis primeros meses son bajos donde el rendimiento es de un quintal por hectárea.
- El periodo de cosecha arranca desde el mes de Agosto a Diciembre de cada año, dentro del cantón Echeandía.

Cuadro N° 17 Oferta de cacao de los Socios de UNORCIE

Oferta de Cacao de los Socios de UNORCIE					
Quintales					
MESES/AÑO	1	2	3	4	5
Enero	200	210	231	266	319
Febrero	200	210	231	266	319
Marzo	200	210	231	266	319
Abril	200	210	231	266	319
Mayo	200	210	231	266	319
Junio	200	210	231	266	319
Julio	200	210	231	266	319
Agosto	890	935	1028	1182	1419
Septiembre	890	935	1028	1182	1419
Octubre	890	935	1028	1182	1419
Noviembre	890	935	1028	1182	1419
Diciembre	890	935	1028	1182	1419
TOTAL	5850	6143	6757	7770	9324

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

El volumen generado por los socios cacaoteros permitirá la estabilidad del centro de acopio dentro del mercado, permitiéndole nuevas expectativas de crecimiento y sostenibilidad, de esta manera se puede obtener un cupo en las exportadoras del país.

4.3.1.4 Producto

4.3.1.4.1 CACAO

USO: Alimenticio

Familia: Esterculiáceas.

Especie: Theobroma cacao L.

Origen: Trópicos húmedos de América, noroeste de América del Sur, zona amazónica.

Planta: Árbol de tamaño mediano (5-8 m) aunque puede alcanzar alturas de hasta 20 m cuando crece libremente bajo sombra intensa. Su corona es densa, redondeada y con un diámetro de 7 a 9 m. Tronco recto que se puede desarrollar en formas muy variadas, según las condiciones ambientales.



Sistema radicular: Raíz principal pivotante y tiene muchas secundarias, la mayoría de las cuales se encuentran en los primeros 30 cm de suelo.

Hojas: Simples, enteras y de color verde bastante variable (color café claro, morado o rojizo, verde pálido) y de pecíolo corto.

Flores: Son pequeñas y se producen, al igual que los frutos, en racimos pequeños sobre el tejido maduro mayor de un año del tronco y de las ramas, alrededor en los sitios donde antes hubo hojas. Las flores son pequeñas, se abren durante las tardes y pueden ser fecundadas durante todo el día siguiente.

Fruto: De tamaño, color y formas variables, pero generalmente tienen forma de baya, de 30 cm de largo y 10 cm de diámetro, siendo lisos o acostillados, de forma elíptica y de color rojo, amarillo, morado o café. La pared del fruto es gruesa, dura o suave y de consistencia como de cuero. Los frutos se dividen interiormente en cinco celdas. La pulpa es blanca, rosada o café, de sabor ácido a dulce y aromática. El contenido de semillas por baya es de 20 a 40 y son planas o redondeadas, de color blanco, café o morado, de sabor dulce o amargo.

4.3.1.5 Proveedores

La UNORCIE cuenta con 200 socios agricultores quienes se encuentran ubicados en las siguientes comunidades:

Cuadro N° 18 Socios Proveedores de la UNORCIE

COMUNIDADES Y PROVEEDORES DE LA UNORCIE			
COMUNIDADES	N° DE SOCIOS	PROYECCIÓN DE COSECHA (QUINTALES)	PERIODO DE COSECHA
Monterrey	42	5850	Agosto-Diciembre
San Eduardo	29		Agosto-Diciembre
San Francisco	25		Agosto-Diciembre
La Leonera	35		Agosto-Diciembre
Barraganete	25		Agosto-Diciembre
Oronguillo	23		Agosto-Diciembre
Guamagyacu	21		Agosto-Diciembre
TOTAL	200		Agosto-Diciembre

FUENTE. Investigación de Campo. 2014.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.1.6 Clientes

El perfil del cliente objetivo para cacao como materia prima son las industrias, transnacionales de exportación e incluso microempresas que se encuentran muy cerca del consumidor final, siendo estos agentes los que preparan un producto para consumo final. En este caso puede ser interesante combinar clientes cuyo nivel de consumo permita una venta directa con distribuidores que hagan la función de venta a pequeños puntos de utilización del producto aprovechando una estructura comercial y logística apoyada por otros productos consumidos en el mismo destino.

4.3.1.6.1 Exportadora MAQUITA AGRO CÍA. LTDA.

MCCH viene trabajando con pequeños productores de cacao por espacio de 20 años. Acopiamos la producción de cacao fino de aroma de 19 centros de acopio comunitario, distribuido en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Bolívar, Los Ríos, El Oro y Guayas. Exportamos directamente el producto buscando un mejor precio para las familias campesinas.

La solidaridad y el trabajo conjunto logran resultados dentro de la actividad cacaotera nacional. Así lo demuestra la organización MCCH, a través de su empresa social Makita Agro que, tras 20 años de comercialización comunitaria, ha logrado posicionarse en la producción artesanal de cacao fino de aroma. Su modelo alternativo inicia desde la asistencia técnica a las familias cacaoteras para lograr calidad y mejorar los volúmenes de producción. La comercialización incluye el acopio, tratamiento y transporte del cacao. Participan familias campesinas de seis provincias: Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, Guayas, El Oro y Bolívar, agrupadas en la Corporación de Productores y Productoras de Cacao del Ecuador, CORPROC, creada en el 2002.

Volumen y Precios

- No tenemos restricciones en cantidades de venta, Maquita Cushunchic maneja volúmenes de los pequeños productores de las zonas de Manabí, Los Ríos, Esmeraldas Guayas y El Oro.
- En el año 2009 se exportó 6018TM de Cacao.
- De nuestro volumen total de venta el 55% tiene como destino EEUU, el 37% Europa y el 8% América Latina
- El precio es pactado a niveles FOB, en ciertos casos específicos y de confianza entre clientes lo podemos hacer C&F, para lo cual normalmente trabajamos con un anticipo del 90% del valor de la negociación y la diferencia contra entrega de documentos en destino.

Parámetros de calidad

Cacao Arriba ASSS- Arriba Superior Summer Selecto: es una calidad de cacao, que se encuentra con pesos mínimos de sus almendras entre 125-130 gr. las 100 pepas, tiene un porcentaje de fermento (bueno y ligero), entre el 75-85%, las impurezas no deben pasar del 1,5% , el porcentaje de moho no excede del 1% y la humedad al 7% (cero relativo para cacao), como máximo, su precio varía de acuerdo a la bolsa de Nueva York y al momento se encuentra por los 150-200 sobre NYB

ASS- Arriba Superior Summer: es una calidad de cacao, que se encuentra con pesos mínimos de sus almendras entre 120-125 gr. las 100 pepas, tiene un porcentaje de fermento

(bueno y ligero), entre el 65-75%, las impurezas no deben pasar del 2,5% , el porcentaje de moho no excede del 2% y la humedad al 7% (cero relativo para cacao), como máximo, su precio varía de acuerdo a la bolsa de Nueva York y al momento se encuentra por los 100-150 sobre NYB

ASE- Arriba Superior Época: es una calidad de cacao, que se encuentra con pesos mínimos de sus almendras entre 105-110 gr. las 100 pepas, tiene un porcentaje de fermento (bueno y ligero), entre el 50-60%, las impurezas no deben pasar del 4,0% , el porcentaje de moho no excede del 3% y la humedad al 7% (cero relativo para cacao), como máximo, su precio varía de acuerdo a la bolsa de Nueva York y al momento se encuentra por los 50 sobre NYB

Variedad

El cacao Ecuatoriano, es Nacional Puro, en caso de existir mezclas con otra variedad CCN51 u otros trinitarios existentes, se lo vende por separado, MCCH trabaja desde las bases para que las organizaciones a las cuales asesoramos no mezclen el producto y nos vendan por separado, retribuyendo su esfuerzo con un mejor precio y capacitándolos en podas y manejos poscosecha así como manejo de recursos agroambientales y forestales.

Política de Trabajo

- Ingreso del socio proveedor a la Exportadora.
- Presentación de los documentos legales del nuevo centro de acopio de cacao.
- Firma de un convenio y póliza de garantía.
- Entrega de la proyección de venta anual de cacao.
- Solicitud del 50% del anticipo previo a la venta.
- Cumplir con los estándares de calidad y entregar el cacao al 0% de humedad.
- Incrementar los volúmenes de venta anualmente, para mantener el cupo en la exportadora.

Contacto

GUAYAQUIL (Agroexportadora)- Parque Industrial INMACONSA

Av. Honorato Vásquez # 141 y Km. 26 vía Perimetral Teléfonos: (+593 4) 383-0323

4.3.1.7 Estrategia de Comercialización

- La mayor parte de productores de las comunidades productoras de cacao se encuentran asociados a las organizaciones jurídicas de la comunidad o de las comunidades aledañas.
- La producción en la zona de cacao es permanente, aunque tiene mayor producción en épocas de entradas de invierno, a partir de los meses de junio a noviembre que se consideran los meses más productivos, el resto de meses baja la producción pero está presente en todas las zonas.
- La mayor parte de la producción de las fincas se vende en baba a los intermediarios en las fincas o en los puntos de compra en el centro poblado del cantón Echeandía, venta a la cual se aplica un factor de 1,3 como penalización al precio de recepción.
- El cacao semi seco que es entregado por los productores/as se lleva a la ciudad de Ventanas en un 50%, mientras que el 50% restante se entrega a los intermediarios de Echeandía, el precio del producto depende del grado de fermentación y de calidad del grano.
- La producción de cacao en la zona, corresponde a las variedades de cacao Nacional o Criollo y CCN51, que es que tiene mayor aceptación por parte de los productores por su alto rendimiento.
- La venta de las dos variedades de cacao que se produce en el cantón no tiene diferenciación de precios, ni tampoco se trabaja con la separación del producto por parte de los intermediarios.
- Actualmente se ha iniciado el proceso de compra en el centro de Acopio de la UNORCIE, aunque aún no se encuentra culminada la construcción del mismo, su funcionamiento no es permanente, pues se compra solo algunos días, por lo que el volumen de compra no es el adecuado que le permita sostenerse y alcanzar utilidad.
- En lo que se refiere al nexo comercial que mantiene la UNORCIE con MCCH, está dado en todos los eslabones de la cadena del cacao, por el apoyo que a través del programa Alianzas para el Desarrollo de Bolívar han hecho y están haciendo en la zona de Echeandía.

- Como una iniciativa impulsada desde MCCH para apoyar al Centro de Acopio y sus proveedores está la facilitación del capital de trabajo para la compra del cacao, apoyo técnico en la parte de producción, comercialización y un convenio de compra del producto.

4.3.1.8 La competencia

Durante los últimos años la población del cantón Echeandía y los sectores aledaños productores de cacao han comercializado su cacao a intermediarios y exportadoras que se encuentra en el sector, como:

- **Exportadora Agrosven.-** Ocupando el 38% del mercado.
- **Comercial Escudero.-** Ocupando el 20% del mercado.
- **Comercial Cabrera.-** Ocupando el 25% del mercado.
- **Comercial Cisneros.-** Ocupando el 18% del mercado.

Gráfico N° 09 Lugar de preferencia para la Venta de Cacao



FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

De tal manera se pretende ocupar una cuota en el mercado con la Creación del Centro de Acopio de la UNORCIE, incrementando una nueva alternativa para la compra venta del cacao a socios y la comunidad entera del cantón.

4.3.1.9 Precio

Los precios del cacao responden a factores de oferta y de demanda, definidos en los dos principales mercados para el cacao que se encuentran localizados en Londres y en Nueva York. En el Ecuador y en la mayoría de países productores no existe una intervención del Estado en la definición de precios.

Cuadro N° 19 Precio del Cacao según ANECACAO

PRECIO PROMEDIO MENSUAL DE CACAO ENGRANO	
AÑO 2014/POR TONELADA	
ENERO-FEBRERO	\$ 2,275.44
MARZO-ABRIL	\$ 2,197.70
MAYO-JUNIO	\$ 2,153.36
JULIO-AGOSTO	\$ 2,294.49
SEPTIEMBRE-OCTUBRE	\$ 2,345.73
NOVIEMBRE-DICIEMBRE	\$ 2,283.58

FUENTE. : Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR, 2014.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

Los precios internacionales tienden a seguir la siguiente lógica. Durante los periodos de expansión de la producción, existe un excedente de producción que genera primero una caída y más tarde un estancamiento de los precios. En consecuencia, los precios bajos fruto del exceso de producción generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas, puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. El ciclo del cacao se caracteriza de esta manera por efectos de expansión y recesión.

4.3.2 Estudio de Factibilidad Técnica

4.3.2.1 Tamaño

El Centro de Acopio de Cacao de la UNORCIE será construido en un terreno de 5000m², su infraestructura está compuesta de: un galpón, un tendal, una secadora, un galpón de fermentadores y caseta de guardián con un área de construcción de aproximadamente 300 metros cuadrados.

Para determinar las condiciones técnicas del proyecto se han considerado factores importantes como la proyección de crecimiento del negocio y su horizonte temporal a fin de que en el desarrollo del negocio no se encuentren obstáculos que puede limitar el crecimiento de la misma.

4.3.2.2 Capacidad del proyecto

La capacidad instalada del Centro de Acopio de Cacao de la UNORCIE, según el cuadro N° 17 de la oferta del producto, tendrán una capacidad para almacenar en el periodo bajo de cosecha de 200 quintales de cacao al mes listo para la comercialización y en el periodo alto de cosecha a 890 quintales al mes; es decir que se puede procesar 5850 quintales al año. Queda como restricción la capacidad de procesamiento de 6000 anuales entre prestación de servicios y procesamiento y beneficio de cacao.

Cuadro N° 20 Capacidad del Centro de Acopio de la UNORCIE

CAPACIDAD DEL CENTRO DE ACOPIO DE LA UNORCIE	
EQUIPOS PARA EL SECADO	CANTIDAD
Secadora	1
Capacidad de la Secadora	25 Quintales
Tiempo de Horas de Secado	4 Horas
Rotación	3 Veces
Secado diario por la secadora	50 Quintales
Días de Trabajo	22 al Mes
Capacidad Mensual	1100 Quintales al Mes
Palas, Recolectores, Toro.	6
Tendales	2

FUENTE: Investigación de Campo.

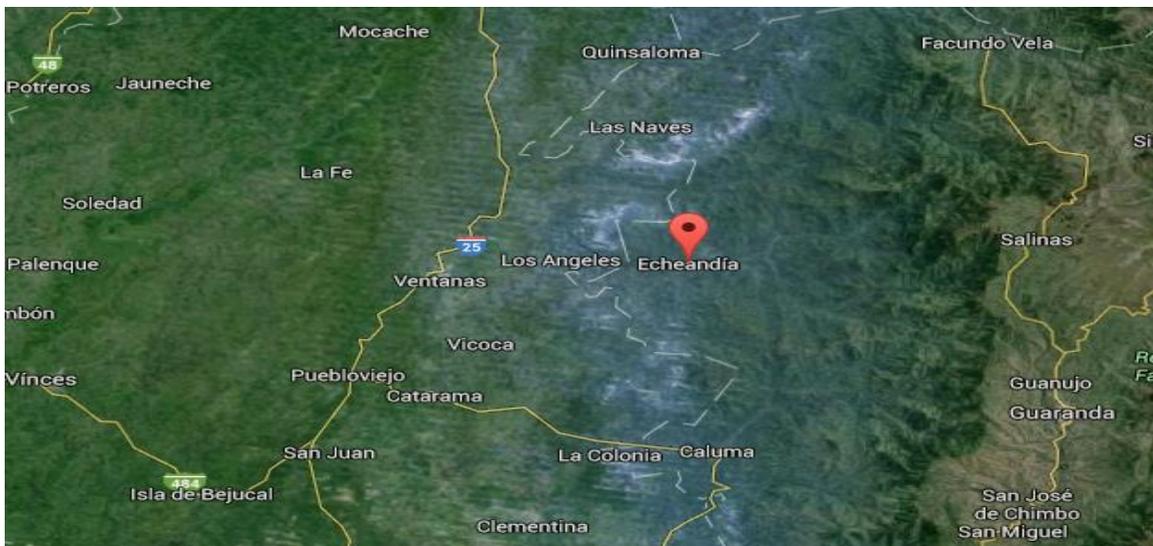
ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.2.3 Localización y descripción

El cantón de Echeandía, en la Provincia de Bolívar (Ecuador) fue creado el 5 de enero del año 1984. Abarca una superficie de 230,6 km². Está ubicado al occidente de la provincia, en las estribaciones de la cordillera. Climáticamente, pertenece a la zona subtropical, lo cual favorece su economía, ya que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura, con la producción de la zona: naranjas, café, cacao, caña de azúcar.

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país, Echeandía presenta una base piramidal ancha, a expensas de los grupos de edad comprendidos entre 0 a 19 años. Existe migración desde este cantón a diversos lugares de la provincia y el país. La tasa de crecimiento anual de la población de 1,0%. En el área rural del cantón se encuentra concentrada un 58% de la población de Echeandía. La población femenina alcanza el 49,4%, mientras que la masculina, el 50,6%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 13,4%, mientras que en varones: 9,5%. Un significativo porcentaje de la población carece de alcantarillado, apenas lo poseen el 0,34% de viviendas. Algún sistema de eliminación de excretas el 71,87%. Agua entubada dentro de la vivienda: 0,42%. Energía eléctrica 84,36% y servicio telefónico 9,64.

Imagen N° 01 Localización del Proyecto.



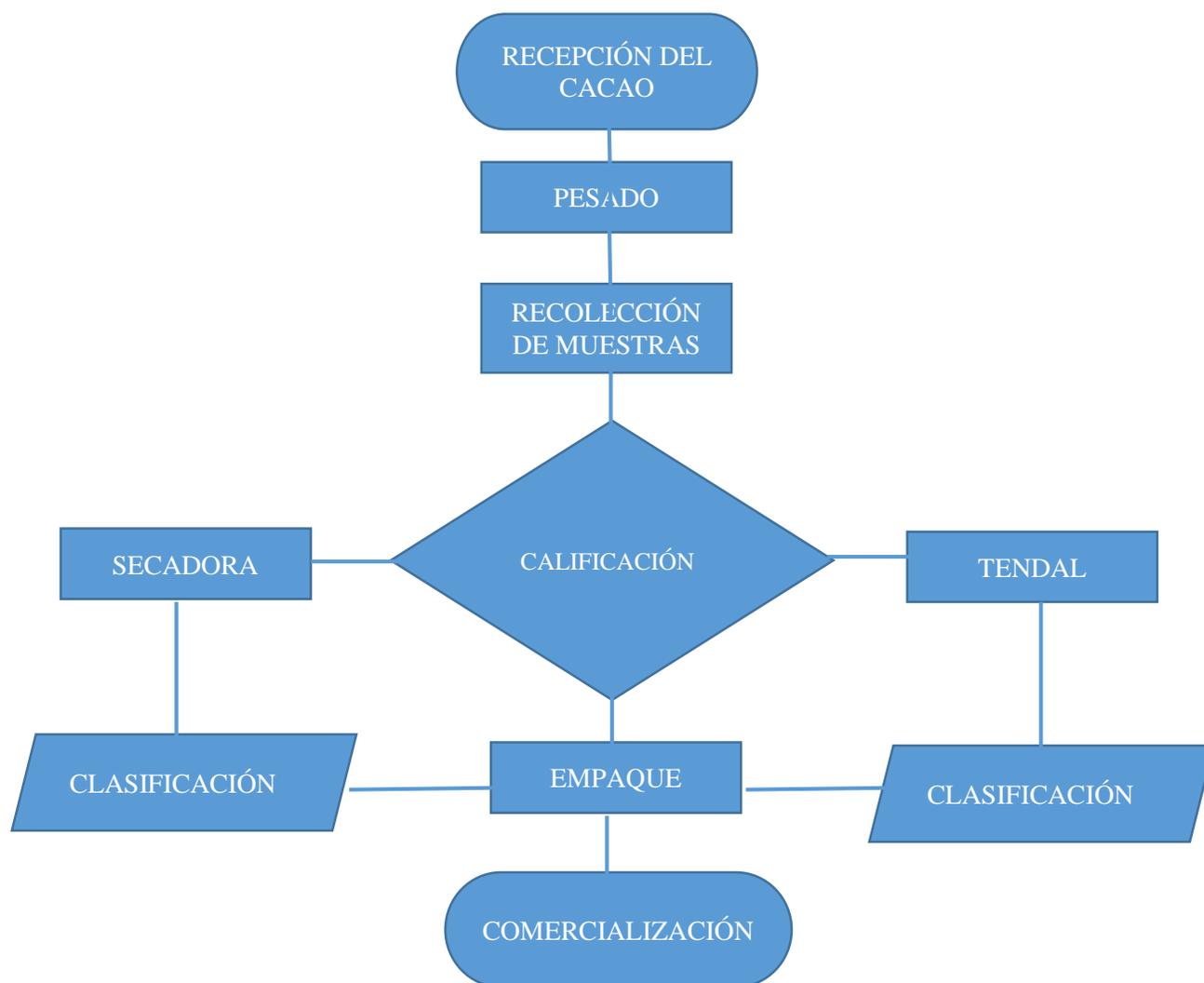
FUENTE: Google Maps.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez (Autor).

4.3.2.4 Flujo del Proceso de acopio, secado y comercialización.

Una de las fases comerciales, es la actividad relacionada con la compra de cacao seco a los agricultores asociados los cuales deberán entregar su producto de acuerdo a las condiciones técnicas y de calidad que se le exijan.

Gráfico N° 19 Flujo de Proceso



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez (Autor).

Nomenclatura



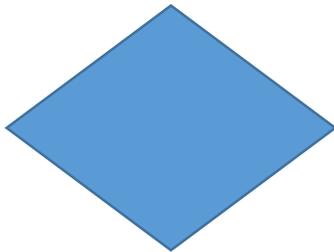
Inicio y Final de un proceso.



Proceso



Preparación



Decisión



Conectores de Procesos



Conectores de Procesos

4.3.2.5 Equipos Agroindustriales, Oficina y Obras de Infraestructura

4.3.2.5.1 Equipos Agroindustriales y de Oficina

Cuadro N° 21 Equipos Agroindustriales y de oficina

EQUIPOS AGROINDUSTRIALES Y MUEBLES	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Secadora	1
Montacargas Hidráulico	1
Balanza Digital	1
Balanza Metálica	1
Carretilla	1
Palas	2
Recolectores	2
Medidor de Humedad	1
Pallets	20
Bombona de Gas Industrial	1
Lona	1
Zaranda Limpiadora de Impurezas	1
Guillotina de Almendras	1
Balanza Gramera	1
Cajones de Fermentación	6
Cinturones Anti lumbago	4
Uniformes	4
Computador	1
Escritorios	2
Archivadores	3
Libretines, Romaneaje, Facturero	3
Navajas	4

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.2.5.2 Obras de Infraestructura

Cuadro N° 22 Obras de Infraestructura

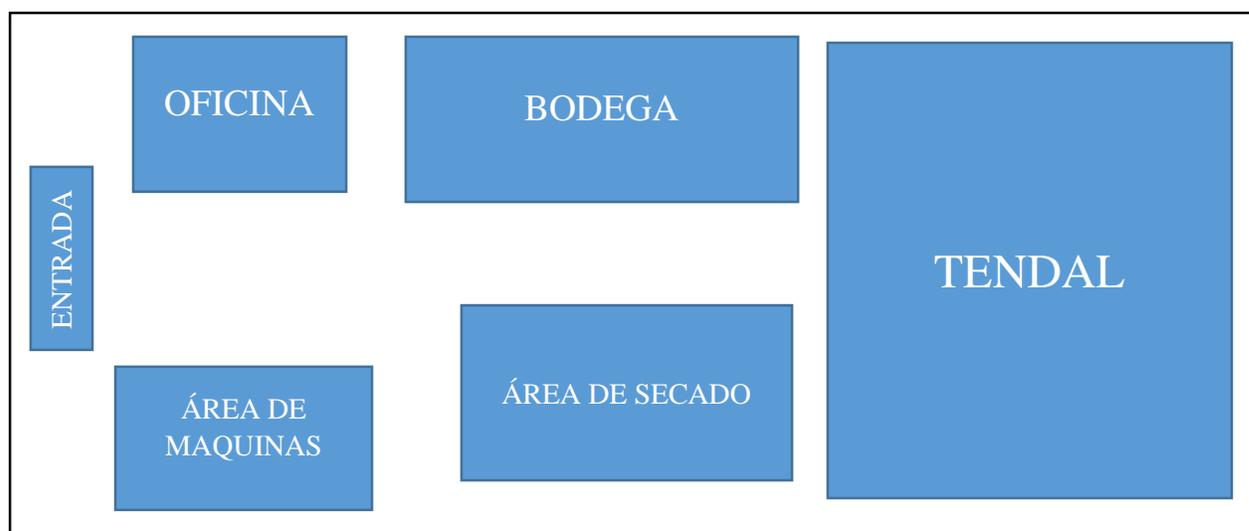
OBRAS DE INFRAESTRUCTURA		
DESCRIPCIÓN	DETALLE	CANTIDAD
Galpón Industrial	De 20 m ² de largo por 10 m ² de ancho.	1
Oficina Administrativa	De 2 m ² de largo por 3 m ² de ancho.	1
Sala de Reuniones	De 3 m ² de largo por 5 m ² de ancho.	1
Bodega	De 5 m ² de largo por 8 m ² de ancho.	1
Área de Fermentación	De 5 m ² de largo por 8 m ² de ancho.	1
Área de Secado	De 5 m ² de largo por 8 m ² de ancho.	1
Tendales	De 15 m ² de largo por 20 m ² de ancho.	1
Guardianía	De 1 m ² de largo por 2 m ² de ancho.	1
Perímetro con Muro	De 5000 metros lineales.	1

FUENTE: Centro de Acopio de la UNORCIE.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez (Autor).

4.3.2.6 Distribución en Planta

Gráfico N° 20 Distribución en Planta



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.2.7 Plan Estratégico

4.3.2.7.1 Objetivo.

- Mejorar los ingresos familiares de la población de Echeandía en base a la comercialización asociativa, sin la presencia de intermediarios con el aprovechamiento de la infraestructura instalada que ayuda a la comercialización directa.

4.3.2.7.2 Misión.

- Mejorar la calidad de vida de la comunidad a través de la eficiencia en la comercialización, que ayude a fortalecer el espíritu de trabajo con la venta del cacao fino y de aroma, mediante la diferenciación de un producto, a precio y peso justo acordes al mercado nacional.

4.3.2.7.3 Visión.

- Al 2020, englobar mercado nacional y expandirse internacionalmente con productos de calidad, a fin de ser líderes en la comercialización asociativa del cacao fino y de aroma, mediante el incremento de nuevos socios y el trabajo en equipo.

4.3.2.7.4 Valores corporativos

Vocación de servicio

- Damos respuesta a las necesidades de nuestros usuarios y colaboradores de forma oportuna, amable y efectiva.
- Generamos satisfacción a nuestros usuarios cuando agregamos valor a nuestro trabajo.

Transparencia

- Hacemos uso adecuado y óptimo de los recursos.
- Comunicamos de forma veraz y completa las actuaciones del centro de acopio.
- Construimos confianza a través de relaciones claras y abiertas.

Respeto

- Escuchamos a todos con atención y valoramos sus aportes.
- Cumplimos integral y cabalmente con la normatividad.
- Cuidamos y preservamos el medio ambiente.

Responsabilidad

- Cumplimos oportunamente nuestro compromiso de cobertura, continuidad y calidad del servicio.
- Impactamos positivamente en nuestro entorno.
- Promovemos la participación comunitaria y llegamos a la población más vulnerable.
- Damos siempre lo mejor de nosotros y asumimos las consecuencias de nuestros actos.

Excelencia en la gestión

- Somos mejores todos los días, trabajamos en equipo y aplicamos el mejoramiento continuo, comparándonos con los mejores y adoptando las mejores prácticas.
- Medimos los procesos y mejoramos la gestión con indicadores objetivos.
- Cumplimos las metas para satisfacción de nuestros usuarios.

Solidaridad

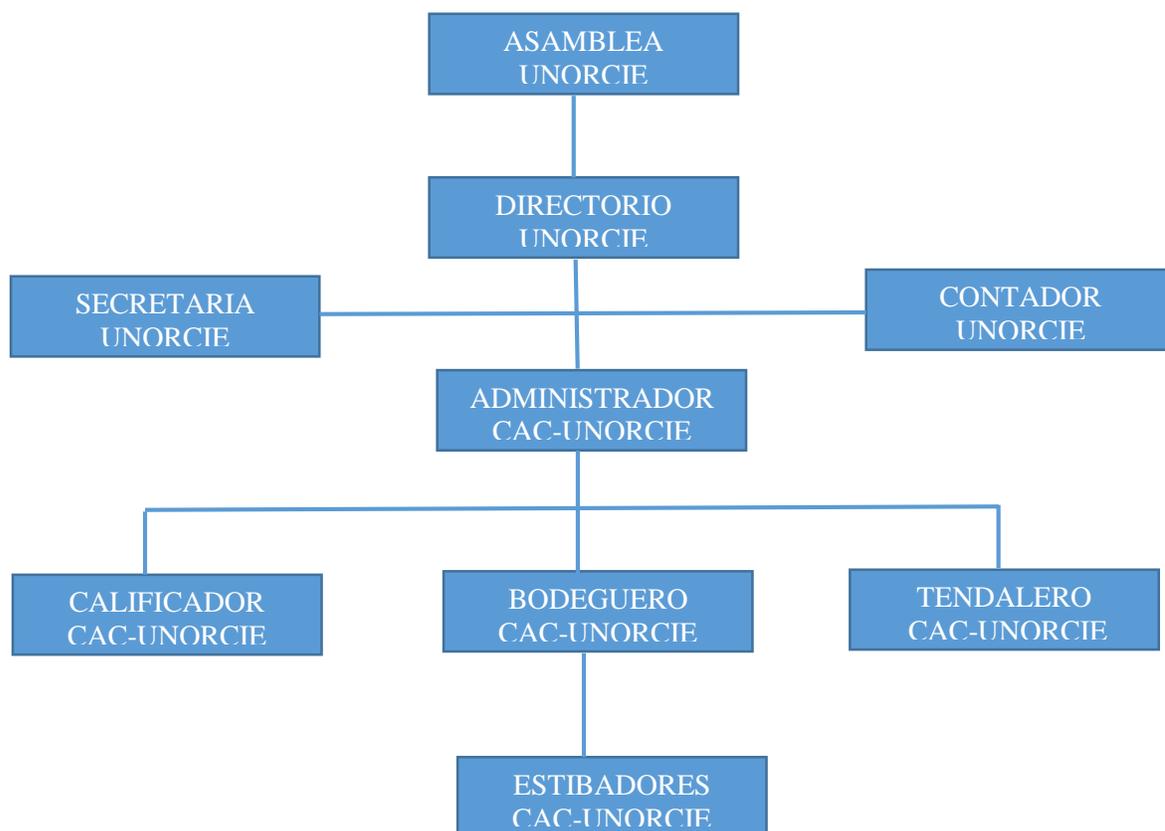
- La verdadera solidaridad, aquella que está llamada a impulsar los verdaderos vientos de cambio que favorezcan el desarrollo de los individuos y las naciones, está fundada principalmente en la igualdad universal que une a todos los hombres.

Equidad

- Promover la igualdad, más allá de las diferencias en el sexo, la cultura, los sectores económicos a los que se pertenece, etc.
- Se defiende las mismas condiciones y oportunidades para todas las personas, sin distinción, solo adaptándose en los casos particulares.

4.3.2.7.5 Organigrama Estructural

Gráfico N° 21 Organigrama Estructural de la UNORCIE



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez

4.3.2.7.6 Manual de Funciones

Incorporar los requisitos para cada cargo

Directorio de la UNORCIE.

- Aprobar, en coordinación con la Asamblea, los procedimientos de gestión a seguir y los métodos de trabajo.
- Estudiar los informes respectivos de actividades presupuestales y financieras del Centro de Acopio.
- Definir y delimitar las actividades a desarrollar por el Administrador, fijando así los límites de autoridad y responsabilidad de él.

Administrador del Centro de Acopio de la UNORCIE.

- Ejecutar las acciones planeadas y aprobadas por el Directorio en torno a las operaciones de recepción y venta de cacao.
- Organizar el funcionamiento del Centro de Acopio.
- Coordinar y supervisar las actividades del Centro en lo referente a descargue, selección, acondicionamiento, y la venta.
- Asignar funciones y responsabilidades a los empleados.
- Controlar y supervisar las actividades de los empleados.
- Capacitar a sus subordinados en las tareas encomendadas.
- Llevar registros de control para el ingreso del producto.
- Llevar registros de control de ventas.
- Llevar registros de control financiero.
- Informar mensualmente al Directorio sobre el estado de cuentas del Centro de Acopio.
- Informar al Directorio sobre cualquier anomalía presentada en el desarrollo de sus actividades, sean éstas de carácter administrativo, contable, financiero o de personal.
- Efectuar el análisis de precios y mercados, y probar algunos métodos de venta para luego plantear el método más apropiado.
- Diseñar métodos para obtener información y estimación de ventas.
- Verificar y analizar la información de mercado recopilada.
- Elaborar el programa de trabajo, analizando en forma conjunta los volúmenes a distribuir, su frecuencia en el tiempo y el área de influencia.
- Detectar y canalizar servicios de apoyo básico al programa de mercadeo.

Calificador, Bodeguero, Tendalero y Estibadores

- Cumplir con las actividades encomendadas por el Administrador.
- Recibir y almacenar el cacao.
- Seleccionarla por variedad y calidad.

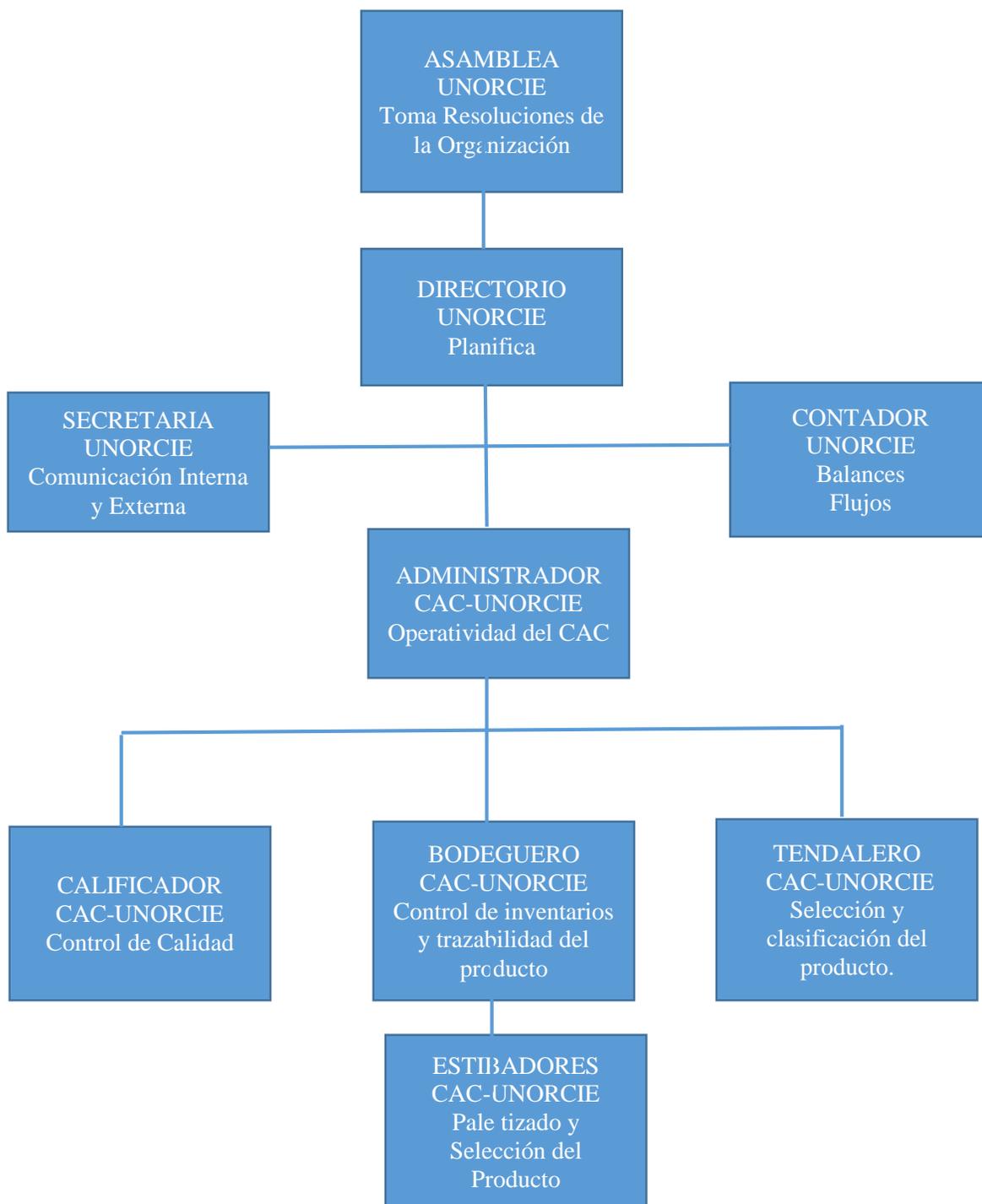
- Separar el cacao seco, semi seco y húmedo.
- Colaborar con el Administrador en las labores de venta.
- Colaborar en las labores de cargue y descargue del cacao.
- Controlar las diferentes maquinarias que existen en el centro de acopio.

Contador

- Velar por el buen funcionamiento económico de la empresa y el manejo y asignación de los recursos.
- Elabora los flujos de caja.
- Fija los precios de venta, conjuntamente, con la comisión de Comercialización.
- Establece el flujo de documentos mercantiles en las diversas áreas para un control financiero eficiente

4.3.2.7.7 Organigrama Funcional

Gráfico N° 21 Organigrama Funcional de la UNORCIE



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.2.8 Marco legal

Ley de la Economía Popular y Solidaria

Economía Popular y Solidaria

Art.- 1.- Para efectos de la presente ley, entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas colectivas de organización económica, auto gestionadas por sus propietarios que se asocian como trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios, a fin de obtener ingresos o medios de vida en actividades orientadas por el buen vivir, sin fines de lucro o de acumulación de capital.

Se entiende por economía popular, el conjunto de organizaciones dedicadas a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para la subsistencia de quienes la practican.

De las formas de organización

Art.- 2.- Son formas de organización económica sujetas a la presente ley las siguientes:

a) Las organizaciones económicas populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas fomentando el asociativismo, la solidaridad y el acceso a programas de inclusión.

b) Las organizaciones económicas constituidas por comunidades fundadas en relaciones familiares, identidades étnicas, culturales o territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario;

c) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que se asocian libremente para fusionar

sus recursos y capacidades, con el fin de producir, abastecerse o comercializar en común, distribuyendo equitativamente los beneficios obtenidos entre sus miembros, tales como las microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, asociaciones de consumidores, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo;

Características

Art.- 3.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- b) Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza;
- c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y el auto responsabilidad;
- f) La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

Valores y principios

Art.- 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

Interés público

Art.- 5.- Declárase de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, y su ampliación a partir del resto de la economía popular, como mecanismo eficaz para construir el Sistema Económico Social y Solidario, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir a la estabilidad económica, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.

Autonomía

Art.- 6.- El Estado respeta la pluralidad de formas de organización de la economía popular y solidaria y garantiza su autonomía, independencia, libre desarrollo y ejercicio de cualquier actividad económica lícita, en el marco de la normativa que las regula.

De las organizaciones económicas del sector asociativo

Art.- 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación.

Se podrán constituir asociaciones en cualquiera de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito, transportes y trabajo asociado.

Constitución

Art.- 25.- Las organizaciones económicas del sector asociativo, adquirirán personalidad jurídica, mediante resolución emitida por el Instituto, luego de verificado el cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento de la presente ley y para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y se someterán al control de la Superintendencia.

Asociados y organización interna

Art.- 26.- Los requisitos para la admisión de asociados, así como sus derechos, obligaciones y las causas y procedimiento de sanciones; su forma de gobierno y administración interna, constarán en el estatuto de cada organización, que contemplará la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad interna; un órgano directivo; un órgano de control social interno; y, un administrador, que tendrá la representación legal, todos ellos elegidos por mayoría absoluta de sus asociados presentes, en votación secreta y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La calidad de asociado en estas formas organizativas, es intransferible e intransmisible y, en caso de pérdida de la misma, no genera derecho a reembolso de cuotas, ni bienes de ninguna naturaleza.

Fondo Social

Art.- 27.- El fondo social de las asociaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, que tienen el carácter de no reembolsables; por las cuotas ordinarias y extraordinarias; y por los resultados netos del ejercicio económico, que no serán susceptibles de distribución entre los asociados.

Irrebatibilidad del fondo social

Art.- 28.- El fondo social por su propia naturaleza, es irrepartible y, en caso de liquidación de la asociación, incrementará el presupuesto de educación y capacitación del Instituto, el mismo que lo destinará al cumplimiento de sus funciones en el ámbito del domicilio de la asociación liquidada.

Integración

Art. 29.- Las formas y objetivos de la integración serán determinadas libremente por las asociaciones de acuerdo con sus intereses y necesidades y en el marco de los valores de la economía popular y solidaria. Los mecanismos de selección de sus directivos y administradores serán establecidos en el estatuto de la entidad de integración.

Intervención

Art.- 30.- En caso de violaciones a la normativa jurídica, riesgos graves de quiebra o conflictos insolubles, voluntariamente, entre los asociados, la Superintendencia podrá resolver la intervención de una asociación, aplicando, para el efecto, las normas previstas en la presente ley, para la intervención a las cooperativas.

Disolución Voluntaria

Art.- 31.- La disolución voluntaria de las asociaciones productivas será resuelta por el órgano máximo de gobierno, con el voto secreto de, al menos, las dos terceras partes de sus asistentes, en la misma que se designará él o los liquidadores.

Disolución forzosa

Art.- 32.- La disolución forzosa será resuelta por la Superintendencia, cuando la asociación incurra en una o más de las siguientes causas:

- a) La reincidencia en el incumplimiento de la presente Ley, su Reglamento General, sus estatutos o la inobservancia de las recomendaciones de la Superintendencia, que cause graves perjuicios a los intereses de los asociados;
- b) La incapacidad, imposibilidad o negativa de cumplir con el objetivo para el cual fue creada;
- c) La reincidencia en la inobservancia de los valores, principios y características de la economía popular y solidaria;
- d) La inactividad económica o social por más de dos años.

Procedimiento

Art.- 33.- Una vez resuelta la disolución, voluntaria o forzosa, se procederá a la liquidación de los activos y pasivos y, de existir un remanente, se lo destinará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 28 de la presente Ley.

4.3.3 Estudio de Factibilidad Medio Ambiental

Considerando los futuros avances y proyectos de inversión que se están dando para el sector agrícola en cantón Echeandía manejados por el Ministerio de agricultura y organismos de control debidamente regularizados se considera una gran oportunidad el hecho de colocar el centro de acopio a fin de promover el uso de la mano de obra local y de incentivar la producción agrícola.

Así mismo como responsabilidad ambiental y sujetándose a las disposiciones expuestas por el ministerio de medio ambiente es claro notificar que el proyecto no representa ningún impacto ambiental que pudiera poner en riesgos tanto a personas como a seres vivos en general de la zona, tal como se puede observar en este trabajo, sino más bien al desarrollarse proyectos agroindustriales como este, se está beneficiando al ecosistema en general debido a que se promoverá la plantación de huertas que con el pasar del tiempo se convertirán en pulmones para absorber el CO2 que a diario contamina el medio ambiente.

4.3.3.1 Cadena de Valor

Gráfico N° 22 Cadena de Valor del Cacao



FUENTE. : Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez (Autor).

El Cacao es uno de los insumos principales de las industrias chocolateras, razón por la cual la cadena de valor se direcciona hacia dos mercados potenciales, uno nacional, relacionado

a la industria ecuatoriana de elaboración de chocolates y pasta de cacao, y otro internacional, relacionado con las grandes industrias chocolateras europeas que valoran sobre todo la calidad y el aroma del cacao ecuatoriano.

La Cadena de Valor del Cacao en Echeandía se compone de los eslabones habituales de una cadena. Se considera como muy importante y clave el eslabón de acopio, en el que se efectúa el control de calidad en función de algunos parámetros (humedad, fermentación, impurezas), lo que facilita el acopio de producto de calidad y la generación de volumen, enlazándose el eslabón de la producción con el eslabón de la comercialización.

Dentro del mapeo de las funciones en la cadena de valor se constata que el eslabón de producción concentra una mayor diversidad de funciones, ya que es el que al final da origen al producto y le dota de valor agregado al cacao; sin embargo, como se dijo antes, es el eslabón de acopio el que mayor importancia estratégica tiene en la cadena, al dotar al producto del plus que necesita, regulando calidad y volumen, para conectarse al mercado, aunque no existe una diferenciación de precios atendiendo a las variedades de cacao.

4.3.4 Estudio de Factibilidad Económica-Financiera

Es indispensable analizar y verificar el normal funcionamiento del uso del dinero colocaciones sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendos o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición las cuales pueden ser temporales y a largo plazo.

Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito bonos tesorería y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos del gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo que no se necesita de inmediato para las operaciones.

4.3.4.1 Inversiones

Cuadro N° 23 Estado de Situación Inicial

CENTRO DE ACOPIO DE CACAO DE LA UNORCIE			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
1.	ACTIVO		
1.1	CORRIENTE		\$ 7.000,00
1.1.1	Caja		\$ 7.000,00
1.1.1.1	Banco Pichincha	\$ 2.000,00	
1.1.1.2	Banco del Fomento	\$ 5.000,00	
1.2	NO CORRIENTE		\$ 300,00
1.2.1	Patente Municipal		\$ 300,00
1.3	FIJO		\$ 105.300,00
1.3.1	Terreno		\$ 10.000,00
1.3.2	Equipos Agroindustriales		\$ 13.500,00
1.3.2.1	Secadora Portátil	\$ 5.000,00	
1.3.2.2	Montacargas Hidráulico	\$ 500,00	
1.3.2.3	Balanza Digital	\$ 270,00	
1.3.2.4	Balanza Metálica	\$ 300,00	
1.3.2.5	Carretilla	\$ 60,00	
1.3.2.6	Palas	\$ 30,00	
1.3.2.7	Recolectores	\$ 30,00	
1.3.2.8	Medidor de Humedad	\$ 1.000,00	
1.3.2.9	Pallets	\$ 200,00	
1.3.2.10	Bombona de Gas Industrial	\$ 5.000,00	
1.3.2.11	Lona	\$ 40,00	
1.3.2.12	Zaranda	\$ 500,00	
1.3.2.13	Guillotina de Almendras	\$ 100,00	
1.3.2.14	Balanza Gramera	\$ 50,00	
1.3.2.15	Cajones de Fermentación	\$ 200,00	
1.3.2.16	Cinturones Anti lumbago	\$ 100,00	
1.3.2.17	Uniformes	\$ 100,00	
1.3.2.18	Navajas	\$ 20,00	
1.3.3	Equipo de Computo		\$ 1.000,00
1.3.4	Muebles y Enseres		\$ 800,00
1.3.4.1	Escritorios	\$ 300,00	
1.3.4.2	Archivadores	\$ 500,00	
1.3.5	Obras de Infraestructura		\$ 80.000,00
TOTAL ACTIVO			\$ 112.600,00

2.	PASIVO		
2.1	CORRIENTE		\$ 1.000,00
2.1.1	Impuesto a la Renta	\$ 1.000,00	
TOTAL PASIVO			\$ 1.000,00
3.	PATRIMONIO		
3.1	CAPITAL		\$ 111.600,00
3.1.1	CAPITAL SOCIAL	\$ 111.600,00	
3.1.1.1	Aporte de 200 Socios	\$ 7.000,00	
3.1.1.2	Donación GAD BOLIVAR	\$ 40.000,00	
3.1.1.3	Donación FUNDACIÓN MCCH	\$ 20.600,00	
3.1.1.4	Donación GAD ECHEANDÍA	\$ 44.000,00	
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO			\$ 112.600,00
<hr/> ADMINISTRADOR CAC-UNORCIE		<hr/> CONTADOR UNORCIE	

FUENTE. Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yánez (Autor).

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido, en este caso la UNORCIE a través de sus gestiones realizadas y búsqueda de proyectos de desarrollo comunitario; es por tanto al momento tiene un capital de \$ 111.600,00 que recibió la gran mayoría de donaciones de las siguientes instituciones públicas y privadas: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar (GAD BOLÍVAR), Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Echeandía (GAD ECHEANDÍA) y la Fundación Maquita Cushunchic Comercializando Como Hermanos (MCCH), cabe destacar la participación de sus socios accionistas que comprenden en 200 agricultores cacaoteros que viven en la zona.

4.3.4.2 Capital de operación

Consiste en la cantidad de dinero que se tiene que tener disponible para poder cubrir los Requerimientos y disponer para la compra y venta de cacao. En este caso mediante el convenio firmado con la Exportadora MAQUITA AGRO CÍA. LTDA. Se tiene un capital de operación de \$ 5.000,00 semanal, con un incremento del 100% en la época de cosecha, detallado en el siguiente contrato:

CONTRATO DE PROVISIÓN DE CACAO EN GRANO

COMPARECIENTES.-

Intervienen en la celebración del presente contrato:

Por una parte, la **FUNDACIÓN MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS**, legalmente representada por su Directora Ejecutiva, la hermana María Jesús Pérez Mateos, quien es de nacionalidad ecuatoriana, domiciliada en la ciudad de Quito, parte a la que en adelante y para efectos del presente contrato se podrá denominar como la **COMPRADORA**.

Por otra parte, La **UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPECINAS E INDIGENAS DEL CANTÓN ECHEANDÍA**, representada por el **Sr. DIMAS MIGUEL SÁNCHEZ SÁNCHEZ**, de nacionalidad **ECUATORIANA**, domiciliado en el cantón Echeandía, Parroquia Echeandía, Ciudadela La Floresta, parte a la que en adelante y para efectos del presente contrato se podrá denominar como el **PROVEEDOR**.

Cláusula Primera: ANTECEDENTES.-

La **COMPRADORA** es una organización sin fines de lucro, debidamente constituida conforme a las leyes del estado ecuatoriano, cuyo objeto social radica específicamente en la promoción del comercio justo, principalmente en materia de productos agrícolas.

El **PROVEEDOR** es una organización sin fines de lucro cuya actividad económica principal radica especialmente en la provisión de Cacao en Grano, para lo cual declara tener y gozar

de recursos y medios suficientes para satisfacer las necesidades de dicho producto de parte de la **COMPRADORA**.

A través del presente contrato, las partes acuerdan las cláusulas previstas en este instrumento, para beneficio mutuo.

Cláusula Segunda: DOCUMENTOS.-

Forman parte integrante del presente contrato los siguientes documentos:

Copias de cédula y certificados de votación actualizados de María Jesús Pérez Mateos y Dimas Miguel Sánchez Sánchez.

Copia del nombramiento de María Jesús Pérez Mateos en calidad de Directora Ejecutiva de la **FUNDACIÓN MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS**.

Cláusula Tercera: INTERPRETACIÓN Y DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.-

Los términos del presente contrato deben interpretarse en su sentido literal y por ende, en el contexto del mismo, y cuyo objeto revele claramente la intención de ambas partes. En todo caso su interpretación sigue las siguientes normas:

Cuando los términos están definidos y son claros, se atenderá su tenor literal.

Si no están definidos se estará a lo dispuesto en el contrato en su sentido natural y obvio, de conformidad con el objeto contractual y la intención de las partes.

En su falta o insuficiencia se aplicarán las normas contenidas en el Título XIII del Libro IV de la codificación del Código Civil, de la interpretación de los Contratos.

A este contrato, en todo lo no previsto en él, se incorporarán todas las demás cláusulas de los contratos de provisión de manera general

Cláusula Cuarta: OBJETO DEL CONTRATO.-

La **COMPRADORA** se compromete a adquirir una cantidad determinable de Cacao en Grano, la cual será entregada por el **PROVEEDOR** conforme los términos de este contrato.

La cantidad será determinada al final de cada siete días calendario y al precio que las partes estipulen en el anexo al presente contrato que deberá ser celebrado para cada transacción y

al final de cada periodo de siete días. El pago y ajuste de cada cantidad semanal de producto será descontado del valor del anticipo efectivo referido en la cláusula siguiente.

Cláusula Quinta: VALOR TOTAL DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO.-

El valor total a recibir por parte de la PROVEEDORA es de USD 10.000,00 (DIEZ MIL 00/100) dólares de los Estados Unidos de América.

La forma de pago se realizará de la siguiente forma:

La COMPRADORA entregará a al PROVEEDOR un anticipo por la cantidad de USD 5.000,00 (CINCO MIL 00/100) a la fecha de suscripción de este instrumento, el mismo que el PROVEEDOR deberá utilizarlo para la adquisición del producto con el cual proveerá a la COMPRADORA, de acuerdo a las condiciones de este contrato.

El pago del saldo restante, en caso de haberlo y si hubiera excedente, se efectuará con la entrega efectiva de la totalidad del producto a favor de la COMPRADORA, por cada semana o periodo de siete días, al final de cada uno de los cuales deberá ajustarse la cantidad de producto y el precio efectivo para cada entrega.

De igual forma, en caso de que no se cumpla con la cantidad de producto estimada o, en su defecto, el anticipo referido en el literal a) de esta cláusula haya servido para cubrir en su totalidad el pago al PROVEEDOR y la adquisición del producto y, luego de dichos pagos, existiera un remanente, El PROVEEDOR deberá devolver dicho excedente a la COMPRADORA.

Cláusula Sexta: ENTREGA DEL PRODUCTO Y EFECTOS.-

El producto (Cacao en Grano) deberá ser entregado a la COMPRADORA por parte del PROVEEDOR con cargo al anticipo efectuado en el literal a) de la cláusula precedente, entrega que deberá efectuarse hasta dentro de SIETE (7) días, posteriores a la celebración del presente instrumento. En caso de que el PROVEEDOR no cumpla con la entrega en el plazo propuesto, la COMPRADORA podrá efectuar un descuento representativo del máximo del interés legal por cada día de retraso en la entrega, con cargo al saldo del pago del precio por el producto.

El PROVEEDOR declara y se compromete a utilizar el anticipo referido en el literal a) de la cláusula quinta de este contrato para la efectiva adquisición del producto (Cacao en Grano) de manera exclusiva, lo cual deberá ser justificado debidamente con liquidaciones de compras, recibos, notas de venta, facturas y todos los demás medios que contable y tributariamente sean viables y que sean solicitados por la COMPRADORA al PROVEEDOR para dicho efecto.

En caso de que la COMPRADORA llegare a determinar, por cualquier medio, que el anticipo referido en el literal a) de la cláusula quinta de este instrumento, no ha sido exclusivamente utilizado en la adquisición del producto para el cumplimiento de la obligación de provisión que tiene el PROVEEDOR en virtud de este contrato, la COMPRADORA podrá hacer efectivas y ejecutar los perjuicios causados sobre las garantías referidas en la cláusula séptima de este contrato, lo cual es aceptado y ratificado por la PROVEEDORA.

Cláusula Séptima: GARANTÍAS.-

Con el fin de garantizar el buen uso del anticipo referido en el literal a) de la cláusula quinta de este instrumento, el PROVEEDOR entregará en esta fecha una póliza de seguro por buen uso del anticipo, el cual será ejecutado en caso de que dicho anticipo no haya sido utilizado para la adquisición del producto y, como consecuencia, se haya generado un perjuicio de cualquier clase a la COMPRADORA.

Cláusula Octava: TERMINACIÓN DEL CONTRATO.-

El presente contrato termina por las siguientes causales:

Por incumplimiento de las obligaciones contractuales;

Por mutuo acuerdo de las partes;

Por sentencia ejecutoriada que declare la nulidad del contrato.

Por decisión unilateral de la COMPRADORA, en caso de que se determinare que el accionar del PROVEEDOR es perjudicial para el justo cumplimiento del contrato. Sin perjuicio de esta causal de terminación, la verificación de la misma no excluirá de la obligación de cumplir el contrato el PROVEEDOR y/o de la ejecución de las garantías, a elección de la COMPRADORA.

Cláusula Novena: CONFIDENCIALIDAD.-

Las partes convienen en que toda la información que llegue a su conocimiento en razón de la ejecución del presente contrato será considerada confidencial y no divulgable. Por lo tanto, estará prohibida su utilización en beneficio propio o de terceros o en contra de la dueña de tal información. El incumplimiento de esta obligación será causal para dar por terminado de este contrato, y quedará a criterio de la parte afectada el iniciar las acciones correspondientes por daños y perjuicios.

Cláusula Décima: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y PROCEDIMIENTO.-

Toda controversia o diferencia relativa a este acuerdo de voluntades y a su ejecución y liquidación e interpretación, será resuelta en primera instancia con la asistencia de un mediador del Centro de Mediación de la Superintendencia de Compañías en Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes las someten a la resolución de un Tribunal de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Quito que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y, demás normativas y preceptos.

El Tribunal estará integrado por un árbitro, que será designados de conformidad con lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación. El Tribunal decidirá en derecho.

Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo que expida el Tribunal Arbitral y se comprometen a no interponer recurso alguno en contra del laudo arbitral.

Para la ejecución de medidas cautelares, el Tribunal Arbitral está facultado para solicitar a los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos su cumplimiento, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno.

El lugar de arbitraje será las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito.

Para todos los efectos de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en la ciudad de Quito, renunciando el PROVEEDOR a cualquier fuero especial que en razón del domicilio pueda tener.

Para efectos de comunicación o notificaciones, las partes señalan como su dirección, las siguientes:

La COMPRADORA, Av. Rumichaca S26-365 y Moro Moro, Chillogallo, Quito Ecuador
El PROVEEDOR – Cantón Echeandía, Parroquia Echeandía, Ciudadela La Floresta, Provincia Bolívar.

Cláusula Décima Primera: ESPECIAL.-

El PROVEEDOR expresa que se encuentra en plenas condiciones para el cumplimiento y satisfacción de las necesidades de Cacao en Grano que tiene la COMPRADORA, razón por la cual declara que no podrá oponer ningún evento para no cumplir con las obligaciones que derivan del presente contrato, asumiendo incluso el evento de la fuerza mayor y el caso fortuito.

El PROVEEDOR reconoce y acepta que en caso de que no llegue a utilizar el anticipo referido en el literal a) de la cláusula quinta de este instrumento debidamente, conforme las reglas generales de este contrato, autoriza a la COMPRADORA para que ejecute la póliza de seguros prevista en la cláusula de garantías, hasta por el monto del perjuicio causado. Sin embargo, la ejecución de dicha garantía no impedirá el cobro de los demás intereses y multas establecidos en este contrato, los cuales serán acumulativos y, su cobro, no eximirá de responsabilidad a la PROVEEDORA del cumplimiento de las obligaciones que derivan de este contrato.

Mediante el presente Contrato, el PROVEEDOR acuerda cumplir con las siguientes condiciones:

Realizar una buena gestión, cumpliendo y respetando la normativa vigente y las reglas generales del presente contrato.

En caso de no cumplir con las obligaciones previstas en este literal, las partes darán por entendido que el PROVEEDOR ha incumplido con las condiciones generales del contrato y, en consecuencia, autoriza a la COMPRADORA a que las garantías propuestas en este instrumento sirvan también para resarcir los daños y perjuicios que se le causen, por sus indebidas prácticas.

Cláusula Décima Segunda: CLÁUSULA PENAL.-

En caso de mora por parte de la PROVEEDORA en sus obligaciones previstas en este contrato, especialmente en la entrega, éste deberá pagar el COMPRADORA como cláusula penal y a título compensatorio, un recargo del 10% calculado sobre el monto del anticipo referido en el literal a) de la cláusula quinta de este instrumento, el cual deberá ser cancelado sin necesidad de requerimiento de pago ni de ninguna otra formalidad judicial o extrajudicial. Todo esto sin perjuicio del derecho del PROVEEDOR de dar por terminado anticipadamente este Contrato.

Cláusula Décima Tercera: RECONOCIMIENTO DE FIRMAS.-

Las partes se comprometen a que el término y lugar que establezca la COMPRADORA, comparezcan las mismas a reconocer la firma y rúbrica con la que ratifican el contenido del presente contrato.

Cláusula Décima Cuarta: ACEPTACIÓN DE LAS PARTES.-

Libre y voluntariamente las partes expresamente declaran su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato y se someten a sus estipulaciones, para la cual firman el presente instrumento en 3 ejemplares de igual tenor y valor.

María Jesús Pérez Mateos

Representante Legal

**FUNDACIÓN MCCH MAQUITA CUSHINCHIC COMERCIALIZANDO COMO
HERMANOS**

COMPRADORA

DIMAS MIGUEL SÁNCHEZ SÁNCHEZ

Representante Legal

**UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPECINAS E INDIGENAS DEL CANTÓN
ECHEANDÍA**

C.C. 020041741-8

4.3.4.3 Estado de Resultados

Cuadro N° 24 Estado de Resultados

CENTRO DE ACOPIO DE CACAO DE LA UNORCIE					
ESTADO DE RESULTADOS					
PROYECTADO A 5 AÑOS					
QUINTALES DE CACAO	5850	6143	6757	7770	9324
AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS	\$ 648.425,00	\$ 733.137,00	\$ 863.767,90	\$ 1.059.112,21	\$ 1.349.864,53
Ventas Locales	\$ 646.425,00	\$ 731.017,00	\$ 861.517,50	\$ 1.056.720,00	\$ 1.347.318,00
Intereses Bancarios	\$ 1.000,00	\$ 1.020,00	\$ 1.040,40	\$ 1.061,21	\$ 1.082,43
Otros Ingresos	\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
EGRESOS	\$ 576.750,00	\$ 637.400,00	\$ 734.895,00	\$ 882.651,00	\$ 1.103.006,10
COSTOS DE VENTA	\$ 555.750,00	\$ 614.300,00	\$ 709.485,00	\$ 854.700,00	\$ 1.072.260,00
Compra de Cacao	\$ 526.500,00	\$ 583.585,00	\$ 675.700,00	\$ 815.850,00	\$ 1.025.640,00
Estibaje	\$ 8.775,00	\$ 9.214,50	\$ 10.135,50	\$ 11.655,00	\$ 13.986,00
Transporte	\$ 11.700,00	\$ 12.286,00	\$ 13.514,00	\$ 15.540,00	\$ 18.648,00
Materiales Producción	\$ 8.775,00	\$ 9.214,50	\$ 10.135,50	\$ 11.655,00	\$ 13.986,00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 21.000,00	\$ 23.100,00	\$ 25.410,00	\$ 27.951,00	\$ 30.746,10
Administrador	\$ 7.000,00	\$ 7.700,00	\$ 8.470,00	\$ 9.317,00	\$ 10.248,70
Pago Contadora	\$ 6.000,00	\$ 6.600,00	\$ 7.260,00	\$ 7.986,00	\$ 8.784,60
Suministros y materiales	\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
Comisiones Bancarias	\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
Materiales de limpieza	\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
Viajes y Viáticos	\$ 2.000,00	\$ 2.200,00	\$ 2.420,00	\$ 2.662,00	\$ 2.928,20
Otros Gastos	\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 71.675,00	\$ 95.737,00	\$ 128.872,90	\$ 176.461,21	\$ 246.858,43
(-) 15% Part. de Trabajadores	\$ 10.751,25	\$ 14.360,55	\$ 19.330,94	\$ 26.469,18	\$ 37.028,76
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 17.918,75	\$ 23.934,25	\$ 32.218,23	\$ 44.115,30	\$ 61.714,61
UTILIDAD NETA	\$ 43.005,00	\$ 57.442,20	\$ 77.323,74	\$ 105.876,72	\$ 148.115,06

FUENTE. Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.4.4 Flujo de Caja

Cuadro N° 25 Flujo de Caja

CENTRO DE ACOPIO DE CACAO DE LA UNORCIE						
FLUJO DE CAJA						
PROYECTADO A 5 AÑOS						
QUINTALES DE CACAO		5850	6143	6757	7770	9324
AÑO	0	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 648.425,00	\$ 733.137,00	\$ 863.767,90	\$ 1.059.112,21	\$ 1.349.864,53
Ventas Locales	\$	646.425,00	\$ 731.017,00	\$ 861.517,50	\$ 1.056.720,00	\$ 1.347.318,00
Intereses Bancarios	\$	1.000,00	\$ 1.020,00	\$ 1.040,40	\$ 1.061,21	\$ 1.082,43
Otros Ingresos	\$	1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
EGRESOS OPERACIONALES		\$ 576.750,00	\$ 637.400,00	\$ 734.895,00	\$ 882.651,00	\$ 1.103.006,10
COSTOS DE VENTA		\$ 555.750,00	\$ 614.300,00	\$ 709.485,00	\$ 854.700,00	\$ 1.072.260,00
Compra de Cacao	\$	526.500,00	\$ 583.585,00	\$ 675.700,00	\$ 815.850,00	\$ 1.025.640,00
Estibaje	\$	8.775,00	\$ 9.214,50	\$ 10.135,50	\$ 11.655,00	\$ 13.986,00
Transporte	\$	11.700,00	\$ 12.286,00	\$ 13.514,00	\$ 15.540,00	\$ 18.648,00
Materiales Producción	\$	8.775,00	\$ 9.214,50	\$ 10.135,50	\$ 11.655,00	\$ 13.986,00
GASTOS OPERATIVOS		\$ 21.000,00	\$ 23.100,00	\$ 25.410,00	\$ 27.951,00	\$ 30.746,10
Administrador	\$	7.000,00	\$ 7.700,00	\$ 8.470,00	\$ 9.317,00	\$ 10.248,70
Pago Contadora	\$	6.000,00	\$ 6.600,00	\$ 7.260,00	\$ 7.986,00	\$ 8.784,60
Suministros y materiales	\$	1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
Comisiones Bancarias	\$	1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
Materiales de limpieza	\$	1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 1.210,00	\$ 1.331,00	\$ 1.464,10
Viajes y Viáticos	\$	2.000,00	\$ 2.200,00	\$ 2.420,00	\$ 2.662,00	\$ 2.928,20
Otros Gastos	\$	3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30

INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 111.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte de 200 Socios	\$ 7.000,00					
Donación GAD BOLIVAR	\$ 40.000,00					
Donación FUNDACIÓN MCCH	\$ 20.600,00					
Donación GAD ECHEANDÍA	\$ 44.000,00					
EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 106.600,00	\$ 89.540,00	\$ 83.780,00	\$ 78.020,00	\$ 72.580,00	\$ 67.150,00
Patente Municipal	\$ 300,00					
Terreno	\$ 10.000,00					
Equipos Agroindustriales	\$ 13.500,00	\$ 12.150,00	\$ 10.800,00	\$ 9.450,00	\$ 8.100,00	\$ 6.750,00
Equipo de Computo	\$ 1.000,00	\$ 670,00	\$ 340,00	\$ 10,00		
Muebles y Enseres	\$ 800,00	\$ 720,00	\$ 640,00	\$ 560,00	\$ 480,00	\$ 400,00
Obras de Infraestructura	\$ 80.000,00	\$ 76.000,00	\$ 72.000,00	\$ 68.000,00	\$ 64.000,00	\$ 60.000,00
FLUJO OPERACIONAL	\$ 5.000,00	\$ 71.675,00	\$ 95.737,00	\$ 128.872,90	\$ 176.461,21	\$ 246.858,43
(-) 15% Part. de Trabajadores		\$ 10.751,25	\$ 14.360,55	\$ 19.330,94	\$ 26.469,18	\$ 37.028,76
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 1.000,00	\$ 17.918,75	\$ 23.934,25	\$ 32.218,23	\$ 44.115,30	\$ 61.714,61
FLUJO NETO	\$ 5.000,00	\$ 43.005,00	\$ 57.442,20	\$ 77.323,74	\$ 105.876,72	\$ 148.115,06
Saldo Inicial		\$ 5.000,00	\$ 48.005,00	\$ 105.447,20	\$ 182.770,94	\$ 288.647,66
SALDO FINAL	\$ 5.000,00	\$ 48.005,00	\$ 105.447,20	\$ 182.770,94	\$ 288.647,66	\$ 436.762,72

FUENTE. Investigación de Campo
ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

4.3.4.5 Evaluación de Estudio Financiero

En la evaluación del estudio se analizarán los resultados obtenidos en el proyecto, para determinar su viabilidad financiera - económica.

4.3.4.5.1 Valor actual neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Valor actual neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 4.87 % y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 5.54 %, es decir 10,41 %.

$VAN = (Tasa\ de\ actualización; (Flujos\ Futuros\ Año\ 1,\ 2,\ 3,\ 4,\ 5) + Flujo\ inicial)$

Cuadro N° 26 Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	TASA DE ACTUALIZACIÓN
0	\$ 5.000,00	10,41%
1Año	\$ 48.005,00	10,41%
2	\$ 105.447,20	10,41%
3	\$ 182.770,94	10,41%
4	\$ 288.647,66	10,41%
5	\$ 436.762,72	10,41%
VAN	\$ 731.209,01	

FUENTE. Investigación de Campo

ELABORADO POR: Hernán Sánchez Yáñez.

El valor actual neto es de \$ 731.209,01 al ser mayor que cero, el proyecto es factible

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión elaborada, para el cálculo de la tasa interna se utilizara la tasa activa del Banco Central del Ecuador 8,54 %

$$TIR = i_1 + (i_2 + i_1) \left(\frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right)$$

$$TIR = 10.41 \% + (8.54\% + 10.41 \%) (\$ 48.005,00)/(\$ 105.447,94 - \$ 731.209,01)$$

$$TIR = \mathbf{10,41\%}$$

La tasa interna de retorno es 10,41% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

4.3.4.5.2 Indicadores de Efectividad

La efectividad, significa cuantificación del logro de la meta, también es sinónimo de eficacia Los indicadores de eficacia o efectividad, tienen que ver con hacer realidad un intento o propósito, y están relacionados con el cumplimiento al ciento por ciento de los objetivos planteados.

EFFECTIVIDAD EN EL USO DE LAS INSTALACIONES	=	$\frac{\text{VOLUMEN PRODUCIDO}}{\text{VOLUMEN PROGRAMADO}}$	*	100%
--	----------	--	----------	-------------

EFFECTIVIDAD EN EL USO DE LAS INSTALACIONES	=	$\frac{5850}{5850}$	*	100%
--	----------	---------------------------------------	----------	-------------

EFFECTIVIDAD EN EL USO DE LAS INSTALACIONES	=	100%
--	----------	-------------

En este caso se tiene un cumplimiento del 100% del indicador puesto que las instalaciones son nuevas y se puede operar al máximo la capacidad instalada con la proyección de ventas adecuada.

EFFECTIVIDAD EN LAS VENTAS	=	$\frac{\text{VOLUMEN VENDIDO}}{\text{VOLUMEN PROGRAMADO}}$	*	100%
-----------------------------------	---	--	---	-------------

EFFECTIVIDAD EN LAS VENTAS	=	$\frac{\$ 648.625,00}{\$ 646.425,00}$	*	100%
-----------------------------------	---	---------------------------------------	---	-------------

EFFECTIVIDAD EN LAS VENTAS	=	100%
-----------------------------------	---	-------------

Al realizar la relación de las unidades vendidas con las proyectadas podemos observar que se tiene un cumplimiento del 100% del indicador.

4.3.4.5.3 Indicador de Eficiencia

La eficiencia es la capacidad administrativa de producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos, el mínimo de energía y en el mínimo de tiempo posible.

USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA	=	$\frac{\text{VOLUMEN PRODUCCIÓN}}{\text{CAPACIDAD INSTALADA}}$	*	100%
--------------------------------------	---	--	---	-------------

USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA	=	$\frac{\$ 648.625,00}{\$ 105.300,00}$	*	100%
--------------------------------------	---	---------------------------------------	---	-------------

USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA	=	615%
--------------------------------------	---	-------------

Al relacionar el volumen producido con la capacidad instalada del Centro de Acopio se tiene un cumplimiento del 615%, debido a que los volúmenes de ventas son muy altos tomando en cuenta que la proyección de ventas es buena.

4.3.4.5.4 Indicadores de Rentabilidad

El concepto técnico de calidad representa más bien una forma de hacer las cosas en las que, fundamentalmente, predominan la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día, procesos y resultados.

$$\text{RENTABILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO}} * 100\%$$

$$\text{RENTABILIDAD} = \frac{\$ 43.005,00}{\$ 112.600,00} * 100\%$$

$$\text{RENTABILIDAD} = 4\%$$

El indicador arroja una rentabilidad del 4% por lo que quiere decir la inversión responde a los rendimientos esperados.

4.3.4.5.5 Valoración de Empresa

4.3.4.5.5.1 Beneficios Descontados

El método de beneficios descontados, se orientan del lado de la utilidad, es decir de las ganancias o flujos de caja esperadas en el futuro.

En este método se calcula el valor de una empresa descontando los beneficios que se esperan en el futuro. El valor depende por consiguiente de los beneficios futuros, del horizonte temporal de valoración y de la tasa de riesgo con la cual se descuenta, y dependiendo de la situación de un ingreso por liquidación esperado.

El valor de la empresa, o mejor dicho del capital social de la empresa se calcula de la siguiente manera:

Donde:

VE = Valor de la empresa

U = Utilidades de la empresa

r = interés que los empresarios esperan de este tipo de negocio.

$$VE = U / r$$

$$VE = 43.005,00 / 89.328,40$$

$$VE = 48\%$$

La relación que existe entre la utilidad esperada sobre los intereses generados en alguna institución financiera es del 48%, es decir la inversión realizada en el centro de acopio generara dividendos para sus socios accionistas en un 48%.

CONCLUSIONES

- El estudio desarrollado a lo largo de este trabajo de investigación demuestra que si es factible construir un Centro de Acopio para Cacao, los indicadores que definen si un proyecto es viable o no son el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno). En este proyecto de acuerdo al análisis realizado, los indicadores muestran que el VAN alcanza un valor de \$ 731.209,01 en un horizonte temporal de 5 años y con una primera inversión de \$ 112.600,00, así mismo la TIR presenta un porcentaje del 10,41% siendo este un valor muy atractivo para los inversionistas considerando que el costo de capital para el país en la actualidad está alrededor del 8.54%.
- La calidad y la normativa vigente en el país forman parte fundamental del estudio y se puede concluir que en el campo práctico ayuda a los agricultores socios y no socios a tener una nueva alternativa para comercializar su cacao fino y de aroma dentro del cantón Echeandía, es así que todos los conocimientos adquiridos dentro de la malla curricular encajan adecuadamente para la implementación del proyecto de factibilidad.
- La metodología desarrollada ayuda a identificar datos de alta relevancia los mismo que ayudan a fundamentar de mejor manera proyecciones de cosecha, identificación de competidores y proveedores potenciales; que de una y otra manera influyen en el desarrollo sostenible de la propuesta en marcha.
- El Centro de Acopio de Cacao con propiedad de la UNORCIE, fomenta un desarrollo económico y social, permitiendo a los socios productores de cacao establecer formas de administración y comercialización asociativa, caminando juntos de la mano buscando mejorar la calidad de vida a todos, generando un impacto positivo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los Directivos de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE), actualizar los indicadores a medida que va incrementando la inflación o cualquier parámetro de compración.
- Que los actores de este tipo de proyectos se capaciten constantemente con la finalidad de estar al nivel de los grandes competidores y que los conocimientos adquiridos sean transmitidos a todos los actores con la finalidad de aumentar la cadena de valor sin tener ningún problema en los eslabones de acopio y transformación.
- A los miembros del Directorio de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE), seguir impulsando proyectos de desarrollo con productos propios de la zona, ya que la diversidad y la obtención de recursos hoy en día son muy limitados.
- A los miembros del Directorio de la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE), administrar de manera eficiente los bienes entregados por la cooperación internacional y estatal.

BIBLIOGRAFIA

- Carrión, R. (2010). Guía para la elaboración de proyectos, Quito.
- SENPLADES. (2013-2017), Objetivos Nacionales para el Buen Vivir: Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva. Políticas y Lineamientos Estratégicos, Quito: SENPLADES
- Bees, H, (2012). Estudio del Caso Sector Alimentos, Centro de Investigaciones Económicas de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, Quito: Edición FLACSO -MIPRO,
- Banco Central del Ecuador, (2014), Dirección de Estadística Económica, Evolución de la Balanza Comercial Enero-Diciembre, Quito: BCE
- SENPLADES, (2010). Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la seguridad de las familias campesinas y la soberanía alimentaria en los territorios andinos, Quito: SENPLADES
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar, (2012) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia Bolívar, Bolívar: GADPB
- López, A. (2010), Enfoques de Asociatividad entre Actores, Quito.
- Fundación Cooperación al Desarrollo y Promoción de Actividades Asistenciales, (2012) Lecciones aprendidas y orientaciones en el apoyo a empresas asociativas rurales y cooperativas en contextos de pobreza, Quito: CODESPA
- Ruralter, C. (2006). Estudio regional sobre Factores de éxito de las Empresas Rurales Asociativas, Quito.
- Ministerio de Industrias y Productividad, (2011). Reglamento a la estructura e institucionalidad establecidas en el Código Orgánico de la Producción. Clasificación de las MIPYMES, Quito: MIPRO
- Medina, F. (2012). Las Buenas Prácticas de Manufactura, una necesidad o un requisito en la Industria Alimentaria, Guayaquil.

ANEXOS

Anexo 01. Modelo de la Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



Objetivo.- Estudiar la factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de Cacao Fino de Aroma que preste beneficios económicos y sociales en la zona baja de Echeandía con propiedad de la UNORCIE.

Recomendación.- Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste con absoluta sinceridad.

ENCUESTA

1.- ¿Indique usted el nivel de extensión de cultivo que posee?

De 1 a 10 Hectáreas	
De 11 a 20 Hectáreas	
De 21 Hectáreas en adelante	

2.- ¿En qué sector se encuentra ubicadas sus plantaciones?

Monterrey	
San Eduardo	
San Francisco	
La Leonera	
Barraganete	
Oronguillo	
Guamagyacu	

3.- ¿Tipo de Cultivo?

Asociado	
No Asociado	

4.- ¿Qué tipo de cacao usted produce?

Cacao Nacional	
CCNN51	

5.- ¿Qué tipo de cacao vende?

Orgánico	
Convencional	

6.- ¿Cada cuánto tiempo corta usted su cacao?

Cada semana	
Cada 15 días	
Cada mes	

7.- ¿Dónde vende su cacao?

Exportadora Agrosven	
Comercial Escudero	
Comercial Cabrera	
Comercial Cisneros	

8.- ¿Cree usted que al existir un centro de acopio de cacao comunitario se eliminaría a los intermediarios y mejoraría los ingresos de las familias cacaoteras del cantón Echeandía?

SI	
NO	

9.- ¿La creación de un centro de acopio de cacao generaría fuentes de empleo a los habitantes de Echeandía?

SI	
NO	

10.- ¿Cree usted que con un centro de acopio incrementaría la actividad comercial (restaurants, librerías, farmacias, etc.) del cantón?

SI	
NO	

11.- ¿Estaría dispuesto a vender en un Centro de Acopio de Cacao comunitario propiedad de la UNORCIE a precio y peso justo?

SI	
NO	

12.- ¿Cómo está dispuesto a recibir el pago del cacao?

Cheque	
Pagare	
Efectivo	
Insumos	

13.- ¿Estaría dispuesto a participar en reuniones para organizarse por comunidad para facilitar el acopio de cacao?

SI	
NO	

14.- ¿Por qué razón vendería su producción a un centro de acopio comunitario y no a inventarios?

Precio Justo	
Peso Justo	
Facilidad de Transporte	
Por pago inmediato	
Calificación/Transparente	

15.- ¿Estaría dispuesto usted como productor a firmar un compromiso de venta con el centro de acopio manteniendo una negociación semanal?

SI	
NO	

16.- ¿Indique usted el número de quintales que cosecha en una hectárea de cacao?

De 1 a 4 quintales	
De 6 a 8 quintales	

Muchas Gracias por su Atención

Anexo 02. Siglas y Abreviaturas

MIPYMES.	Pequeñas y Medianas Empresas.
FOB.	Franco a Bordo o Libre.
PEA.	Población Económicamente Activa.
INEC.	Instituto Nacional de Estadística y Censos
GADPB.	Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Bolívar.
OSG.	Organización de Segundo Grado.
UNORCIE. Echeandía.	Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Cantón Echeandía.
BPM'S.	Buenas Prácticas de Manufactura
MIPRO.	Ministerio de Industrias y Productividad.
MSP.	Ministerio de Salud Pública
INCOP.	Instituto Nacional de Contratación Pública
IEPI.	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
MCCH.	Fundación Maquita Cushunchic Comercializando Como Hermanos
EPS.	Economía Popular y Solidaria.

FLACSO.	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
SEPS.	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
SRI.	Servicio de Rentas Internas.
Pág.	Página
Págs.	Páginas

Anexo 03. Fotografías.

Imagen N° 02 Socialización del Proyecto de Factibilidad.



Imagen N° 03 Encuesta Aplicada a Socios de la UNORCIE.



Imagen N° 04 Socia Cacaotera



Imagen N° 05 Área de Secado Centro de Acopio



Anexo 04. Documento Legal

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1291712017001
RAZON SOCIAL: UNION DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDIGENAS DEL CANTON ECHEANDIA UNORCIE
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: SANCHEZ SANCHEZ DIMAS MIGUEL
CONTADOR: ANDRADE ALARCON LUIS ENRIQUE

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 28/03/2003 **FEC. CONSTITUCION:** 28/03/2003
FEC. INSCRIPCION: 22/08/2003 **FECHA DE ACTUALIZACION:** 22/01/2014

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: BOLIVAR Cantón: ECHEANDIA Parroquia: ECHEANDIA Ciudadela: LA FLORESTA Referencia ubicación: JUNTO AL COMPLEJO DEPORTIVO LA FLORESTA Celular: 0992369171 Email: mlgesz53@yahoo.es

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- * DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACION MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCION: REGIONAL CENTRO III BOLIVAR **CERRADOS:** 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: ASCHAVEZ Lugar de emisión: GUARANDA/GARCIA MORENO Fecha y hora: 22/01/2014 15:17:39

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 1291712017001
RAZON SOCIAL: UNION DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS E INDIGENAS DEL CANTON ECHEANDIA UNORCIE

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

Nº. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 28/03/2003
NOMBRE COMERCIAL:			FEC. CIERRE:
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:			FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES
VENTA AL POR MAYOR DE CACAO EN CUALQUIERA DE SUS FORMAS
VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE CAFE EN CUALQUIERA DE SUS FORMAS
VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN ALMACENES ESPECIALIZADOS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: BOLIVAR Cantón: ECHEANDIA Parroquia: ECHEANDIA Ciudadela: LA FLORESTA Referencia: JUNTO AL COMPLEJO DEPORTIVO LA FLORESTA Celular: 0992369171 Email: miges253@yahoo.es



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: ASCHAVEZ Lugar de emisión: GUARANDA/GARCIA MORENO Fecha y hora: 22/01/2014 15:17:39