

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN FORMULACIÓN Y GESTION DE PROYECTOS

IV PROMOCIÓN

PROYECTO

TEMA

Fortalecimiento de capacidades locales para la comercialización de maní molido en el Recinto Estero de Piedras de la Parroquia Quinsaloma, Ventanas.

AUTOR

ANNYS LORENA JUMBO CASTRO

2006

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN FORMULACIÓN Y GESTION DE PROYECTOS

IV PROMOCIÓN

PROYECTO

TEMA

Fortalecimiento de capacidades locales para la comercialización de maní molido en el Recinto Estero de Piedras de la Parroquia Quinsaloma, Ventanas.

AUTOR

ANNYS LORENA JUMBO CASTRO

2006

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al Comité San Jacinto del Recinto Estero de Piedras, los cuales me han demostrado ser personas con un gran deseo de ser mejores día a día, trabajando mancomunadamente con honestidad y responsabilidad para crecer como organización e individualmente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al apoyo brindado por el Proyecto de Desarrollo Local, PROLOCAL, del Ministerio de Bienestar Social, al haberme escogido para realizar este estudio, que fortalece mis conocimientos y poder colaborar acertadamente en el proceso del desarrollo rural, además aprovecho para felicitar por sus múltiples y bien encaminadas actividades desarrolladas en pro del bienestar del sector rural del país.

Tabla de Contenidos

- 1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**
- 2. DATOS DE LA ORGANIZACIÓN PROMOTORA**
- 3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO**
- 4. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN**
- 5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**
- 6. PLAN DE EJECUCIÓN**
- 7. EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL PROYECTO**
- 8. ANALISIS DE IMPACTO AMBIENTAL**
- 9. ANEXOS**

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 ORGANIZACIÓN SOLICITANTE

COMITÉ PRO MEJORAS “SAN JACINTO”

1.2 TÍTULO DEL PROYECTO

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES LOCALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MANÍ MOLIDO EN EL RECINTO ESTERO DE PIEDRAS.

1.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto está ubicado en:

- Provincia: LOS RIOS
- Cantón: VENTANAS
- Parroquia: QUINSALOMA
- Recinto: ESTERO DE PIEDRAS

1.4 DURACIÓN DEL PROYECTO

Duración: 12 meses
Fecha de inicio: 1 DE OCTUBRE DEL 2006
Fecha de Finalización: 1 DE SEPTIEMBRE DEL 2007

2. ORGANIZACIÓN PROMOTORA DEL PROYECTO

2.1 RAZÓN SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

COMITÉ PRO MEJORAS “SAN JACINTO”

2.2 DIRECCIÓN

VIA LA ERCILIA – QUINSALOMA KM 6

2.3 TELÉFONO, FAX, CORREO ELECTRÓNICO

Celular: 09 – 1768256

09 - 8668198

2.4 REPRESENTANTE LEGAL

Sr. HECTOR ZAPATA ZAPATA

2.5 FECHA DE CREACIÓN Y ACUERDO DE LEGALIZACIÓN

El Comité Pro mejoras “SAN JACINTO”, fue creado el 2 de marzo de 1994, con acuerdo ministerial N° 00258

2.6 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE DEL PROYECTO

Ing. Annys Jumbo Castro

2.7 HOJA DE VIDA DE LA INSTITUCIÓN

- COEJECUTOR: PROYECTO DE FORTALECIMIENTO AGRICOLA CON RIEGO QUINSALOMA
- EJECUTOR: PROYECTO DE REACTIVACION Y DIVERSIFICACION DE CACAO, MANI Y HORTALIZAS

2.8 RAZÓN SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

COMITÉ PRO MEJORAS “SAN JACINTO”

2.9 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE DEL PROYECTO

Ing. Agrón. Annys Jumbo Castro

VISIÓN

“El Comité Pro Mejoras San Jacinto, para el año 2008, está dirigiendo su propia microempresa de elaboración de subproductos de maní y se ha consolidado en el mercado interno y externo como productor de pasta de maní de alta calidad, creando fuentes de trabajo que elevan el nivel de vida del recinto y aldeaños, además se ha fortalecido como organización, integrándose nuevos socios que trabajan por el desarrollo de esta actividad.”

MISIÓN

El comité Pro mejoras “San Jacinto”, ubicado en el recinto Estero de Piedras de la Parroquia Quinsaloma, reconocida jurídicamente mediante acuerdo ministerial MBS N° 000258, del 2 de marzo de 1994, creado para buscar soluciones a los diferentes problemas del recinto, tiene como propósito comercializar con valor agregado la producción de maní, para mejorar los ingresos de los socios, y a la vez se forman nuevas plazas de empleo en el proceso de elaboración.

VALORES

La organización actúa bajo los valores siguientes:

- Responsabilidad
- Solidaridad
- Perseverancia

3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

3.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

3.1.1 El Cultivo de maní como alternativa de ciclo corto

En el año de 1950 la familia Seminario – Ponce de Guayaquil parceló los terrenos de la hacienda La Palma que dio origen a lo que ahora es la Parroquia Quinsaloma. De acuerdo a la altitud y a factores edáficos se diferencian tres zonas de explotación agropecuaria como son: la zona baja que dedica sus tierras principalmente a los cultivos intensivos de ciclo corto como arroz, maíz y soya; la zona media que a más de cultivar el ciclo corto también dedica las tierras en menor cantidad a frutales como cacao, café y algunos árboles maderables, entre otros; y, la zona alta que se encuentra cultivada casi el 90% de cultivos perennes como cacao, cítricos, aguacate, café, árboles, existen ciertas unidades productivas con ganadería de leche, y como cultivo asociado siembran el maíz.

El recinto Estero de Piedras ubicado en la zona media de la parroquia Quinsaloma, se inicia con las familias Duarte, Molineros y Suárez según el orden de llegada. En la actualidad están asentadas alrededor de 70 familias, y se conforman por 225 hombres y 216 mujeres. Al principio contaba con una exuberante riqueza natural formada por múltiples especies vegetales y animales, que luego fueron reemplazados por cultivos más rentables de la época como era el café, más tarde vino la quiebra de esta actividad por el intenso ataque de la broca y los bajos precios, que llevó en la década de los años noventa a la tala indiscriminada de árboles y cafetales para la explotación extensiva de ciclo corto, destinando muy poca área para cultivos perennes. En 1980 se construyó la vía de segundo orden desde la Ercilia hasta la cabecera parroquial de Quinsaloma, quedando el recinto ubicado en el Km. 6 del trayecto de la vía, en 1993 en el gobierno de Sixto Durán Ballén se construyó el puente sobre el río Calabí, que conecta la parroquia con la vía Panamericana, permitiendo a los habitantes a sacar sus productos a los principales mercados del país. En el 2002 esta vía fue asfaltada en mejora de la comunicación y aumentando la plusvalía de los predios. El 5 de junio de 1992 fue dotado de energía eléctrica el recinto, además en el año 1964, se creó la escuela fiscal mixta Aguirre Abad, la que inicialmente fue un docente, ahora laboran tres profesores enseñando solo hasta el 4to año de Educación Básica. Así también el recinto cuenta con un Comité de Padres de Familia y el Comité Pro Mejoras “San Jacinto”.

El comité Pro Mejoras “San Jacinto”, se creó el 2 de marzo de 1994, mediante acuerdo ministerial N000258, se conforma por 19 socios y cinco socias fundadores, de los cuales actualmente existen 25 socios conformados por cinco mujeres y 20 hombres, además existen 3 socios aun no registrados.

Hasta la actualidad ha recibido el apoyo de diversas instituciones públicas y privadas como son el Ilustre Municipio de Ventanas, DINADER, CARE Internacional, FISE, FECD, y PROLOCAL.

Por las condiciones de clima y suelo, Quinsaloma es apropiada para el cultivo del maní, lo que hizo que en el año 2001 inicie la ejecución de un proyecto financiado por el Fondo Ecuatoriano Canadiense de Desarrollo, FECD, dirigido a todos los agricultores de la zona para que empiecen a cultivar maní como alternativa de ciclo corto, ya que cultivos tradicionales como el maíz y arroz no le deja utilidad al pequeño agricultor.

Como resultado de aquel proyecto se obtuvo un mejor conocimiento del manejo del cultivo por aquellos agricultores que decidieron innovar y se introdujeron variedades de mani comerciales, de mayor producción y precoces; sin embargo, cierta resistencia al cambio de muchos agricultores, no permitió lograr un volumen adecuado para comercializar asociativamente con venta directa.

El Comité “San Jacinto” en busca de solución a los diferentes problemas del recinto Estero de Piedras, retoma el cultivo de maní en el año 2004 mediante la ejecución de un Proyecto de Reactivación y Diversificación de Cacao, Maní y Hortalizas, con apoyo de PROLOCAL, donde se comercializaría asociativamente el maní, articulando poco a poco a los habitantes de la zona. En el cual se cultivó 23 cuadras de maní y se obtuvo una producción promedio de 27 qq de maní en grano/cuadra superando al promedio estimado de 25 qq de maní en grano/cuadra.

En el desarrollo de este proyecto se encontraron dificultades al momento de comercializar el producto, que limitaron el cumplimiento de los objetivos propuestos, identificándose las causas siguientes:

- El mercado actual está exigiendo maní molido, las amas de casa disponen de menos tiempo para preparar los alimentos.

- Precios bajos en la época de cosecha del grano
- El mercado es limitado para el maní en grano
- Se contamina fácilmente con hongos el grano de maní, dañándose la calidad en bodega
- Los bajos ingresos del agricultor, les obliga a dar su producto en precios irrisorios

3.2 CONTEXTO DEL PROYECTO

3.2.1 Ubicación del proyecto

La parroquia Quinsaloma, legalmente constituida el 15 de noviembre del año 1979, pertenece al Cantón Ventanas de la Provincia de los Ríos, limita por el Norte con la Provincia de Cotopaxi; por el Este con la Parroquia San Carlos del Cantón Quevedo; por el oeste con la Provincia de Bolívar y por el Sur con la Parroquia Zapotal. Se conforma por cuarenta y tres recintos, entre ellos el recinto Estero de Piedras donde pertenece el comité Pro – Mejoras San Jacinto.



3.2.2 Datos climatológicos

El Recinto Estero de Piedras, tiene un clima húmedo subtropical, con una precipitación media anual de 2000mm, con cuatro meses húmedos y 8 meses secos. La temperatura promedio es de 24.4 °C, la humedad relativa anual de 60 a 90%, la heliofania es de 1110 horas luz, el suelo tiene una textura franco arcillo arenosos.

3.3.3 Hidrografía

La parroquia se rodea por dos grandes ríos que son: el Río Calabí al sur, formado por la afluencia del río Chipe y río Calope, los suelos en su cuenca son francos arcillosos y muy fértiles. Por otro lado está el Río Umbe y en un tramo de su trayecto es el límite con la provincia de Bolívar y la Parroquia Quinsaloma, además se encuentran también el Río Lavatorio con el Estero de Piedras y El Zapote de Abajo, los que riegan la parte sur de la parroquia y lo que les convierte en zonas arroceras y de explotación del ciclo corto. Internamente, existe una red hídrica conformada por varios esteros como es el Estero de Piedras, Estero el Zapote, Estero La Guaneña, las Perdices, El Achiote, los cuales se mantienen con agua gran parte del año.

4. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

1.1 RAZONES QUE MOTIVAN LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

El Comité Pro Mejoras “San Jacinto” del Recinto Estero de Piedras de la parroquia Quinsaloma, cantón Ventanas, conformado por familias campesinas, que se desintegran cada vez más, porque sus miembros más jóvenes, deben obligados a abandonar sus tierras en búsqueda de fuentes de trabajo, para satisfacer sus necesidades básicas, porque año tras año son golpeados en su economía, al recibir bajos precios de sus cosechas de los cultivos tradicionales. Esto ha provocado un encarecimiento de la mano de obra familiar y por ende se incrementan los costos de producción que sumado a los bajos precios no dejan ninguna utilidad al productor. Por lo tanto, el comité buscó una nueva alternativa de cultivo y se capacitó en el manejo de los mismos, por esta razón decidieron cultivar maní, por ser una planta muy noble, ya que brinda un fruto con muchos nutrientes para la alimentación humana, y la planta con el aporte de nitrógeno, contribuye a recuperar los suelos desgastados por el monocultivo y el uso irracional de fertilizantes. Así como la cáscara puede ser devuelta al

terreno como mejorador de la estructura del suelo, o en lugares donde existe ganadería es aprovechada para ensilaje.

Las socias y socios del comité Pro Mejoras “San Jacinto”, tuvieron la experiencia de vender el maní en grano de forma asociada, sin embargo por ser un producto que una vez descascarado, el grano corre el riesgo del rápido envejecimiento de los aceites que contiene, dañando la calidad en condiciones inadecuadas de almacenamiento; las empresas como Maní Cris son muy exigentes con el grano, debiendo clasificar con mucho esmero y como resultado queda una gran cantidad de granos que pueden ser aprovechados mediante un proceso de transformación; a esto se suma los deficientes canales de comercialización existentes en el país y la falta de compromisos serios de los comerciantes, provocaron que se detuviera esta actividad temporalmente en la organización, hasta esperar un precio que sostenga esta actividad, ya que los costos de producción no permiten vender el producto al precio de esta temporada, para que deje a las familias un beneficio neto aceptable.

Las familias del comité determinaron que para poder continuar cultivando maní, es necesario entregar al mercado una presentación que alargue la duración en perchas del maní, y lograr así obtener y mantener un precio acorde a la inversión realizada, aprovechando la mayor cantidad de granos en la clasificación.

Por esta razón, algunos socios decidieron iniciar con el proceso de obtener maní molido en forma casera, ofreciéndole a las tiendas de la cabecera parroquial, recibiendo con satisfacción la buena acogida de su producto, sin embargo, no pueden continuar por carecer de equipos que procesen con más rapidez, y mayor volumen.

Esta experiencia les demostró que el quintal de maní en grano alcanza actualmente el precio de \$24, mientras que el quintal de maní molido se cotiza en el mercado nacional entre \$70 y \$80. Al recorrer mercados de los centros poblados los comerciantes prefieren comprar el maní molido antes que en grano, ya que así tiene “rápida salida” tomando palabras textuales de ellos.

Por lo que es importante vender el maní con valor agregado, merecedor de un mejor precio y estabilidad del mismo, así como una demanda cada vez mayor. Este es el motivo de presentar la propuesta de proyecto de comercializar el maní con un proceso de transformación a pasta

de maní, agregándole valor al producto y abriendo nuevas fuentes de trabajo para los habitantes del sector e indirectamente a la región, lo que fortalecerá al débil núcleo familiar actual.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

5.1 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

5.1.1 Caracterización de los Beneficiarios

Los beneficiarios directos de este proyecto son las 25 familias que componen el comité San Jacinto, e indirectamente beneficiaria a todos los habitantes del recinto y de la parroquia.

5.1.1.1 Población.

La parroquia Quinsaloma según el último (VI) censo poblacional del 2001, tiene un total de 13150 habitantes, de los cuales 6163 son mujeres y 6987 son hombres, con una tasa de crecimiento demográfico del 1.44 %, la migración es de 1.22%, con una densidad demográfica de 41 personas por kilómetro cuadrado.

5.1.1.2 Pobreza

El 75.7% de la población total de Quinsaloma está ubicada en el área rural, o sea en los recintos, del cual el Recinto Estero de Piedras tiene 441 habitantes conformado por el 51% de hombres y el 49% de mujeres.

En esta parroquia se ha determinado que el 84.6% de su población total vive en la pobreza y de este el 34.5% está por debajo del índice de la indigencia, lo que significa que gran parte de la población no puede satisfacer cómodamente sus necesidades básicas de alimentación, vivienda, educación y vestido, siendo imposible tener acceso a la canasta básica de alimentos. Así también el 50% de la población vive en condiciones de extrema pobreza, por esta razón la parroquia Quinsaloma se ubica como una de las más pobres de la provincia de Los Ríos y del país.

5.1.1.3 Educación

Esta parroquia presenta un serio problema educativo, lo que se profundiza más en el área rural, ya que no existe infraestructura adecuada a la necesidad escolar, carecen de materiales y del personal docente completo con estadía en el sitio. Es

así que sólo el 49% de la población ha tenido una primaria completa y el 7% una secundaria completa, lo que es corroborado con la tasa neta de asistencia básica del 74% y solo el 23.5% va a la secundaria, reflejando el poco acceso a la educación media. Las causas son varias, entre ellas el desinterés de la población por educarse más allá de la escuela; los niños deben colaborar en las actividades agrícolas de la familia a más de que los planteles educativos para muchas familias están muy alejados, todo esto sumado al quemimportismo de los profesores por convertirse en entes de apoyo a la comunidad.

5.1.1.4 Salud

En cuanto a salud, existe un subcentro y dos dispensarios médicos del IEES, con grandes falencias en su equipamiento y donde sus médicos no dan atención permanente, por lo que la mayoría de la población no tiene acceso a los servicios de salud y menos aún de calidad, lo que les obliga a acudir a los hospitales y clínicas de Quevedo, Ventanas o El Corazón para recibir asistencia médica.

5.1.2 Formas de Participación Social de los Beneficiarios

El comité San Jacinto con sus socios serán quienes estarán al frente de la ejecución de este proyecto en todas sus fases. A partir de sus experiencias y participación se pudo hacer un diagnóstico de la situación identificando el problema, determinar causas y efectos y la posible solución al problema.

Los socios son personas muy dinámicas y motivadas para trabajar en comunión, están conscientes de que solo unidos vencerán las dificultades hacia días mejores, lo que es apoyado por una dirigencia que actúa con transparencia y responsabilidad. Ellos están involucrados en la formulación de este proyecto, y están dispuestos a gestionar su financiamiento, por lo que saben que en la ejecución del mismo deben capacitarse mejor para enfrentar con éxito este nuevo reto.

5.1.3 Caracterización de las Condiciones y Problemática de la Mujer

La sociedad en el Rcto. Estero de Piedras es eminentemente machista, por lo que en la mayoría de hogares, la mujer es relegada a las tareas específicas del hogar, generalmente ésta tiene una actitud pasiva y conformista sin participar en la toma de decisiones. Su principal actividad es de asegurar la preparación de los alimentos para la familia y de la limpieza, y sus ratos libres son absorbidos por programas chatarras de la televisión ecuatoriana, si fuere el caso de tener hijos escolares asiste a las reuniones de “padres de familia”, pero sus decisiones

responden a la voluntad del esposo. A pesar de que su labor es muy importante, no es valorada, sin recibir algún estímulo económico y muchas veces hasta se humilla y desprecia su aporte al hogar. Esto ha hecho que tenga una baja autoestima y no se sienta capaz de participar en las reuniones que se organizan por los diferentes organismos de ayuda social. Así mismo, no existen programas encaminados a dar espacio al aporte femenino en la sociedad, permitiéndole ponerse al frente de nuevas responsabilidades

El comité cuenta entre sus filas con cinco mujeres, por las cuales este proyecto permitirá que ellas se capaciten y asuman responsabilidades en la administración y control de los recursos del proyecto, además trabajen directamente en el proceso de transformación del maní, porque será necesaria la contratación de solo mujeres en la labor de clasificación, selección, limpieza, tostado y empaque del maní molido.

5.1.4 Mecanismos de participación de los Beneficiarios en las Decisiones.

Para la ejecución del proyecto se formaran comités de control, de fiscalización, de adquisiciones de materiales, comité de gestión, y un comité de comercialización. Estos deberán mantener informados a todos los socios de las inversiones hechas, del estado de pérdidas y ganancias, de las actividades realizadas y por realizarse. Las decisiones se tomarán mediante asamblea y donde el presidente del comité San Jacinto pondrá a consideración de la sala.

5.1.5 Actividades de Capacitación Dirigidas a los Beneficiarios

Los beneficiarios serán capacitados principalmente en:

Formación y manejo de microempresas

Procesamiento e Industrialización del maní.

Marketing y comercialización del maní.

5.2 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL PROYECTO

5.2.1 Finalidad del Proyecto

Contribuir a incrementar los ingresos de los agricultores en el recinto Estero de Piedras, con la participación de hombres y mujeres del comité San Jacinto en la microempresa de maní molido.

5.2.2 Propósito del Proyecto

Fortalecimiento de las capacidades locales para la comercialización de maní con valor agregado.

5.2.3 Componentes del Proyectos

Formar una microempresa de procesamiento de maní a maní molido.

Capacitación en formación y manejo de microempresa

Capacitación en procesamiento de maní

5.3 ESTUDIO DE MERCADO

5.3.1 ESTRUCTURA DEL MERCADO

Mercado: Es el ámbito donde se realizan las actividades por medio de las cuales se ponen en contacto la oferta y la demanda. En él se realiza la lucha entre dos fuerzas contrarias (la oferta y la demanda) a fin de conseguir el precio más conveniente para cada una de ellas.

A continuación se explica cada uno de las estructuras de mercados existentes en el medio:

La competencia perfecta.

Este mercado es aquel en el que existen gran cantidad de compradores y vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Sus características fundamentales son:

- Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes.
- Homogeneidad del producto. No hay diferencias entre los productos que ofrecen.
- Transparencia del mercado. Todos los participantes conocen las condiciones en que opera el mercado.
- Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas podrán entrar y salir del mercado.

El monopolio.

En este mercado existe un solo oferente (vendedor) que determina el precio. El empresario monopolista, desempeña un papel determinante en el proceso de fijación del precio del mercado. Ello se debe a que la curva de demanda del monopolista es la curva de demanda del mercado.

Los mercados oligopolios.

Se sitúa entre la competencia perfecta y el monopolio. Aquí existe un número reducido de vendedores, frente a una gran cantidad de compradores, donde los primeros ejercen algún tipo de control sobre el precio.

Los mercados de competencia monopolística.

Estos mercados surgen cuando existen muchos vendedores pero cada uno de ellos es capaz de diferenciar su producto del fabricado por los competidores, actuando como monopolista de marca, y se enfrenta a la curva de demanda con inclinación negativa.

Monopsonio.- Caso de un solo comprador de una mercancía, (por lo general, un insumo)

Oligopsonio.- Caso de pocos compradores de una mercancía o producto.

De acuerdo a los conceptos anteriores, el mercado del maní molido de acuerdo a la demanda es de competencia perfecta, ya que existen muchos compradores y muchos vendedores, así como la libertad de entrar y salir del mercado

5.3.2 ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se definen tres etapas cronológicas de la información en el estudio de mercado, o sea un antes, durante y después como se comporta el mercado, por lo que tenemos:

Análisis histórico del mercado.

Este análisis tiene como objetivos recopilar toda la información que sirva para proyectar situaciones futuras del mercado como demanda, oferta, precio, y otros que se considere

importante en este estudio. Así también este análisis evalúa los resultados y sus efectos de las decisiones que se tomó, como ejemplos para corregir o mejorar.

El maní es originario de América, y se ha distribuido en Europa y África, por ende el cultivo del maní ya es una actividad que lleva muchos años siendo explotada. Sin embargo, el maní molido en nuestro país, es relativamente nuevo ya que las amas de casa anteriormente adquirirían el maní en grano para procesarlo caseramente a maní molido, así como también eran escasas las máquinas adecuadas para hacerlo.

Análisis vigente del mercado.

En el mercado, el maní está limitado únicamente a satisfacer la demanda para consumo humano directo y la industria de confitería, mientras que la industria aceitera no participa en él, factores que han impedido la expansión del cultivo para cubrir amplias zonas potenciales que el país posee.

El mercado del maní molido en la actualidad, se puede asegurar que tiene buena aceptación entre los consumidores, como lo aseguran las encuestas realizadas. El producto es muy consumido para la preparación de algunos platos, ya que el ama de casa actual busca preparar los alimentos en menor tiempo.

Así mismo, se observa en la actualidad diferentes empresas que ofertan la maquinaria industrial para procesar el maní en molido para poder entregarle al consumidor un producto de rápida utilización, lo que le evita perder tiempo innecesariamente.

Análisis de la situación futura.

En base a la información histórica y actual se puede determinar el comportamiento futuro del mercado, tanto la proyección de la oferta como la demanda del maní molido.

Creando una cultura de consumo con una buena estrategia de marketing, donde se indique su valor nutritivo para las personas, ayudaría a incrementar la demanda de este producto.

5.3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El producto en estudio es el maní molido que es el resultado de varias etapas de procesamiento del maní en grano para su transformación a partir.

El nombre científico del maní es *Arachis hipogaea* L., pertenece a la familia de las leguminosas sin embargo se la considera dentro de las oleaginosas. Es originaria de América y actualmente está distribuida en Europa especialmente en Inglaterra y en los bosques de África central y oriental, gracias a su valor alimenticio se ha dispersado, encontrándose también en Asia.

El maní es una planta sorprendente, no sólo por su modalidad de fructificación sino también por su extraordinaria rusticidad, tanto para soportar la sequía como a condiciones adversas físicas e incluso químicas del suelo.

Esta planta desarrolla sus frutos dentro del suelo. Su tallo es rastrero y veloso, el fruto tiene una cáscara coriácea y varias semillas oleaginosas comestibles luego de ser tostadas. Tiene un ciclo vegetativo que va de 90 a 120 días, según la variedad y las condiciones climáticas. En general se busca desarrollar nuevas variedades con características como:

Maduración uniforme

Alto contenido de aceite

Ciclo vegetativo corto

En nuestro país actualmente se cultivan principalmente variedades como: Tarapoto, INIAP 380, Caramelo, criollo, rosita, siendo el Tarapoto el más comercializado en el mercado nacional.

Esta planta exige un buen suministro hídrico, y la época de mayor requerimiento de agua es desde la floración hasta comienzos de la maduración del fruto, la cosecha debe coincidir con el tiempo seco, y se realiza en el país arrancando manualmente la planta, se deja secar en el terreno para el posterior despique de las vainas y luego a la trilla para obtener el grano. Estas labores de cosecha y poscosecha del grano forman el mayor rubro que eleva los costos de producción de la hectárea de maní.

El maní puede rendir de 25 a 30 % de cáscara y de 70 a 75 % de semilla con algunas diferencias entre variedades. El rendimiento promedio del maní es de 25 qq de semilla en grano por cuadra lo que equivale a 35 qq de semilla de maní por hectárea.

En regiones de grandes extensiones sembradas, la mayor productividad para el cultivo del maní se encuentra en los Estados Unidos, influenciado por el mayor desarrollo tecnológico, con 2.842 kilos/ha en maní cáscara. Los rendimientos en los principales países maniceros de América del Sur son de 2.000, 1.713, 1.100 y 1.778 kg/ ha para Argentina, Brasil, Paraguay y Venezuela, respectivamente.

La semilla sirve para la extracción de aceites de buena calidad para utilizarlo como aceite crudo de mesa o para mezclarlo con otros aceites vegetales, así como de sustrato en la industria de productos enlatados de mar. Igualmente, del aceite se deriva la fabricación de otros productos como mantecas vegetales, margarinas, mayonesas, cosméticos, jabones y otros productos farmacéuticos.

Después de removido el tegumento, la semilla se usa en la preparación de maní tostado o salado, en la preparación de mantequilla, en la industria de dulces, galletas, helados y en la obtención de harina comestible después de extraído el aceite, la cual se emplea en la preparación de alto contenido del complejo vitamínico B y de bajo contenido de carbohidratos, recomendados especialmente en la alimentación de diabéticos. La semilla de maní de las variedades comúnmente cultivadas contiene de 45 a 55% de aceite y 25 a 30% de proteína. No obstante, existe considerable variación genética dentro de la especie de maní (*Arachis hypogaea* L.) lo que indica la posibilidad de mejorar tanto el contenido como la composición del aceite y la proteína.

5.3.4 CARACTERIZACION DEL PRODUCTO.

Un producto puede ser cualquier elemento que puede ofrecerse a un mercado para atención, adquisición, uso o consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Dicho elemento será un bien, un servicio, un lugar, una planta, un animal, una persona o una idea.

El maní molido es un procesado del maní en grano, se caracteriza por su consistencia pastosa, con un alto contenido de aceite, listo para el uso en la preparación de varios platos típicos del país. El producto es color amarillo oscuro y se compone el 100% de maní, no lleva ninguna mezcla con algún ingrediente, ni preservantes, colorantes ni aromatizantes. Al ser empacado al vacío y en condiciones asépticas puede tener varios meses en almacenamiento a temperatura normal entre 18 a 23°C. Una vez abierto puede almacenarse hasta 4°C.

El maní contiene de 32 a 35% de proteínas y de 40-50% de grasa y además cistina, tiamina, riboflavina y niacina. Es altamente nutritivo y en consecuencia tienen una parte de importancia en la dieta de millones de gentes que no pueden adquirir proteínas y grasas animales.

Clasificación por su uso y por su efecto

El maní por su uso de acuerdo a su destino es un producto de consumo final, ya que satisface las necesidades de las amas de casa utilizando directamente en la alimentación humana al preparar platos como son: la guatita, el viche, la cazuela, sancocho de pescado, salsa de maní, sango, hornado de choncho, greñoso, corviche, ají con maní, bollo de pescado, entre otros.

La clasificación por su efecto puede ser:

- **Nuevos e innovadores.-** Analiza un nuevo producto que no es el tradicional, pero es similar por composición físico-química, por el grado de satisfacción que reporta a todos los consumidores, comparándolos entre ellos.
- **Los iguales al que será producido.-** Son bienes con los que competirá el producto en el mismo mercado. Son la oferta y la demanda actual.
- **Los productos similares.-** Incluidos los llamados bienes sustitutos y sucedáneos.

El maní molido por su efecto en el mercado va a competir con otros iguales, ya que este producto está varios años en el mercado, por la necesidad de las amas de casa para preparar suculentos platos.

En lo referente a si existe en el mercado un producto sustituto del maní molido, cabe indicar que por su uso de consumo final en la preparación de los platos arriba mencionados, no se ha encontrado un producto que no sea igual y que satisfaga las mismas necesidades del consumidor, influido por las preferencias o nivel de ingreso que posea. Difícilmente se podría prescindir de maní molido al preparar una guatita, un viche, o un bollo de pescado.

5.3.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

La investigación de mercado es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para apoyar el proceso de toma de decisiones. Aprovecha la estadística y el análisis para suministrar información, además de constituir una herramienta básica de captura de información. La información que se obtiene es fiable y homogénea en su generación, por lo tanto debe ser precisa, rápida y económica.

5. 3.5.1 Objetivos de la investigación de mercados.

Objetivo General

Para que el comité pueda decidir en la creación de la microempresa de procesamiento de maní, debe necesariamente:

- Cuantificar el tamaño potencial del mercado de los centros poblados donde quieren vender el maní procesado.

Objetivos Específicos

- Identificar la preferencia del consumidor hacia el maní molido.
- Determinar la frecuencia y la cantidad de compra del maní molido.
- Identificar cuantas marcas de elaborados del maní están posesionadas en el mercado.
- Determinar los canales de comercialización como se ubica el elaborado de maní en el mercado.
- Describir los diferentes conceptos en cuanto a la calidad nutritiva del maní que el consumidor conoce.

5.3.6 SEGMENTACION DE MERCADO

La segmentación del mercado es un proceso donde se identifica a un grupo de compradores homogéneos para los cuales se puede plantear una estrategia comercial diferente, es decir, se divide el mercado en varios mercados más pequeños o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores.

Un mercado puede ser segmentado bajo diversas variables como son:

Cuadro 1. Variables de segmentación de mercados

VARIABLES	SUBVARIABLES
VARIABLES GEOGRÁFICAS: VARIABLES DEMOGRÁFICAS:	País, región, ciudad, área de residencia, clima.
Edad	Niños, jóvenes, adultos.
Género	Femenino, masculino.
Tamaño de la familia	1, 2, 3, 4,n integrantes.
Ciclo de vida familiar	Niños, jóvenes ó ancianos: Solteros, unión libre, casados.
Ingresos	De 0 a 99 USD, de 100 a 199, de 200 a 399, de 400 a 499, de 500 a 999, más de 1000 USD.
Ocupación	Estudiante, profesional, técnico, gerente, ama de casa, etc.
Educación	Nivel: pre primario, primario, secundario, universitario, masters, especialistas, doctorados, PhD`s.
Religión	Católicos, budistas, protestantes, evangélicos, judíos, otros.
Raza	Blancos, negros, mestizos.
Nacionalidad	Ecuatorianos, peruanos, europeos.
VARIABLES PSICOGRÁFICAS:	
Clase social	Indigencia, pensionistas y viudas, media baja, media, media alta, alta.
Estilo de vida	Triunfadores, luchadores, mediocres, conformistas, emprendedores, facilistas.
Personalidad	Compulsiva, autoritaria, ambiciosa, impulsivo.
VARIABLES CONDUCTUALES:	
Ocasionales	Especiales, regulares.
Beneficios	Calidad, servicio, economía, rapidez, conveniencia.
Índice de utilización	Ninguno, mínimo, mediano, constante.

En nuestro caso para segmentar el mercado de maní molido, se consideró lo siguiente:

Variables geográficas:

Ciudad. Se investigará en los consumidores finales de las poblaciones de Quinsaloma, y alrededores como son Las Naves, San Luís de Pambil, Moraspungo y Ventanas.

Área de Residencia. Se dirigirá a todos los consumidores finales que preparan platos con el maní molido.

Variables Demográficas:

El segmento del mercado del maní molido que se analiza son las familias del área urbana de los poblados antes mencionados.

Ocupación. Como subvariable se ha tomado en cuenta a las amas de casa de las familias.

5.3.7. TAMAÑO DEL UNIVERSO.

Luego de analizarse las variables para nuestro segmento del mercado, es necesario determinar el tamaño del universo, para lo cual se conceptualiza algunos términos a utilizarse.

Mercado:- Es un espacio con características propias donde se encuentran y se enfrentan la oferta y la demanda.

Universo:- Es el conjunto de todos los elementos definidos antes de tomar la muestra. Se le asigna la letra "N".

Muestra:- Es un segmento representativo del universo. Y se le a asignado la letra "n". Una muestra es representativa cuando se forma por un número suficiente de elementos tomados al azar del universo.

E este estudio el universo del proyecto son los centros poblados de las parroquias Quinsaloma, Las Naves, San Luis de Pambil, Ventanas y Moraspungo. De esto se determinó el número de familias dividiendo la población para el promedio de integrantes de la familia

Cuadro 2. Hogares del área urbana de los centros poblados del estudio

Parroquia	Nº de habitantes	Promedio por familia	Nº de hogares	%
Quinsaloma	3192	5	638	8
Las Naves	1191	5	238	3
San Luis de Pambil	484	5	97	1
Moraspungo	2190	5	438	6
Área Urbana Ventanas	32425	5	6485	82
TOTAL	39482		7896	100

Fuente: SIISE

5.3.8 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se debe definir la población meta del proyecto

ELEMENTO: Amas de casa

UNIDAD DE MUESTREO: Mujeres amas de casa

ALCANCE: Quinsaloma. Las Naves, San Luís de Pambil, Moraspungo, Ventanas

MARCO MUESTREAL: Lo constituyen las amas de casa de los hogares del sector urbano de los poblados de Quinsaloma. Las Naves, San Luís de Pambil, Moraspungo, Ventanas.

Para definir el tamaño de la muestra se tomó como población a los hogares de los poblados antes señalados. A lo cual se aplica la fórmula siguiente:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * N + z^2 * p * q}$$

Donde:

- n** = Tamaño de la muestra.
- Nc** = Nivel de confianza.
- z** = Valor de z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza.
- N** = Tamaño de la población.
- p** = Porcentaje de aceptación del producto
- q** = Proporción de rechazos.
- e** = Error.

Datos:

- n** = ?
- Nc** = 92%
- z** = 1.75
- z²** = 3,0625
- N** = 7896 hogares
- p** = 50% = 0.50
- q** = 50% = 0.50
- e** = 8% = 0.08
- e²** = 0,0064

En estadística se recomienda que se debe tomar en cuenta valores conservadores, es por ello que se toma un porcentaje de éxito del 50% y uno de rechazo del 50%. Aplicando estos datos a la fórmula anterior, el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{3,0625 * 7896 * 0,50 * 0,50}{0,0064 * 7896 + 3,0625 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{6045.38}{51.30}$$

$$n = 117 \text{ hogares.}$$

Por lo tanto los resultados obtenidos fueron:

Cuadro 3. Número de encuestas en los poblados de Quinsaloma, Las Naves, S. Luís de Pambil, Moraspungo y Ventanas

Parroquia	Nº de hogares	Nº de Encuestas
Quinsaloma	638	9
Las Naves	238	4
San Luís de Pambil	97	1
Moraspungo	438	7
Área Urbana Ventanas	6485	96
TOTAL	7896	117

5.3. 9 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para el presente estudio de mercado se consideró lo siguiente:

Diseño de la investigación

El tipo de investigación que se utilizará en este estudio es un Diseño Descriptivo, transversal, individual. Porque mediante encuestas se tomó la información una sola vez a la muestra de la población.

Instrumentos de Recolección de Datos

Para este estudio se requirió de tomar información primaria por medio de encuestas.

Esta encuesta fue dirigida para consumidores finales en Quinsaloma, Las Naves, San Luis de Pambil, Moraspungo y Ventanas. El tipo de escala que se utilizó en las dos encuestas es nominal.

Potenciales Consumidores:

Identificamos los consumidores potenciales, determinando específicamente al consumidor final como son las amas de casa, que habitan en los centros poblados ubicados en la parroquia Quinsaloma y alrededores.

Determinación del tipo de muestra.

El muestreo es la técnica que selecciona la muestra con el método probabilística o el no probabilística. Para esta investigación se utilizó el muestreo probabilística estratificado, para luego seleccionar la muestra aleatoria simple en cada poblado.

Diseño de la encuesta:

Se diseñó la encuesta con preguntas sencillas, para conocer el comportamiento de los consumidores. Cabe indicar que las encuestas fueron tomadas 98 en el área comercial de la ciudad de Ventanas, y el resto según el número en los demás poblados dentro del estudio.

5.3.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los individuos solicitan para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

5.3.10.1 Clasificación de la demanda

La demanda de un producto, puede varios orígenes como son las necesidades del hombre, tiempo, su destino y en la estructura del mercado existente.

En relación a las necesidades que cubre.-

- **Demanda de bienes socialmente básicos**, la sociedad los requiere para su desarrollo y crecimiento, se relacionan con: alimentación, vivienda, vestido, salud.

- **Demanda de bienes no necesarios**, se deriva de una necesidad creada artificialmente, por gustos y preferencias.

En relación con su temporalidad.-

- **Demanda continua**, aquella que se ejerce permanentemente a lo largo del año.
- **Demanda cíclica o estacional**, se relaciona de alguna forma con los períodos del año. Así, tenemos: las flores, los pinos navideños, los juguetes.

De acuerdo a su destino.-

- **Demanda final**, la que se identifica con los bienes finales.
- **Demanda intermedia**, las empresas adquieren el bien como materia prima para sus procesos productivos.
- **Demanda para exportación**, son empresas nacionales o extranjeras que destinan los bienes a mercados de otros países.

De acuerdo a la estructura del mercado existente.-

- **Sustitución de importaciones**, cuando el mercado es abastecido por oferta extranjera y se identifica la posibilidad de satisfacerlo con producción interna.
- **Demanda insatisfecha o potencial**, cuando la oferta es restricta, existe un mercado insatisfecho y potencial para ampliarlo.
- **Mercado cautivo o integrado**, es aquel que esta bajo un contrato o convenio o por constituirse en único comprador o bien porque la integración de procesos permite asegurar la compra de lo producido.

El maní molido cubre las necesidades básicas de alimentación por lo tanto se lo clasifica en demanda de bienes socialmente básicos, por otro lado, su consumo aunque en semana santa aumenta un poco más, se clasifica por su temporalidad como de demanda continúa.

De acuerdo a su destino satisface la demanda final e intermedia porque es requerido en los restaurantes

5.3.10.2 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

El objetivo fundamental de realizar el análisis de la demanda, es determinar los factores que afectan el comportamiento de los consumidores del maní molido para que pueda competir efectivamente en el mercado ecuatoriano. Los factores que afectan a la demanda son los siguientes:

Tamaño y crecimiento de la población.

En este proyecto se considera como población objetivo a los hogares existentes en el sector urbano de las parroquias Quinsaloma, San Luis de Pambil, Moraspungo y la cabecera cantonal de Ventanas y Las Naves. Donde se estima que el promedio de miembros por familia es de cinco personas.

Para proyectar la demanda de la población se utiliza la siguiente fórmula:

$$P = P_0(1 + i)^n$$

Donde:

P = Población.

P₀ = Población año anterior.

i = Tasa de crecimiento poblacional.

n = Número de períodos.

Datos:

⁽¹⁾ i = 1.44% = 0.0144

n = 1

Cuadro 4. Proyección de la demanda del maní molido en los poblados de Quinsaloma, Ventanas, San Luis de Pambil, Moraspungo, Las Naves.

Año	Población	Promedio/ hogar	Nº hogares
2006	42406	5	8481
2007	43017	5	8603
2008	43636	5	8727
2009	44265	5	8853
2010	44902	5	8980

¹ INEC / Resultados del VI censo de población y V de vivienda / Ecuador / año 2001

2011	45549	5	9110
2012	46205	5	9241
2013	46870	5	9374
2014	47545	5	9509
2015	48230	5	9646
2016	48924	5	9785

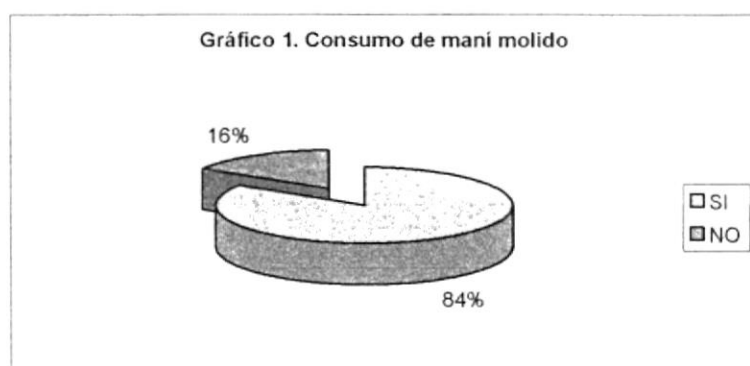
Al incrementar la población año tras año es una oportunidad para lograr captar este mercado potencial.

Hábitos de consumo y compra.

Los hábitos de consumo en una población son el reflejo de la demanda del mercado. Los datos obtenidos por la encuesta a los consumidores finales al hacerles la pregunta si consumen maní molido, determina que el 84 % de los encuestados consumen maní molido es decir 98 personas de las 117 que era el total encuestado manifestó consumir el producto en estudio. Mientras, que 19 personas no consumían por diferentes razones, que equivale al 16% de los encuestados, como se lo aprecia en la siguiente tabla:

Cuadro 5. Consumo de maní molido

Variable	Frecuencia	%	% acumulado
SI	98	84	84
NO	19	16	100
TOTAL	117	100	



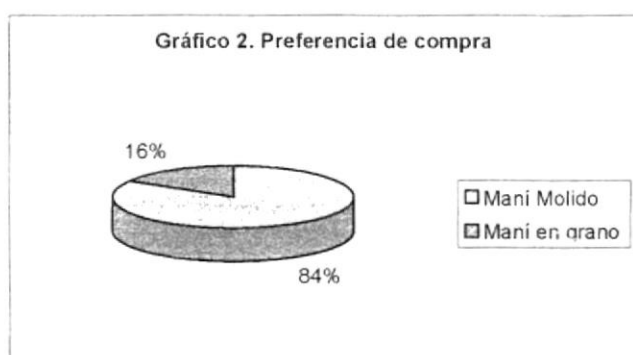
Del total de hogares encuestados el 84% adquiere maní molido, lo que equivale que 6633 hogares de Quinsaloma y sus alrededores consumen maní molido.

Así mismo, se quiso saber si preferían comprar el maní ya molido o comprar el maní en grano para hacerlo en su hogar, de lo cual podemos observar que el 84% de los encuestados prefieren comprar el maní ya molido, sin embargo aún existe el 16% de encuestados que compran el maní en grano para luego tostarlo en su hogar y molerlo.

Cuadro 6. Preferencia de compra del maní

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Maní en grano	16	16	16
Maní molido	82	84	100
Total	98	100	

Este gráfico nos explica que de los 6633 hogares que si consumen maní molido, el 84 % que equivale a 5572 hogares de la zona en estudio se inclinan por adquirir el maní ya molido, mientras que 1061 hogares compran el maní en grano para luego procesarlo caseramente, lo que les asegura una mejor calidad sin mezclas.



5.3.10.3 DEMANDA ACTUAL DEL MANI MOLIDO.

Para determinar la demanda actual en el área en estudio, partimos de la información levantada con las encuestas realizadas a los consumidores finales.

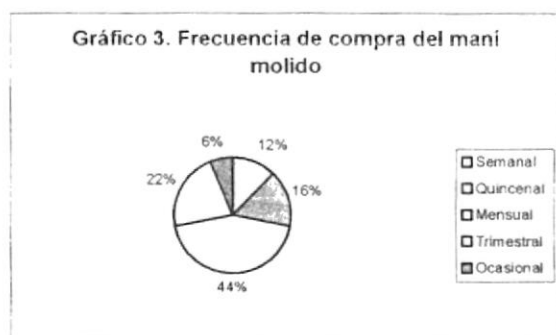
Observando las preferencias de los consumidores existen 1061 hogares que obtienen el maní molido con sus propios medios, los cuales se descartarían como potenciales consumidores del maní molido que el proyecto ofrecería. Por lo tanto, nuestra demanda está dada por aquellos

hogares donde los padres salen a trabajar y el tiempo es muy valorado; y, por aquellos sitios donde se oferta alimentos preparados. Esta demanda está dentro de los 5572 hogares que compran el maní molido.

En cuanto a la frecuencia de compra se observa que el 44% de los consumidores se inclinan a comprar el maní molido mensualmente, lo que significa que 2452 hogares consumen maní una vez mensualmente. A esto le sigue el 22% de consumidores que compran trimestralmente, el 16% lo hace quincenalmente, un 12% adquieren semanalmente y el 6% de los 5572 hogares compran ocasionalmente el maní molido.

Cuadro 7. Frecuencia de compra del maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Semanal	10	12	12
Quincenal	13	16	28
Mensual	36	44	72
Trimestral	18	22	94
Ocasional	5	6	100
Total	82	100	



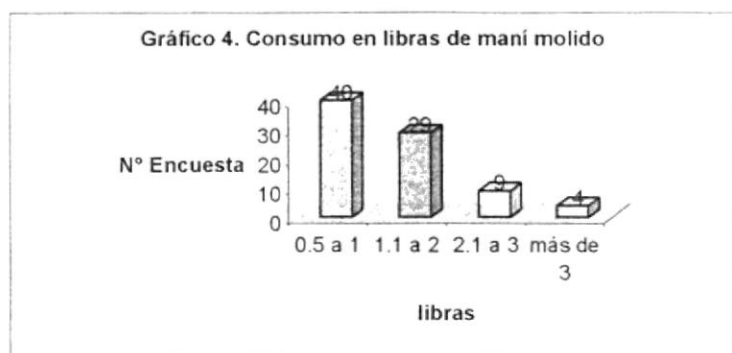
El gráfico 3 nos indica que nuestra principal demanda se concentra en el 72% de los hogares que compran frecuentemente maní molido lo que equivale a 4012 familias, mientras que existe 1226 hogares que lo hacen en períodos más largos (trimestre) y en cambio 334 hogares lo hacen ocasionalmente. Por lo tanto, la mayor inclinación de los consumidores es comprar el maní molido mensualmente y para este proyecto será considerado en los cálculos pertinentes.

En lo referente a la cantidad de libras que consumen en los hogares podemos determinar que de los 5572 hogares existe un 84% que consumen promedio entre 1 a 2 libras, el 11%

consumen entre 2 a 3 libras y un 5% más de tres libras, como se observa en el cuadro y gráfico siguientes:

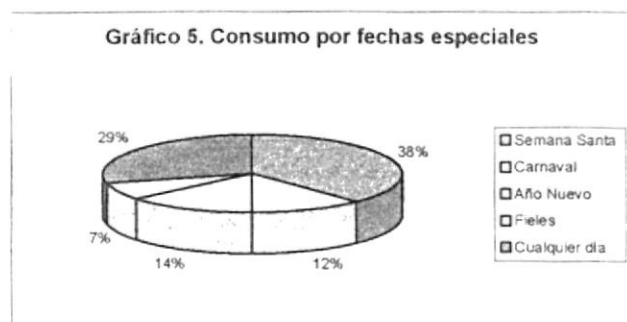
Cuadro 8. Consumo en libras del maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
0.5 a 1	40	49	49
1.1 a 2	29	35	84
2.1 a 3	9	11	95
más de 3	4	5	100
Total	82	100	



De acuerdo a estos resultados se concluye que el promedio de consumo es de 1.25 lbs por hogar, y de acuerdo a la mayor frecuencia de compra es mensual, por lo que el 72 % de hogares (4012 hogares) están dentro de esta frecuencia y determina que el área en estudio tiene una demanda de 5015 lb. de maní molido por mes, o sea 60180 libras de maní molido al año. Por lo tanto, el proyecto debe producir 601.8 qq de maní molido/ año. Cabe señalar que en este estudio solo se analizan los hogares, sin tener en cuenta aquella demanda de los establecimientos donde expenden comidas.

Con la encuesta se observó que el 94% de los encuestados que sí consumen maní, adquieren maní molido para utilizarlo como ingrediente en la preparación de comidas. Además se quería identificar en cual época del año sube la demanda del maní molido y empieza a escasear este producto, por lo que se determinó como se observa en el gráfico 5, que existe un mayor movimiento en semana santa con el 38% del consumo normal del maní molido frente a otras fechas, probablemente para preparar la fanesca que es un plato típico de esa fecha, y los meses donde se escasea se ha identificado que empieza entre diciembre y enero y se extiende hasta abril.



5.3.10.4 PROYECCION DE LA DEMANDA

Para hacer una proyección de la demanda en el mercado futuro se utilizó como valor del consumo de 1.25 lbs/hogar/mes determinado por la encuesta que equivale a 15 lb/año/hogar, y el consumo per cápita es de 0.25 lbs/ mes o 3 lbs/ año, también se toma en cuenta al 51% de habitantes que compran maní molido frecuentemente de la población total, porque aún no se ha levantado una información oficial, objetiva y con acceso al público del comportamiento del mercado del maní molido en años anteriores.

Cuadro 9. Demanda Proyectada del consumo de maní molido en libras/año.

Año	Población	Nº integ./ hogar	Nº hogares	51% de hog. Consum. maní mol.	Demanda en libras (15lbs/hogar)
2006	42406	5	8481	4325	64875
2007	43017	5	8603	4388	65820
2008	43636	5	8727	4451	66765
2009	44265	5	8853	4515	67725
2010	44902	5	8980	4580	68700
2011	45549	5	9110	4646	69690
2012	46205	5	9241	4713	70695
2013	46870	5	9374	4781	71715
2014	47545	5	9509	4850	72750
2015	48230	5	9646	4919	73785
2016	48924	5	9785	4990	74850

5.3.11 ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores ofrecen en el mercado a un precio determinado.

5.3.11.1 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA

La oferta se clasifica de acuerdo a las condiciones vigentes en el mercado, así tenemos los siguientes tipos de oferta:

Oferta monopolística.- En este tipo de oferta se observa lo siguiente:

- Existe un solo vendedor en el mercado con el poder de fijar precios, cantidades y condiciones de venta.
- No hay sustitutos con la misma calidad que tiene el bien producido por el monopolio.
- Existen restricciones para entrar en el mercado.
- Altos requerimientos de capital
- Impedimentos no económicos como: Patentes, licencias, leyes ó reglamentos.

Oferta oligopólica.- Caracterizada por:

- Existe un número reducido de oferentes en el mercado, los cuales, poseen el control del mercado y las utilidades solo se concentran en ellos.
- Acuerdo entre productores para fijar precios, cantidades y restricciones.
- Finalmente se fijan cuotas para cada empresa, determinadas por la capacidad de producción o distribución geográfica del mercado.

Oferta competitiva.- Está definida por:

- Los productores ofrecen bienes homogéneos ó no diferenciados, de tal manera que a los compradores, les es indiferente comprar a cualquier empresa oferente.
- Ausencia de restricciones de entrada al mercado.
- Conocimiento general y detallado de las condiciones prevalecientes en el mercado.

- Existe un gran número de empresas y ninguna influye en el precio o volumen a ofertarse.

De acuerdo a lo descrito, se puede concluir que la oferta en el mercado del maní molido en nuestro país es competitiva porque existen varios productores de maní molido, y se puede entrar y salir sin restricciones, y con una amplia información de las condiciones del mercado.

5.3. 11.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA

Competencia y sus sistemas de producción

Es fundamental conocer la competencia, pues de nada vale que exista una demanda insatisfecha de un producto, si no hay posibilidad alguna de asegurarse de una parte de la misma. Por ello es necesario conocer el tipo de competidores a enfrentar en el mercado.

En el país, son microempresas ubicadas principalmente en Manabí las que están produciendo el maní molido para abastecer el mercado, es así que la competencia más cercana a nuestra zona en estudio está ubicada en el cantón Quevedo, existe otra en el cantón El Empalme de la Provincia del Guayas y pertenece al sr. Pedro Mendoza quien entrega principalmente a Quito y Guayaquil; igualmente en Santo Domingo existe otra microempresa de este tipo y su producción abastece a esa ciudad, su propietario es el señor Raúl López. Estos son los ofertantes más cercanos que podrían influir en nuestro proyecto.

La competencia como proveedores de maní molido en el mercado, es un comercio aún muy informal y existen muy pocas marcas registradas, que no han impactado en las preferencias de los consumidores, como lo confirma la encuesta, ya que del total investigado nadie tenía presente alguna marca entre sus conocimientos.

Además existen otros factores que pueden producir cambios en la oferta como son: el incremento del área cultivada en la zona, las variaciones climáticas y el ingreso del maní procesado de mercados externos.

Disponibilidad de Superficie Cultivable:

En la zona existe un área cultivada de 46 cuadras aproximadamente, considerando que tiene un rendimiento de 20 qq por cuadra, se considera una producción de maní en la zona de 920

qq de maní en grano que solventarían las actividades de la planta procesadora de maní y que equivale a 680 qq de maní molido, luego de sufrir una disminución del 25% en este proceso. Por lo tanto, el comité tendrá disponible esta producción de maní molido, asumiendo que toda la producción se destine a esta actividad. Sin contar con otras formas de comercialización, como es tostado sin moler y en grano crudo.

Por lo expuesto, existe suficiente maní para solventar la demanda de los mercados de Quinsaloma y Ventanas, dejando abierta la posibilidad de repartir el producto en Quevedo que es un poblado más grande, y que probablemente tiene mayor demanda del producto.

El cantón Empalme de la provincia del Guayas a una hora de distancia de Quinsaloma, tiene un área cultivada de aproximadamente 300has pero satisface las necesidades de esa zona, y sus excedentes se comercializan en Guayaquil y en menor porcentaje en Quevedo.

Disponibilidad de Semillas:

Aún no es una práctica común el uso de semillas certificadas, solo se guarda la semilla de la cosecha anterior, bajo condiciones adecuadas de almacenamiento, y seleccionan las de mejor característica física como es color, tamaño, sanas, y con un buen tamaño de vaina, con tres a cinco semillas dentro.

Sin embargo se ha introducido la variedad mejorada INIAP 380, que es de buen tamaño y con un alto contenido de grasas y aceites.

Disponibilidad de Asistencia Técnica:

En la zona se cuenta con un técnico en el cultivo de maní, y existen profesionales capacitados en lo que es agro industrialización aunque no hay un buen conocimiento del proceso del maní, mediante maquinaria.

Disponibilidad de Agua:

El cultivo de maní tiene una gran necesidad de agua, y la zona cuenta con un canal de riego del cual se abastecen en la época seca para dar riego a sus cultivos, lo que ayuda a obtener dos cosechas al año.

Factores Climáticos:

La época lluviosa ayuda mucho a las familias que no se encuentran asentadas junto al canal, ya que el resto del año no cultiva y no pueden aprovechar mejor a sus terrenos.

5.3.12 ANÁLISIS DE PRECIOS

Por la encuesta directa realizada los precios al consumidor desde que el país entró en el sistema monetario dolarizado se han mantenido entre \$0.80 y \$0.90/ lb. de maní molido. Lo que ha favorecido al consumidor dentro de su presupuesto económico.

5.3.13 COMERCIALIZACIÓN

La estrategia comercial que se defina para el proyecto se basa en cuatro decisiones fundamentales: el producto, el precio, la promoción y la distribución. Decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto.

5.3.13.1 Estrategia de precio

De las estrategias de precio conocidas, para el proyecto se utilizará la estrategia de un solo precio como fijación del mismo, o sea se cobrará el mismo precio a todos los compradores ya sean tiendas o restaurantes.

5.3.13.2 Estrategia de promoción

Para el proyecto se utilizarán las estrategias de empujar porque se recorrerá todas las tiendas de los centros poblados inmersos en el proyecto dando a conocer los beneficios y bondades de nuestro producto y principalmente la alta calidad de elaboración del mismo por lo tanto la venta será personal.

5.3.13.3 Estrategias del producto

Las ganancias que da un producto, dependen de la capacidad de los gerentes para atraer la atención sobre el producto y diferenciarlo favorablemente de otros similares. De ahí la necesidad de crear una imagen del producto.

- *Posicionamiento en relación con un competidor;* misma consiste en posicionar un producto directamente contra la competencia, por iniciarse como empresa no es aplicable en esta propuesta.
- *Posicionamiento en relación con una clase de productos o con un atributo;* algunas veces, la estrategia de posicionamiento de una compañía requiere relacionar el producto con una clase de productos o con un atributo.
- *Posicionamiento por precio y calidad;* se presenta en algunos fabricantes y detallistas que gozan de fama por la gran calidad de sus productos y por sus precios elevados.

En este proyecto la estrategia será de posicionamiento en relación con una clase de producto o atributo, para lo cual los atributos son:

Marca: que sugiera el producto, sus beneficios y empleo, fácil de pronunciar y recordar, que distinga al producto y finalmente que se pueda registrar.

Empaque: El empaque debe proteger el producto en su trayecto de distribución para lo que se utilizará tarrinas transparentes de una libra, también se utilizarán las fundas plásticas transparentes de una libra y al granel. De la encuesta realizada se determinó que el 71% de los consumidores compran el maní molido sin ningún envase especial, siendo todo al granel, y existe un 16% que ha comprado en tarrinas plásticas con etiqueta.

Etiqueta: Es una forma de dar información al cliente acerca de las bondades nutricionales del producto y su uso. Las etiquetas no sólo son exigidas por ley, sino que pueden jugar un papel importante en la imagen que el consumidor se haga del producto, además la marca registrada indica garantía al cliente de su calidad. En la propuesta se enviará a imprimir las etiquetas con la marca, el logotipo de la empresa y con información objetiva nutricional acerca del maní molido.

Calidad: Para lograr un mercado seguro, una demanda local suficiente y una buena aceptación en el mercado la empresa mantendrá una imagen de calidad en el mercado, ofreciendo maní molido obtenido a partir de granos limpios, sanos y secos. Es importante señalar que de la encuesta realizada se obtuvo que un 32% de consumidores se quejan de que el maní molido que adquieren llega con una calidad baja, considerando como calidad a la pureza en su contenido del 100% maní en la masa

5.3.13.4 Estrategia de Plaza

La administración estratégica de este elemento, permite fortalecer la posición competitiva de una empresa, dar mayor satisfacción a los clientes aminorando costos de operación. A continuación se detalla las acciones:

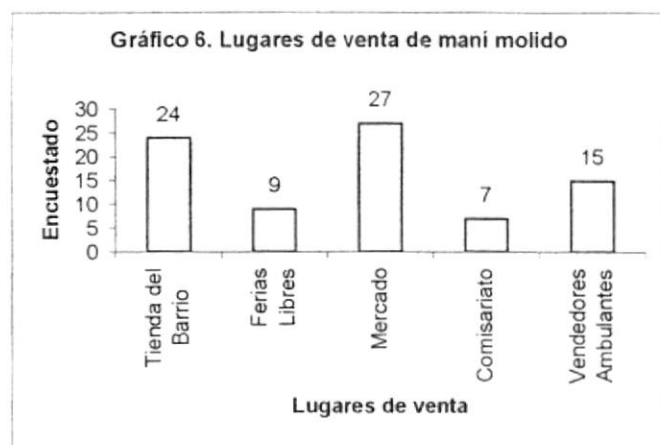
Como estrategias de plaza se toman en cuenta, mejorar el servicio al cliente con la capacitación del personal de cada área para ofrecer maní molido de calidad a los diferentes clientes. Además, en el proceso productivo se tenderá a reducir los costos de distribución logrando mediante éste proceso crear utilidades de tiempo y lugar.

Para atender al segmento de consumidor final, se empleará un sistema de entrega directa del maní molido en cada establecimiento como tiendas y micro mercados de acuerdo a su requerimiento semanal, bajo pedido y por otro parte se realizarán ventas en la misma planta.

La repartición será una vez por semana en la tricimoto perteneciente a la empresa, recorriendo por todos los establecimientos que requieran maní molido, determinando de antemano la ruta que *minimice* tiempo empleado y espacio recorrido, teniendo en cuenta la ubicación geográfica, y para la ciudad de Ventanas un socio delegado hará la entrega viajando en cooperativas de transporte.

5.3.14 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En cuanto al canal de distribución de cómo se proveen los dueños de los locales comerciales, en conversación directa indica que las empresas o productores reparten todo el maní molido en los locales comerciales. En lo que se refiere a los consumidores finales el 62% adquieren maní molido principalmente en los mercados y tiendas de barrio, y un 18% a comprado a los vendedores ambulantes. El comité San Jacinto ofrecerá su producto principalmente a las tiendas y mercados, y buscará abrir un contacto comercial en los comisariatos, que son lugares muy frecuentados por la gente y donde muy pocas veces se exhibe este producto.



Por los resultados obtenidos es fácil deducir que el maní molido tiene un mercado potencial y que casi el 84% de los hogares lo consume y lo consideran un alimento nutritivo, rico y da sabor a las comidas, que es el uso principal al que se destina este producto.

En vista de que no existe una marca registrada posicionada en el mercado, podría el comité entregar maní molido con registro sanitario, presentación higiénica y con información clara y específica del valor nutritivo que este alimento da a las familias, esto llamaría la atención del cliente y aseguraría un incremento en la demanda, y la entrada a mercados nuevos y más grandes.

5.4 VIABILIDAD TÉCNICA

5.4.1 Tamaño del Proyecto

De acuerdo al análisis de mercado, el maní molido es la forma en que los consumidores prefieren comprar el maní, y son los que determinan el mercado, ya que su precio fluctúa entre \$0.80 y \$0.90 por libra de maní molido, sin variaciones drásticas desde que en el país se entró al proceso de dolarización. Sin embargo la calidad del producto ofrecido en los diferentes establecimientos comerciales, no es la mejor para el consumidor.

El comité Pro Mejoras “San Jacinto”, del Recinto Estero de Piedras de la Parroquia Quinsaloma, tiene el recurso humano suficiente para llevar a cabo esta actividad, además posee un lote de terreno de 300 m² donde recientemente construyó la edificación para dar servicio con la desgranadora de maní, el comité finalizó recientemente un proyecto de producción de maní en grano, y se está recuperando los fondos invertidos para fortalecimiento económico de la organización, sin embargo estos recursos no son aún suficientes para realizar

esta iniciativa por lo que es necesario el financiamiento de por lo menos el 60% del costo total del proyecto.

Los socios del comité con un proyecto anterior quedó capacitado para continuar cultivando técnicamente el maní, es por esa razón que han decidido seguir cultivando el maní en esta zona, y en la actualidad las familias han incrementado su área cultivada en 100% más que la cuadra cultivada el año anterior lo que significa que va a existir una producción estimada de 1150 qq de maní en grano, en 46 cuadras para el ciclo de invierno.

Para procesar el maní actualmente se trabaja de forma casera, tostando en cacerolas y luego moliendo en un molino tipo corona, con la limitante de no poder hacer en volúmenes mayores a 10 lbs aproximadas, los equipos necesarios para procesar el maní, se los construye en varias ciudades como Quevedo, Guayaquil, Abdón Calderón en Manabí.

5.4.2 Localización del Proyecto

Macrolocalización

El proyecto está ubicado en la provincia de Los Ríos y limita con las provincias de Bolívar y Cotopaxi:



Microlocalización

El proyecto se ubicaría en las instalaciones donde actualmente funciona la desgranadora de maní, por las siguientes razones:

- El proyecto comercializará su producto en las ciudades más cercanas como son Ventanas, Quinsaloma, Moraspungo, San Luís, Las Naves, para lo que se propone la adquisición de una tricimoto para distribuir el producto en los pueblos más cercanos, y a la ciudad como Ventanas distribuir utilizando los medios de transporte que prestan servicio en la zona, hasta que exista la demanda suficiente y el capital que justifique la adquisición de un vehículo como furgón o camioneta para transportar más volumen del producto a los centros poblados.

- El volumen de producción inicial del proyecto no será suficiente para cubrir la demanda de mercados mayoristas en las principales ciudades del país como Quito y Guayaquil.

- Las instalaciones se ubican junto a una vía de primer orden que comunica por un extremo al Recinto Estero de Piedras con la Cabecera Parroquial, y por el otro extremo está a 5 minutos de la vía Panamericana que lleva a ciudades como Quevedo, Ventanas y que están distanciadas del recinto por 30 minutos aproximados y finalmente a dos horas y media de Guayaquil y a 5 horas de Quito.

- En el recinto existe la mano de obra suficiente de los socios y sus familias para intervenir en las actividades del proyecto, a pesar que deben ser previamente capacitadas en el manejo de equipos de procesamiento del maní, y en control de calidad del proceso.

- Las familias del comité tienen sus fincas en el recinto Estero de Piedras, y por lo tanto cultivan maní en sus fincas, además existen más familias en el resto de recintos de la parroquia Quinsaloma que vienen cultivando maní por varios años.

- En la cabecera parroquial existe la presencia del Banco del Pichincha y de una cooperativa de Ahorro y Crédito de reciente creación, así como la organización está iniciando en el manejo de un Banco Comunitario.

- En la zona se presentan temperaturas que oscilan entre 18° C y 24 ° C en la época de verano, incrementándose entre 22° C y 30 °C en la época de invierno, las precipitaciones fluctúan

entre 1500 y 2000 mm al año, se encuentra a los 200 m. s .n. m., por lo tanto para ésta actividad presenta condiciones climáticas tolerables, siendo necesario adecuar las instalaciones con una adecuada ventilación, para no exponer el producto a temperaturas muy altas en el almacenamiento, principalmente en época de invierno.

- Los lotes de terrenos en la zona están valorados a \$2 por m², la zona tiene un proceso lento de crecimiento poblacional, por lo que aún hay facilidad para adquirirlos. El recinto se encuentra dotado de luz eléctrica necesario para poner en funcionamiento los equipos, hay una cabina telefónica de Pacifictel, se abastecen de agua con la excavación de pozos someros en cada casa, y cuentan con un servicio de buses de transporte permanente, a parte de las cooperativas de transporte interprovinciales como son: Macuchi, La Maná y Salcedo, en horarios establecidos diariamente.

- Son 23 familias asociadas de bajos recursos que deben cubrir la contraparte del proyecto y este valor no debe superar sus posibilidades.

- En el proceso de clasificación del grano antes de ser tostado se estima una pérdida del 10%, y luego de que entra al proceso de tostado y molido hay una disminución del 10 al 15% del volumen inicial al procesar.

5.4.3 Ingeniería del Proyecto

El proceso de elaboración del maní para la obtención de pasta requiere la adquisición de equipos de construcción nacional, y de excelente calidad como es primeramente la adquisición de una máquina tostadora de maní, su capacidad varía entre 2 a 3 qq, para este proyecto se comprará la tostadora que es un horno rotativo a gas y que en una hora tuesta 2 qq de maní, luego va a un proceso de pelado para lo cual es necesario la peladora de maní con capacidad de 5 qq por hora, ésta máquina presenta un sistema de generar viento para dejar limpio el maní sacudiendo la cáscara, que luego servirá de abono por el contenido mineral que tiene esta piel, una vez limpio el maní tostado y clasificado se lleva al molino que funciona con un motor eléctrico, y que la capacidad está dada por el tipo de motor a usar, sin embargo en este proyecto se adquirirá un molino con capacidad de moler 2 qq de maní tostado por hora. En este último proceso debe estar un operador controlando la calidad del producto final, y ayudar a la máquina separando la pasta que se adhiere al equipo.

Las instalaciones estarán separadas del área de descascarado del maní en vaina, ya que de esta labor resulta demasiado polvo en el ambiente, y que al estar muy cerca cubriría de polvo el resto de instalaciones, y por lo tanto el producto final de maní tostado corre el riesgo de contaminarse. Es necesario adecuar tres tipos de bodegas las cuales deben tener un ambiente seco, libre de animales especialmente roedores e insectos, para evitar pérdidas del producto. Una bodega es para almacenar la materia prima que es el maní en cáscara ya que este no puede ser almacenado en grano, la otra bodega que será más pequeña será destinada a almacenar el maní molido en sus respectivos envases de comercialización. Esta última estará a continuación de las instalaciones donde se ubicarán los equipos necesarios para obtener maní molido. Y por último una tercera bodega será para almacenar los envases plásticos, fundas, etiquetas, y algunas herramientas.

Para este proceso es necesario que el maní esté en grano limpio, clasificado y tratar de que los granos pequeños se los separe para hacer un tostado solo de granos pequeños, y otro de granos grandes, ya que así se lograría un tostado uniforme. La variedad de maní puede ser Tarapoto o caramelo, cabe señalar que este último tiene un alto contenido de aceite. La cantidad de materia prima será determinada por la demanda del producto que se analizó en el estudio de mercado, en el que se identificó que las tiendas de abasto consumen en promedio de 5 a 7 Kg semanalmente de maní molido.

En este proceso productivo es necesario dos mujeres clasificadoras del grano por su tamaño, basuras, granos negros, enmohecidos, o apolillados; un operador que controle a la tostadora y peladora, y dos mujeres que se encarguen del manejo del molino y empaque del maní y un estibador - bodeguero. Un chofer que se encargue de la repartición que será bajo pedido. Así mismo la organización debe formar comisiones encargadas de la promoción del producto, de la comercialización, y de mantener abastecida a la planta con todos los materiales necesarios para el proceso como son las fundas y recipientes de empaque, combustible, entre otros. Además, el gerente junto con la dirigencia debe paralelamente al inicio de la producción, gestionar el registro de la marca y obtener un certificado de cumplir con los estándares de calidad, esto ayudará a la organización a incursionar en mejores mercados con precios más rentables por el producto.

En el siguiente diagrama se describe el proceso de producción de pasta de maní molido:

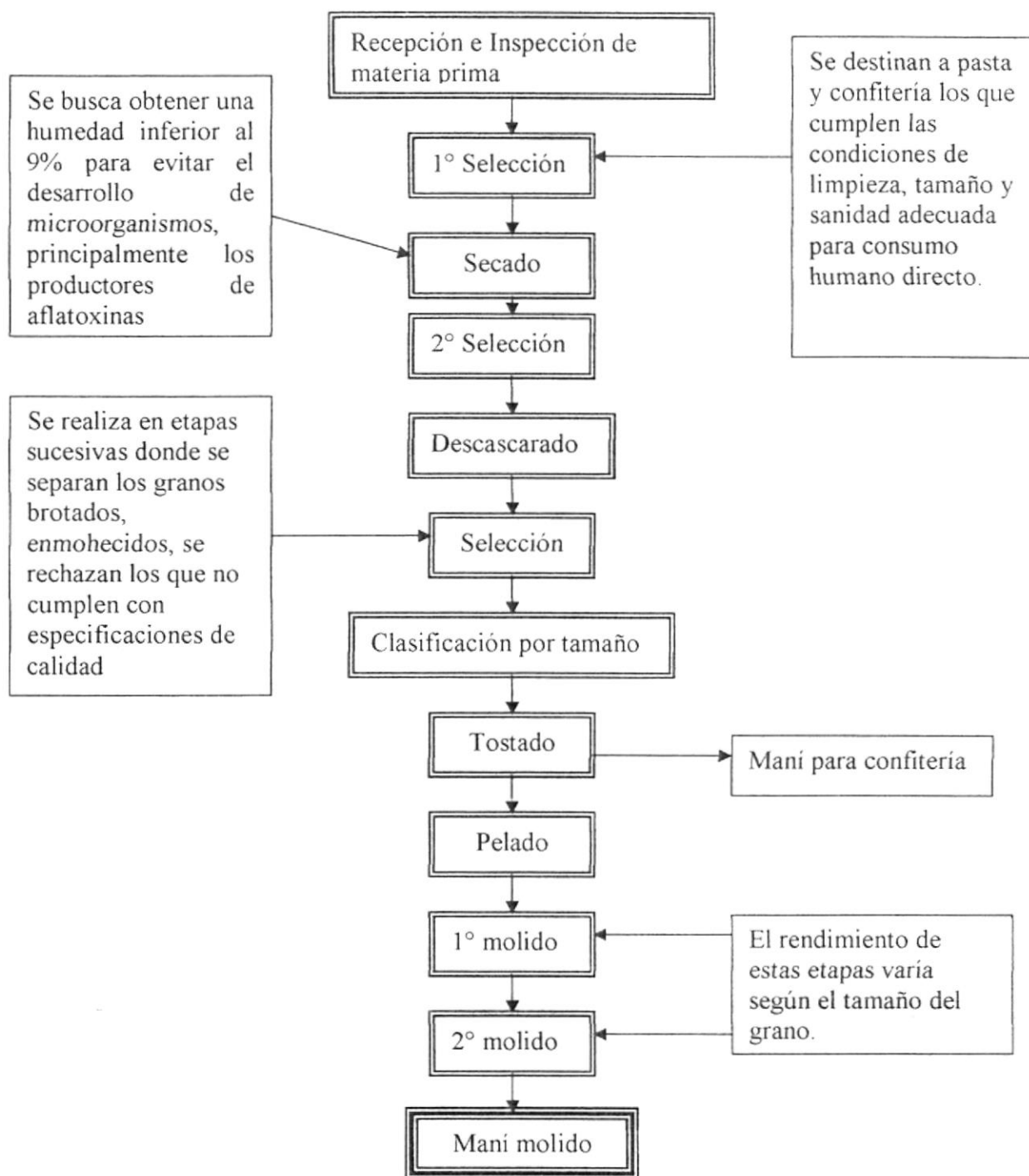


Gráfico 7. DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE MANI MOLIDO

5.4.4 Análisis de Sistemas

El comité pro mejoras San Jacinto se ubica en una zona que tradicionalmente se ha dedicado al cultivo de maíz y arroz como cultivos de ciclo corto, los cuales cada año empobrecen más al agricultor por el alto uso de insumos agrícolas que se han acostumbrado a aplicar, y que va

en desmejora de los suelos, del ambiente y del agricultor por su salud principalmente y que en vez de mejorar la producción, se disminuye y los precios que reciben por el producto al vender no es rentable. Es por eso que el cultivo de maní se lo ha implementado como alternativa económica y ecológica, porque es una planta altamente fijadora de nitrógeno en los suelos, y que ayuda a recuperar el nivel de fertilidad de los mismos, además al no ser necesario aplicar urea al suelo, le ahorra un gasto al agricultor por el alto costo de ésta, y corta el proceso de salinización que sufren los suelos por el uso indiscriminado de fertilizantes. Mas, para mantener esta alternativa y que sea sustentable en el tiempo debe mejorarse la comercialización que es un punto clave en este cultivo, por la experiencia sufrida el maní en grano crudo tiene un mercado limitado por el bajo tiempo de almacenamiento que se le puede dar, mientras que existe preferencia por el maní molido, debido a que en los últimos tiempos las madres de familia no disponen del tiempo necesario para obtener el maní molido casero.

El proyecto de elaboración de pasta de maní, que ejecutaría el Comité Pro Mejoras San Jacinto, pertenece a un sistema económico secundario, porque utiliza como materia prima el maní para obtener maní molido.

En este proceso es necesario primeramente el financiamiento de los principales rubros como son la infraestructura y equipos adecuados para llevar a cabo esta actividad, la adquisición de la materia prima, la contratación de personal calificado, energía en combustible y electricidad, y la permanente capacitación e información actualizada del movimiento del mercado.

Esto llevaría a la instalación y funcionamiento de la primera procesadora de maní en productos elaborados de calidad, en el recinto Estero de Piedras de la Parroquia Quinsaloma, para satisfacer los gustos de la población de los centros poblados aledaños como son: Quinsaloma, Moraspungo, Las Naves, San Luis de Pambil y Ventanas. Además los desechos de este proceso ayudarían a mejorar la fertilidad de los suelos por la cantidad de proteínas y su alto contenido de nitrógeno que contiene este material de rechazo, sin necesidad de hacer algún laboreo para su previa descomposición ya que es de rápida incorporación al suelo y en el que crecen una gran cantidad de microorganismos.

Sin embargo, en este proceso cabe anotar que en esta actividad habría producción de gases que van a la atmósfera, aunque en pequeñísima cantidad, pues lo que principalmente se utiliza

es luz y gas doméstico, por lo tanto no sería un contribuyente directo a la destrucción de la capa de ozono.

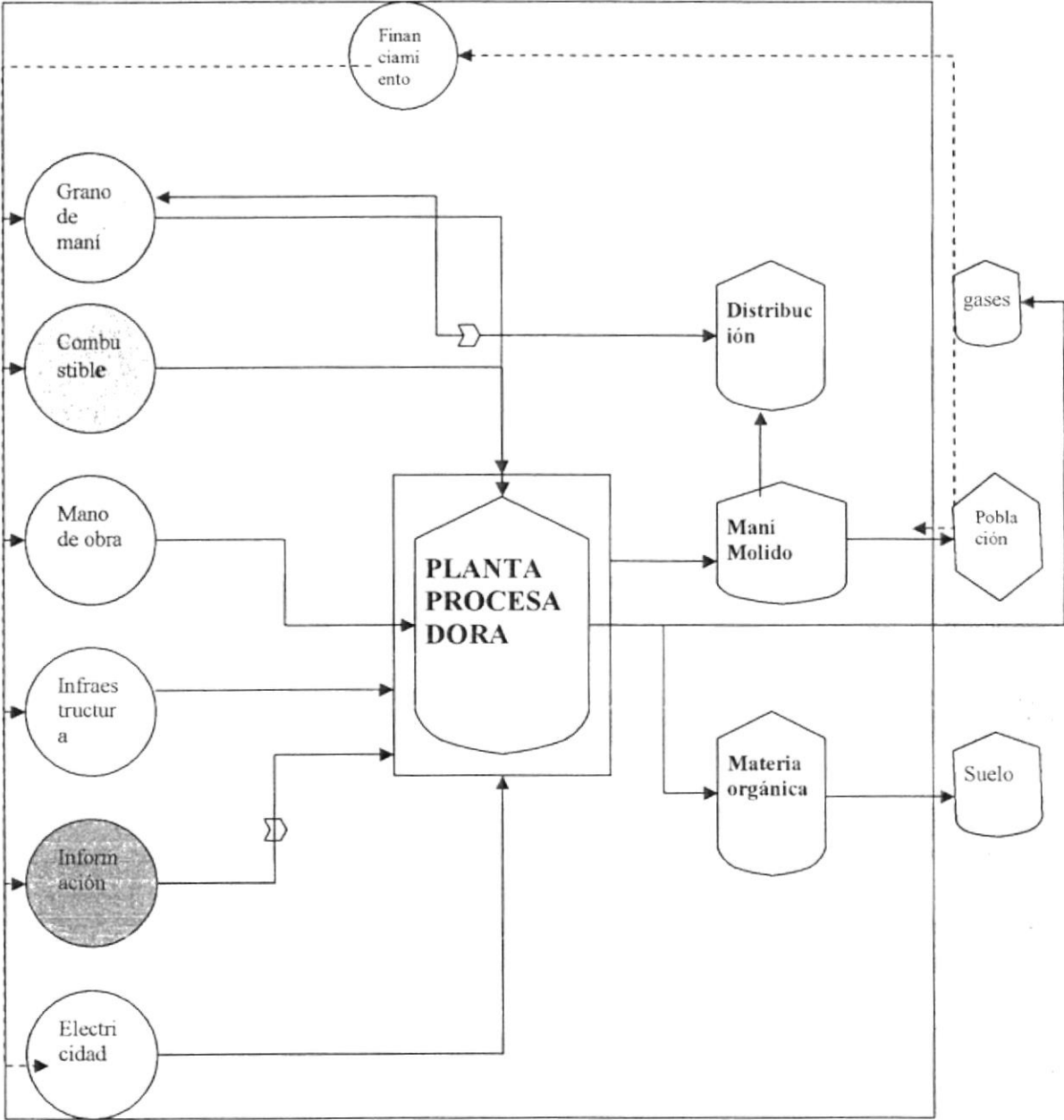


Gráfico 8. Diagramación del Proyecto del Procesamiento de Maní del Comité Pro Mejoras San Jacinto.

En este diagrama observamos como este sistema secundario con la participación de varias fuentes, como son la materia prima en este caso el grano de maní y la mano de obra principalmente, ayudados con una información actualizada del movimiento del mercado, y en este proceso es necesario la energía sea eléctrica o por combustibles; y como resultado de este

proceso se obtiene el maní molido y para confitería que se venderá a los habitantes de los centros poblados, por los desechos que son biodegradables se obtiene un material orgánico que iría a mejorar la calidad de los suelos, recuperando una energía resultante de este proceso.

5.4.5 Análisis Institucional

Mediante el uso del diagrama de Venn se identificó ocho instituciones que pueden influir de alguna u otra manera en el proyecto, al desarrollar esta propuesta de producción el beneficiario directo sería la población del recinto Estero de Piedras, ya que tendría mayor probabilidad de prestar sus servicios en esta microempresa, fortaleciendo el núcleo familiar, desintegrado principalmente por la migración de jóvenes ya sea a los centros poblados o al exterior, por que en la actualidad la zona carece de fuentes de trabajo permanentes.

El comité San Jacinto debe buscar alianzas estratégicas con la Junta Parroquial y el Municipio de Ventanas, para obtener un apoyo de maquinaria para la construcción del inmueble, y en materiales de construcción, además de a futuro prestar servicio de Internet que mantenga a la organización informada y actualizada. Al instalar una planta de procesamiento del maní, la zona puede tener un mejor avalúo y por ende pagan más impuestos.

La UDOCAQ es la OSG, que abarca a 18 organizaciones de base en la parroquia, quienes podrían aprovechar ésta nueva actividad, para que las demás organizaciones produjeran maní técnicamente, con el compromiso de que el comité compre la producción, siempre y cuando la empresa crezca comercialmente.

El técnico y los prestadores de servicio profesional, son los indicados para capacitar en muchas actividades del proceso y que los socios desconocen, tratando de obtener la mejor calidad del producto, además son un pilar fundamental en el desarrollo del proceso en estudio, y en recoger todas las inquietudes, buscando soluciones y acuerdos entre los beneficiarios, formulando nuevas propuestas que llevarían a un fortalecimiento de la organización. Llegando a institucionalizar la propuesta con los socios del comité y las instituciones presentes en la zona así como también con aquellos organismos internacionales de ayuda social.

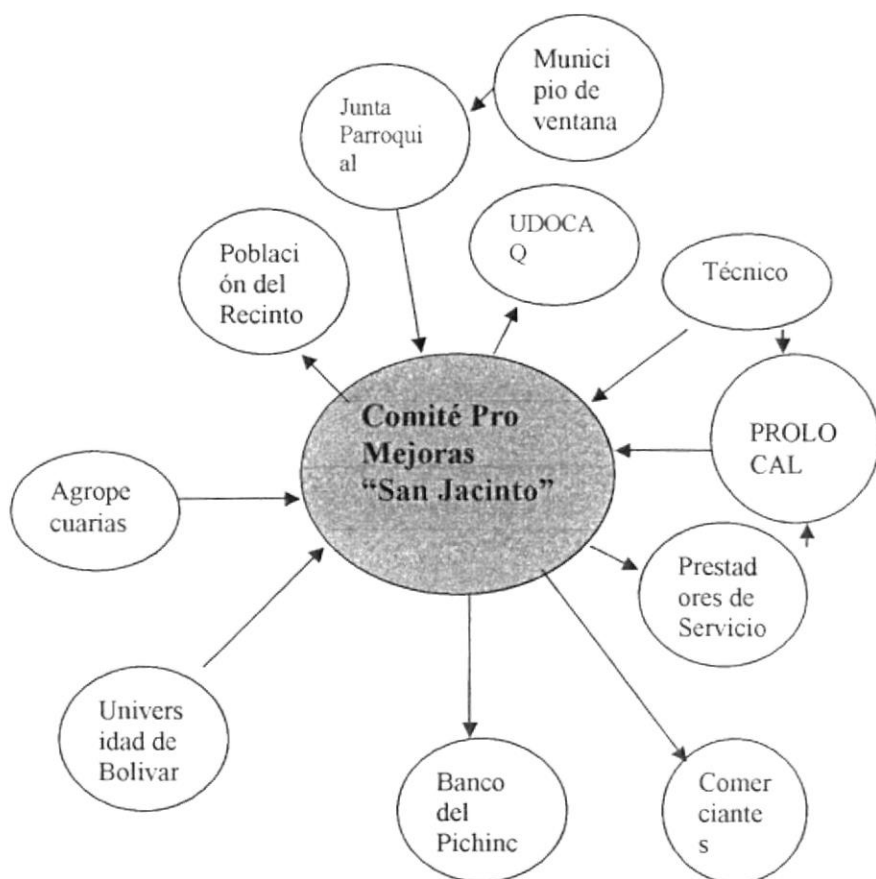


Gráfico 9. Diagrama de Venn sobre los principales actores en este Proyecto y su relación.

La Universidad de Bolívar con Sede en Quinsaloma, entre sus carreras que ofrece a la población está Agro industrialización, por lo tanto estos talentos locales que se gradúen en esta zona tendrán una mayor preferencia a ser seleccionados para el asesoramiento en las condiciones adecuadas de las instalaciones, así como manejo de ciertos equipos. Esto también les facilitaría a los estudiantes como pasantes de hacer sus prácticas, y el comité se beneficiaría de las investigaciones científicas que como temas de tesis podrían desarrollar los alumnos, para resolver problemas que se puedan presentar más adelante con la planta y su producto final, para mejora del proceso.

Como organismos financieros de ayuda directa para este proyecto está PROLOCAL quien está laborando por tres años en esta zona, y que cofinanció un proyecto que recientemente finalizó para el cultivo de maní con la organización. Además el Banco del Pichincha ayuda con pequeños créditos para proyectos que demuestren ser sostenibles y sustentables.

El comité puede realizar una alianza estratégica con las casas comerciales de insumos agrícolas, así se acordaría la adquisición de insumos, previa a una charla técnica del manejo de los mismos, y de otros temas de igual importancia para el agricultor.

Los comerciantes entendiendo como tales a los propietarios de locales de expendio de productos de consumo masivo, son actores pasivos del proyecto porque se beneficiarían de un maní molido de alta calidad que podrán ofrecer a sus clientes.

Como organismos financieros de ayuda directa para este proyecto está PROLOCAL quien está laborando por tres años en esta zona, y que cofinanció el proyecto Biodiversificación de Cultivos con maní, rehabilitación de cacao y huertos orgánicos con la organización. Además el Banco del Pichincha ayuda con pequeños créditos para proyectos pero a veces se hace inalcanzable al agricultor por intereses, garantías y certificaciones que se exige a sus clientes.

Observando el gráfico anterior se observa una fuerte dependencia del comité hacia los organismos de Financiamiento, en este caso PROLOCAL, para lograr la ejecución del presente proyecto, así como la importancia de estar vinculados al técnico y a los Prestadores de Servicios Locales, que servirán de guía en el desarrollo del mismo y en el fortalecimiento institucional. En la zona no existe la atención de otros organismos de financiamiento, que ayuden a lograr los objetivos propuestos por los socios, además es muy abandonada por los gobiernos locales de la parroquia y el cantón para que ayuden a empujar por el buen camino estas iniciativas de los agricultores.

Este proyecto beneficia indirectamente a la población del recinto que serían los actores pasivos del proyecto, ya que aumentaría la oferta de trabajo, y traería consigo mayor crecimiento económico del sector. La unión de Organizaciones Campesinas de Quinsaloma, UDOCAQ, con vida jurídica como OSG, acoge en sus filas al Comité Pro Mejoras “San Jacinto”, y sería un intermediario al apadrinar la gestión de este proyecto, realizando seguimientos al mismo.

5.5 VIABILIDAD FINANCIERA, ECONÓMICA Y SOCIAL

5.5.1 Proyecciones de Crédito y Financiamiento

Para la ejecución de este proyecto se requieren la suma de \$43545 (cuarenta y tres mil quinientos cuarenta y cinco dólares americanos), que serán financiados \$12950.20 por los socios y \$30594,80 por la entidad financiadora.

Para la instalación del proyecto se necesita un primer desembolso de \$ 15829.08, para construcción de infraestructura como bodegas y luego un segundo desembolso para el procesamiento y pago a empleados de \$14765.72.

Para el cofinanciamiento del proyecto se aspira a que PROLOCAL apoye con la inversión, ya que es la continuación de un primer proyecto que fue cofinanciado por este organismo y las condiciones las establece la institución. De lo contrario se acudirá a otras instituciones u ONG's que apoyen financieramente con proyectos de desarrollo rural.

5.5.2 Financiamiento del Proyecto

Por lo pronto no hay otra fuente de financiamiento al cual se pueda acceder, ya que muchas veces estos piden una extensa documentación y garantías que dificultan el trámite, la organización colaborará con el 40% del valor total de varias actividades, ya sea como mano de obra y en efectivo en ciertos rubros.

5.5.3. Proyecciones Financieras, Económicas y Sociales

5.5.3.1 Presupuesto de Inversión

En el presupuesto de inversión del proyecto se involucran los requerimientos que deben realizarse en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo, antes de la puesta en marcha del proyecto.

En el siguiente cuadro se presentan las inversiones

Cuadro 10. ACTIVOS DEL PROYECTO

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS				
Tostadora de maní	tostadora	1	1100	1100
Peladora de maní	peladora	1	460	460
Molino eléctrico	molino	1	400	400
Medidor de humedad	medidor	1	100	100
Balanza	Balanza	1	150	150
Vehículo para repartición	tricimoto	1	1500	1500
Bomba de agua de media pulgada	bomba	1	35	35
				3745
OTROS ACTIVOS FIJOS				
Construcción planta	m2	30	150	4500
Construcción bodega de almacenamiento	m2	16	150	2400
Construcción de bodega para materiales	m2	12	150	1800
Pozo somero	pozo	1	60	60
				8760
Muebles de oficina				
Escritorio	Escritorio	1	150	150
Silla de escritorio	silla	1	40	40
Archivador	mueble	1	70	70
Perchas	Perchas	2	80	160
				420
Equipos de oficina				
sumadora	sumadora	1	25	25
				25
TOTAL				12950
ACTIVOS INTANGIBLES				
Capacitación en Manejo de Microempresas	taller	1	200	200
Capacitación en procesamiento del maní	taller	1	200	200
Capacitación en calidad total	taller	1	200	200
Capacitación en promoción y marketing	taller	2	200	400
Constitución de la microempresa	Registro	1	150	150
Estudio Técnico	Proyecto	1	1000	1000
TOTAL				2150
CAPITAL DE TRABAJO				
COSTOS VARIABLES	0	0	0	18062
COSTOS FIJOS	0	0	0	3566
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	0	0	0	7016,96
TOTAL				28644,96
TOTAL INVERSION INICIAL				43544,96

Los activos intangibles de detallan a continuación:

Gastos de Capacitación: Los socios del comité San Jacinto deben ser capacitados en manejo de microempresas, promoción, y proceso de calidad.

Estudios Técnicos: Es el gasto incurrido en el estudio y elaboración del proyecto.

Gastos de puesta en marcha: Se debe gestionar el permiso del ministerio de salud, bomberos, permiso de funcionamiento de máquinas, etc.

El capital de trabajo se lo ha determinado para el año de producción de la planta procesadora de maní con la siguiente fórmula:

$$ICT = Cv + CF + G$$

$$ICT = 18062 + 3566 + 7016.96$$

$$ICT = 28644,96$$

5.5.3.2 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

En el siguiente cuadro se muestra el cronograma de inversiones por concepto de reposición de activos fijos, de acuerdo a sus depreciaciones:

Cuadro 11. TABLA DE REPOSICIÓN DE ACTIVOS

Inversiones	Años											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Tostadora de maní												1100
Peladora												460
Molino						400						
Medidor de humedad						100						
Balanza						150						
Tricimoto				1500				1500				
Bomba de agua						35						
Escritorio						150						
Silla de escritorio						40						
Archivador						70						
Perchas						160						
Sumadora						25						
Planta												
Bodega de almacenamiento												
Bodega de materiales												
Pozo somero												
Total				1500		1130		1500				1560

5.5.3.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

En el cuadro siguiente se puede apreciar detalladamente los cálculos que permitieron obtener los ingresos totales del proyecto:

Cuadro 12. INGRESOS DEL PROYECTO

Concepto		Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producción Maní Molido	libras	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Precio de venta \$/lb	0,70										
Ingresos Brutos		35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000
Margen de comercialización											
Margen Bruto por qq	0,10										
Ingresos por comercialización		5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Total Ingresos		40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000

5.5.3.4 PRESUPUESTO DE EGRESOS

A continuación se presenta el cuadro detallado de los egresos incurridos para el proyecto:

Cuadro 13. PRESUPUESTO DE EGRESOS

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS VARIABLES		18062	18062	18062	18062	18062	18062	18062	18062	18062	18062
Maní en grano	qq	17550	17550	17550	17550	17550	17550	17550	17550	17550	17550
Tarrinas para empaque	tarrinas	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Fundas para empaque	millar	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
combustible	gas	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Etiqueta	millar	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
COSTOS FIJOS		3566	3566	3566	3566	3566	3566	3566	3566	3566	3566
Selección	qq	278	278	278	278	278	278	278	278	278	278
Tostado	horas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Pelada del maní tostado	horas	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Molido del maní	horas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Empaque	ciento	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Asesor Técnico	visita	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Luz eléctrica	planilla	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Estibador - Bodeguero	mes	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080
Material de limpieza	Kg	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y V		7017	7017	7017	7017	7017	7017	7017	7017	7017	7017
Gerente	mes	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400
Contador	mes	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800
Secretaria	mes	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Chofer	semana	520	520	520	520	520	520	520	520	520	520
Conserje	mes	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720
Material de oficina	mes	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
teléfono	planilla	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
gasolina	galón	76,96	76,96	76,96	76,96	76,96	76,96	76,96	76,96	76,96	76,96
GASTOS FINANCIEROS											
TOTAL		28645	28645	28645	28645	28645	28645	28645	28645	28645	28645

5.5.3.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Este es el nivel de operaciones financieras o productivas de una empresa en el que no existen ni pérdidas ni ganancias, o sea el punto donde los ingresos igualan a los costos o egresos.

El costo variable operativo por quintales de producción se detalla a continuación:

CUADRO 14. COSTO VARIABLE UNITARIO

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo variable total (\$)	18.062	18.062	18.062	18.062	18.062	18.062	18.062	18.062	18.062	18.062
Producción en lb	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Costo variable unitario (\$)	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36

De tal modo que el número de libras de maní, que deben venderse cada año para alcanzar el punto de equilibrio operativo es:

$$Q = CF / (P - V) = CF / \text{Margen de contribución}$$

CUADRO 15. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo Fijo (\$)	3.566	3.566	3.566	3.566	3.566	3.566	3.566	3.566	3.566	3.566
Precio de venta Seco y limpio (\$)	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Costo variable unitario (\$)	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36
Margen de contribución (\$)	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34
PUNTO DE EQUILIBRIO (Q) qq.	10.527	10.527	10.527	10.527	10.527	10.527	10.527	10.527	10.527	10.527
Volumen de Producción (qq.)	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
P.E (Q)	21%	21%	21%	21%	21%	21%	21%	21%	21%	21%

5.5.3.6 ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se indica el estado de resultados para el proyecto, sin financiamiento:

CUADRO 16. RESULTADOS DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO

(Expresado en dólares americanos)											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Venta activo											
(-)Costos Variables		-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062
(-)Costos Fijos		-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566
(-)Comisiones en venta		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Gastos de adm., y venta		-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017
(-)Interés préstamo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Depreciación		-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758
(-)Amortización intang.		-975	-975	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Valor libro											
Utilidad antes de Impto.		8.622	8.622	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597
(-)15% Trabajadores		-1.293	-1.293	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440
		7.329	7.329	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157
(-)Impuesto a la Renta		1539,03	1539,03	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39
Utilidad Neta		5.790	5.790	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428

5.5.3.7 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS

En el cuadro siguiente se puede observar el monto y el crédito utilizado en las inversiones pertinentes para el proyecto:

Cuadro 17. Origen de los recursos del Proyecto

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	COMITÉ 40%	PROLOCAL 60%	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS				3745
Tostadora de maní	tostadora		1100	1100
Peladora de maní	peladora		460	460
Molino eléctrico	molino		400	400
Medidor de humedad	medidor		100	100
Balanza	Balanza	60	90	150
Vehículo para repartición	tricimoto	600	900	1500
Bomba de agua de media pulgada	bomba	35		35
OTROS ACTIVOS FIJOS				8760
Construcción planta	m2	1800	2700	4500
Construcción bodega de almacenamiento	m2	960	1440	2400
Construcción de bodega para materiales	m2	720	1080	1800
Pozo somero	pozo		60	60
Muebles de oficina				420
Escritorio	Escritorio	60	90	150
Silla de escritorio	silla		40	40
Archivador	mueble		70	70
Perchas	Perchas	64	96	160
Equipos de oficina				25
sumadora	sumadora		25	25
SUBTOTAL				12950
ACTIVOS INTANGIBLES				
Capacitación en Manejo de Microempresas	taller		200	200
Capacitación en procesamiento del maní	taller		200	200
Capacitación en calidad total	taller		200	200
Capacitación en promoción y marketing	taller		200	200
Constitución de la microempresa	Registro		150	150
Estudio Técnico	Proyecto		1000	1000
SUBTOTAL				1950
CAPITAL DE TRABAJO				
COSTOS VARIABLES	0	7224,8	10837,2	18062
COSTOS FIJOS	0	1426,4	2139,6	3566
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	0		7017	7017
SUBTOTAL				28645
TOTAL INVERSION INICIAL		12950,2	30594,8	43545

5.5.3.8 FLUJOS NETOS DE FONDOS (EFECTIVO)

Del Proyecto

A continuación se puede apreciar detalladamente el cálculo del flujo de caja del proyecto sin financiamiento:

Cuadro 18. Flujo neto de fondos del Proyecto

(Expresado en dólares americanos)											
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Venta activo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Costos Variables		-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062	-18.062
(-)Costos Fijos		-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566	-3.566
(-)Comisiones en venta		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Gastos de adm. y venta		-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017	-7.017
(-)Interés préstamo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Depreciación		-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758	-1.758
(-)Amortización intang		-975	-975	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Valor libro			0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impto.		8.622	8.622	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597	9.597
(-)15% Trabajadores		-1.293	-1.293	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440	-1.440
		7.329	7.329	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157	8.157
(-)Impuesto a la Renta		1539,03	1539,03	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39	1729,39
Utilidad Neta		5.790	5.790	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428	6.428
Depreciación		1.758	1.758	1.758	1.758	1.758	1.758	1.758	1.758	1.758	1.758
Amortización intang		975	975	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor libro											
(-)Inversión inicial		-14.900									
Inversión de remplazo				-1.500	0	-1.130	0	-1500	0		0
Inversión de ampliación											
(-)Inversión cap. Trabajo		-28.645									28.645
Préstamo											
(-)Amortización deuda											
Valor de desecho		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de Caja		-43.545	8.523	8.523	6.686	8.186	7.056	8.186	6.686	8.186	36.831

5.5.3.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno se compara con el costo de oportunidad vigente. Si la TIR es igual o mayor que ésta, el proyecto debe aceptarse y si es menor, debe rechazarse.

La consideración de aceptación de un proyecto cuyo TIR es igual a la tasa de descuento se basa en los mismos aspectos que la tasa de aceptación de un proyecto cuyo VAN es cero.

Cuadro 19. TASA INTERNA DE RETORNO

Flujo	TIR	Costo de oportunidad
Del Proyecto	17%	10 %

Analizando el cuadro presentado, se puede decir que el 15.5% representa la tasa más alta que el proyecto invierte sin perder dinero. Además, nos podemos dar cuenta que la TIR es mayor que el costo de oportunidad, lo cual indica que es viable el presente proyecto.

Valor Actual Neto (VAN)

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

Cuadro 20. VALOR ACTUAL NETO

Flujos	VAN	Tasa de descuento
Del Proyecto	\$14349.79	10 %

Como conclusión del cuadro presentado podemos decir que al tener un VAN mayor que cero, nos indica que el proyecto con financiamiento o sin financiamiento, es atractivo para los inversionistas, que pueden apoyar en esta iniciativa.

5.7. MATRIZ DEL MARCO LÓGICO DEL PROYECTO

DESCRIPCION	INDICADORES		MEDIO DE VERIFICACION	SUPUESTOS
	Línea de Base	Resultado Esperado		
OBJETIVO DE DESARROLLO Contribuir a incrementar los ingresos de los agricultores en el recinto Estero de Piedras, con la participación de hombres y mujeres del comité San Jacinto en la microempresa.	El ingreso familiar promedio es de 700 dólares por la producción de maní por año y por hectárea. El 74% de las familias del comité están desintegradas porque uno o varios miembros han salido a trabajar a los centros poblados.	El ingreso familiar promedio se incrementa a 1000 dólares por la producción de maní al primer año / hectárea. El 35% de las familias han fortalecido su núcleo familiar porque laboran en la microempresa del comité al final del proyecto.	Registro de Costo-Beneficio del maní. Listado de empleados.	El precio de pasta de maní se mantiene en \$0.80 / libra en el tiempo de duración del proyecto. Se incrementa el 40% del área cultivada de maní en la zona, al final del proyecto.
PROPÓSITO DEL PROYECTO 1. Fortalecimiento de las capacidades locales para la comercialización de maní molido.	0 familias venden el maní procesado. 0qq de cáscara de maní se incorporan en los terrenos de las huertas de los socios, como mejoramiento del suelo.	18 socios y 5 socias venden el maní procesado, en promedio de 800qq/año al final del proyecto Al primer año se ha incorporado en 342qq de cáscara de maní en los terrenos de las huertas de los socios.	Inventario. Registros de producción. Registro de adquisición de maní. Análisis del suelo.	Se firman dos compromisos de compra - venta de pasta de maní con el mercado nacional en el primer año. La máquina descascaradora presta servicio al 100% de su capacidad total a los agricultores de la zona, en el lapso del proyecto.
RESULTADOS 2. Formar una microempresa de procesamiento de maní a maní molido.	0 microempresas en el recinto	1 microempresa formada de procesamiento de maní al final del proyecto	Inscripción en el MICIP Registros contables Facturas de compra de la maquinaria requerida en el proceso.	Existe una demanda del 100% del maní molido al final del proyecto.
3. Capacitación en formación y manejo de microempresa	18 socios y 5 socias desconocen de formación y manejo	9 socios y 3 socias conocen sobre formación y manejo de	Análisis de la conformación administrativa de la	Un Organismo de cooperación dispuesto a apoyar al proyecto en su

	empresarial 0% de participación de mujeres en puestos de toma de decisión	microempresa al término del proyecto. Al final del primer semestre del proyecto las mujeres participan en 30% del organigrama de la microempresa.	microempresa. Legalización de la microempresa. Estructura del Orgánico – funcional de la empresa.	tiempo de duración.
4. Capacitación en procesamiento de maní	Socios y socias desconocen técnicas de procesamiento de maní	18 socios y 5 socias conocen técnicas de procesamiento al tercer trimestre del proyecto.	Verificación de la calidad de producción.	Existe un Convenio de apoyo en capacitación al tercer trimestre con los Prestadores de Servicio de la Micro región.
ACTIVIDADES 1.1 Capacitación en promoción y marketing 1.2 Adquisición de un vehículo para repartir el producto.				
2.1 Construcción de la infraestructura de la planta. 2.2 Adquisición de equipos para procesar pasta de maní 2.3 Adquisición de materia prima 2.4 Elaboración de maní molido 3.1 Capacitación a los socios en formación y manejo de microempresas. 3.2 Elaboración del orgánico funcional. 4.1 Capacitar a los socios en agro industrialización del maní 4.2 Capacitación en calidad total. 4.3 Contratación del personal calificado 4.4 Seguimiento y evaluación técnica y financiera del Proyecto.				

6. PLAN DE EJECUCIÓN

CRONOGRAMA GANTT de ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	NRO. DÍAS	INICIO	FIN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
COMPONENTE 1.															
1.1 CAPACITACIÓN EN MARKETING	5	OCT	OCT												
1.2 ADQUISICION DE VEHICULO REPARTI	5	ENE													
COMPONENTE 2.															
2.1 CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTU	70	NOV	ENE												
2.2 ADQUISICION DE EQUIPOS DE PROCE	30	NOV	DIC												
2.3 ADQUISICION DE MATERIA PRIMA	300	ENE	SEP												
2.4 ELABORACION DE MANI MOLIDO	300	ENE	SEP												
COMPONENTE 3.															
3.1 CAPACIT. EN MICROEMPRESAS	5	OCT	OCT												
3.1 ELABORACION DEL ORGANIGRAMA	10	NOV	NOV												
COMPONENTE 4.															
4.1 CAPACIT. EN AGROINDUSTRIALIZAC.	6	NOV	NOV												
4.2 CAPACIT. EN CALIDAD TOTAL	10	DIC	DIC												
4.3 CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	15	DIC	DIC												
4.5 SEGUIMIENTO Y EVALUACION PROY.	12	OCT	SEP												

7. ANALISIS ECONOMICO SOCIAL

7.1 Pagos en Transferencia

Al formar una microempresa que vaya a procesar el maní en maní molido, con el Comité Pro mejoras San Jacinto se ha identificado los siguientes pagos por transferencia dentro del proyecto, y que más adelante se detallarán con precisión dentro del flujo económico:

Cuadro 21. Pago en transferencia del proyecto

Flujo Financiero	Ganador	Perdedor
Intereses pagados por el crédito	Comité	Socio
Impuestos al SRI	Gobierno	Comité
Cofinanciamiento del Proyecto	Comité	PROLOCAL
Financiamiento de Contraparte	Comité	Socio

7.2 Situación sin Proyecto

- Por el bajo precio del maní en grano (\$30/ qq) a diferencia del maní molido (\$90/ qq), la población del recinto Estero de Piedras y de sus alrededores no podrán continuar cultivando maní como alternativa de ciclo corto porque no sería rentable, y por la baja comercialización que tiene el maní en grano.
- El recinto mencionado, a pesar de tener una vía de primer orden, seguirá dedicado a producir cultivos tradicionales que ya no son rentables ni atractivos para la inversión como es el maíz y el arroz, por la falta de alternativas rentables de cultivos en sus fincas.
- El Comité San Jacinto del Recinto Estero de Piedras, actualmente fortalecido como organización por el trabajo mancomunado de sus socios, y que cultivan maní, cuentan con una máquina descascaradora de maní para dar servicio a los agricultores de toda la zona, siempre y cuando exista maní para descascarar.
- La juventud de la zona debe alejarse a los centros poblados en busca de fuentes de trabajo, desintegrándose el núcleo familiar.

7.3 Situación con Proyecto

- **Efectos de Encadenamiento hacia delante**

Existirá mayores fuentes de trabajo en la zona ya sea por la producción misma del maní molido en la planta, hasta el comercio informal que probablemente se establecerá en la zona, gracias a un incremento de visitantes al lugar.

Con una planta productora de maní molido y en grano tostado llevará a que ciertas microempresarias analicen la idea de preparar algunos platos de comida en base a maní y pongan a la venta. Esto permitirá a que las personas del lugar aprendan a consumir maní como un alimento rico en proteínas y no por golosina.

- **Efecto de Encadenamiento hacia atrás**

Al crearse la planta procesadora de maní es muy factible que las personas de la zona continúen cultivando esta planta, y se incrementaría el área, eliminando poco a poco la dependencia a los cultivos de maíz y arroz para la venta.

Esto mejoraría sustancialmente la comercialización del maní en grano que en la actualidad se dificulta por que el grano se deteriora rápidamente una vez retirado de la vaina, ya que sus aceites naturales parecen oxidarse muy pronto dando lugar a la aparición de hongos en el grano.

- **Efecto del Proyecto como Externalidad Positiva**

EN LA PRODUCCION:

Actualmente, los suelos han sufrido un desgaste por la continua explotación de los terrenos con la siembra de cultivos de arroz y maíz que extraen altas cantidades de nutrientes ciclo a ciclo. El maní es una planta que pertenece a la familia de las leguminosas y por lo tanto en sus raíces crecen las bacterias que fijan nitrógeno lo que mejora el contenido de este elemento en el terreno. Al instalar una planta procesadora de maní se induciría a cultivar más área con esta planta y mejora la fertilidad del suelo.

Para mantener esta fertilidad de los suelos, sembrarían en rotación de cultivos obteniendo así mejores producciones en los nuevos cultivos que siembren.

Además, habría un efecto mayor que es la capacitación de los socios en formación y manejo de microempresas, en agro industrialización y procesamiento del maní, manejo de maquinarias y equipos, y en fortalecimiento organizativo.

7.4 Costo de Oportunidad

Tierra

El terreno donde se instalaría la planta para tostar y moler maní se encuentra ubicado en el centro poblado del recinto junto a una vía de primer orden, en la actualidad ya existe una pequeña construcción donde dan el servicio de descascarado de maní, este lote está dentro del perímetro urbano y no se le podría analizar como agrícola porque es un lote de 250 m² destinado a la construcción de vivienda. Cabe señalar que este recinto posee plano urbanístico.

Trabajo

En lo que es operación de maquinarias deberá contratarse mano de obra calificada hasta capacitar a las personas de la localidad. En el sector no existe mano de obra calificada, es muy escasa en este tipo de actividades. Deberá contratarse para la administración profesionales capacitados en estas actividades.

Bienes Transables y Divisas

El maní es un bien transable sin embargo, el maní en grano actualmente es enviado a Colombia a un precio de frontera aproximado de \$0.22 / libra de maní en grano, no hay una información veraz de cuanto se exporta el maní molido y a que precio se lo comercializaría en las fronteras. El maní molido que se produciría en este proyecto se estima comercializarlo a nivel local.

Recursos Domésticos

La materia prima en este proyecto es el maní en grano clasificado y limpio, el que tendría un valor de \$0.23 aproximadamente.

7.5 Factor de Conversión de los factores Primarios

Cuadro22. Valor Económico del Proyecto

RUBRO	VALOR FINANCIERO	Factor de conversión	VALOR ECONOMICO	Valor Económico Total
ACTIVOS FIJOS				
Tostadora de maní	1100	1	1100	1100
Peladora de maní	460	1	460	460
Molino eléctrico	400	1	400	400
Medidor de humedad	100	1	100	100
Balanza	150	1	150	150
Vehículo para repartición	1500	1	1500	1500
Bomba de agua de media pulgada	35	1	35	35
	3745		3745	3745
OTROS ACTIVOS FIJOS				
Construcción planta	4500	1	4500	4500
Construcción bodega de almacenamiento	2400	1	2400	2400
Construcción de bodega para materiales	1800	1	1800	1800
Pozo somero	60	1	60	60
	8760		8760	8760
Muebles de oficina				
Escritorio	150	1	150	150
Silla de escritorio	40	1	40	40
Archivador	70	1	70	70
Perchas	160	1	160	160
	420		420	420
Equipos de oficina				
sumadora	25	1	25	25
	25		25	25
SUBTOTAL	12950		12950	12950
ACTIVOS INTANGIBLES				
Capacitación en Manejo de Microempresas	200	1	200	200
Capacitación en procesamiento del maní	200	1	200	200
Capacitación en calidad total	200	1	200	200
Capacitación en promoción y marketing	200	1	200	200
Constitución de la microempresa	150	1	150	150
Estudio Técnico	1000	1	1000	1000
SUBTOTAL	1950		1950	1950
CAPITAL DE TRABAJO				
COSTOS VARIABLES				
Maní en grano	17550	1	17550	17550
Tarrinas para empaque	150	1	150	150
Fundas para empaque	120	1	120	120
combustible	150	0,48	72	72
Etiqueta	92	1	92	92
COSTOS FIJOS				
Selección	278	1	278	278
Tostado	200	1	200	200
Pelada del maní tostado	80	1	80	80
Molido del maní	200	1	200	200
Empaque	400	1	400	400
Asesor Técnico	1200	1	1200	1200
Luz eléctrica	120	1,13	135,6	135,6
Estibador - Bodeguero	1080	1	1080	1080
Material de limpieza	8	1	8	8
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS				
Gerente	2400	1	2400	2400
Contador	1800	1	1800	1800
Secretaria	1200	1	1200	1200
Chofer	520	1	520	520
Conserje	720	1	720	720
Material de oficina	180	1	180	180
teléfono	120	1	120	120
gasolina	77	0,48	36,96	36,96
SUBTOTAL	28645		28542,56	28542,56
TOTAL INVERSION INICIAL	43545		43442,56	43442,56

8. ANALISIS AMBIENTAL

8.1 Situación Actual.-

8.1.1 Medio Físico:

El comité Pro Mejoras San Jacinto, se asienta en una planicie que se rodea de un canal de agua que sigue el curso del estero llamado Estero de Piedras, del cual se deriva el nombre del Recinto donde habitan los socios del comité y limita con el Río Umbe del cual una empresa extrae la piedra para la producción de ripio como material de construcción, además los agricultores contaminan las aguas porque acostumbran a lavar sus equipos de fumigación en estas fuentes.

En la zona se presentan temperaturas que oscilan entre 18° C y 24 ° C en la época de verano, incrementándose entre 22° C y 30 °C en la época de invierno, las precipitaciones fluctúan entre 1500 y 2000 mm al año, existe 9 meses secos; está a una altura aproximada a los 200 m. s .n. m., por lo tanto para ésta actividad presenta condiciones climáticas tolerables.

El suelo es de tipo franco arenoso, el cual en las zonas donde se cultiva arroz y maíz, se erosiona y saliniza por las siguientes actividades:

- Los agricultores usan indiscriminadamente urea en sus cultivos
- El suelo es arado continuamente con el uso de implementos pesados como es la grada de discos.
- El método de riego utilizado en los cultivos de verano es inapropiado para la conservación de los suelos.
- El aire permanente está contaminado por el uso de pesticidas de etiqueta roja y amarilla en los controles fitosanitarios de los cultivos.

8.1.2. Medio Biótico:

La zona pertenece a un bosque húmedo tropical formado principalmente por vegetación arbórea con especies forestales y cultivos de cacao, plátano, además existen cultivos de ciclo corto como arroz, maíz y tabaco.

Actualmente, en el río y estero solo aparecen peces en la época invernal ya que anteriormente en las épocas de pesca utilizaban métodos de pesca que eliminaron varias especies de pescados con sus alevines de forma masiva, y además existe mucha contaminación en los ríos porque preparan los caldos de pesticidas y lavan los equipos, además lavan ropas y se bañan

en los canales; ocasionalmente aparecen animales de caza como guanta, perdices y armadillos, guatusos y conejos.

Los reptiles como las culebras ya se están desapareciendo, porque generalmente cuando algún agricultor encuentra una culebra en su terreno termina matándola, por el poco conocimiento que tiene de la vida de estos animales.

8.1.3. Medio Socio Económico:

Los habitantes de esta zona, en su mayoría se compone de personas originarias de la provincia de Bolívar, las cuales conservan aún sus tradiciones en cuanto a fechas religiosas, formas de trabajar y de relacionarse con los demás, son personas acostumbradas a las labores agrícolas y a la crianza de animales menores como aves de corral, ganado porcino y cuyes.

El tipo de alimentación se basa principalmente en el arroz, plátano, harinas de maíz, trigo, yuca.

La zona es visitada por las familiares que se han radicado en las ciudades principales del país, y por los comerciantes de plátano, naranja, y otros del comercio informal.

El trabajo en el campo, principalmente lo realizan hombres mayores de edad, y las mujeres son las que preparan la alimentación, además los hijos menores estudian y ayudan en actividades del hogar.

8.2 Impacto Esperado con el Proyecto

Cuadro 23. Impacto esperado del proyecto

Etapa	Actividad	Ruido	Calidad del Aire	Nivel de empleo	Alimentación
Producción de maní molido	Descascarar el maní	medio	medio	bajo	
	Tostado y molido	bajo	alta	medio	
Comercialización	Almacenamiento			medio	
	Distribución			alto	alto

En el proceso de descascarado de maní, se provoca un ruido por el motor de la máquina, y por el trabajo de retirar la vaina del grano por el equipo, así como la nube de polvo que se levanta

en el ambiente, ya que las vainas al ser retiradas del terreno arrastran una cierta cantidad de tierra que se adhiere en la cáscara, esto afectaría principalmente al operador, ya que la vaina en si, es utilizada como cobertura vegetal seca en los terrenos, que más tarde se degrada incorporando nutrientes y mejorando la estructura de los suelos.

Sin embargo, para mitigar la afección del ruido y el polvo al ambiente del operador se podría adoptar las siguientes medidas:

- Equipar al operador con tapones industriales para los oídos, y mascarillas para la respiración.
- Enseñar a los agricultores a cosechar y dejar las vainas expuestas al aire para que la lluvia les limpie de la tierra.
- Comprar el maní en grano y no en vaina.

En el tostado y molido del maní la afección del ruido es muy baja e igualmente el aire no es contaminado por emisión de polvo o gases; en cambio el nivel de empleo aumentaría en la zona, porque se hace necesario contratar operadores y clasificadores.

En la etapa de comercialización, principalmente es un impacto positivo al entrar en la cadena de mercadeo, porque moviliza el comercio en la zona y sus alrededores.

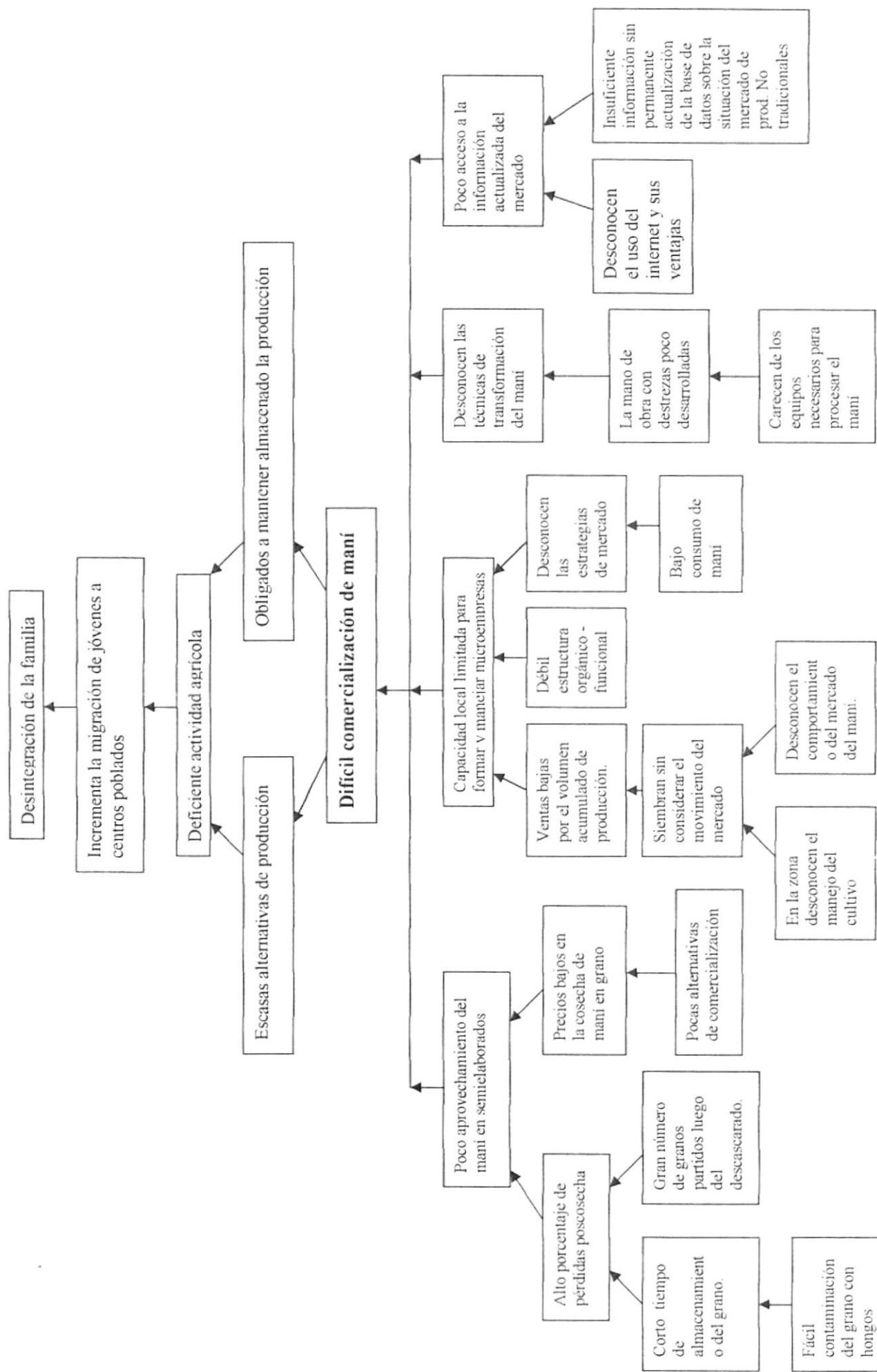
Por ser un producto que lo consumen mayormente personas de orígenes costeños, causará un impacto social en las costumbres de alimentación de los habitantes de la zona, ya que en el estudio de mercado se recomendó incrementar el consumo de maní, influyendo en la decisión de compra de los alimentos, sensibilizándolos al darles a conocer los beneficios nutritivos del maní, sus usos y tipos de preparación. Si esto se lograría, sería un impacto positivo porque tendrían una nueva alternativa de alimentación.

9. ANEXOS

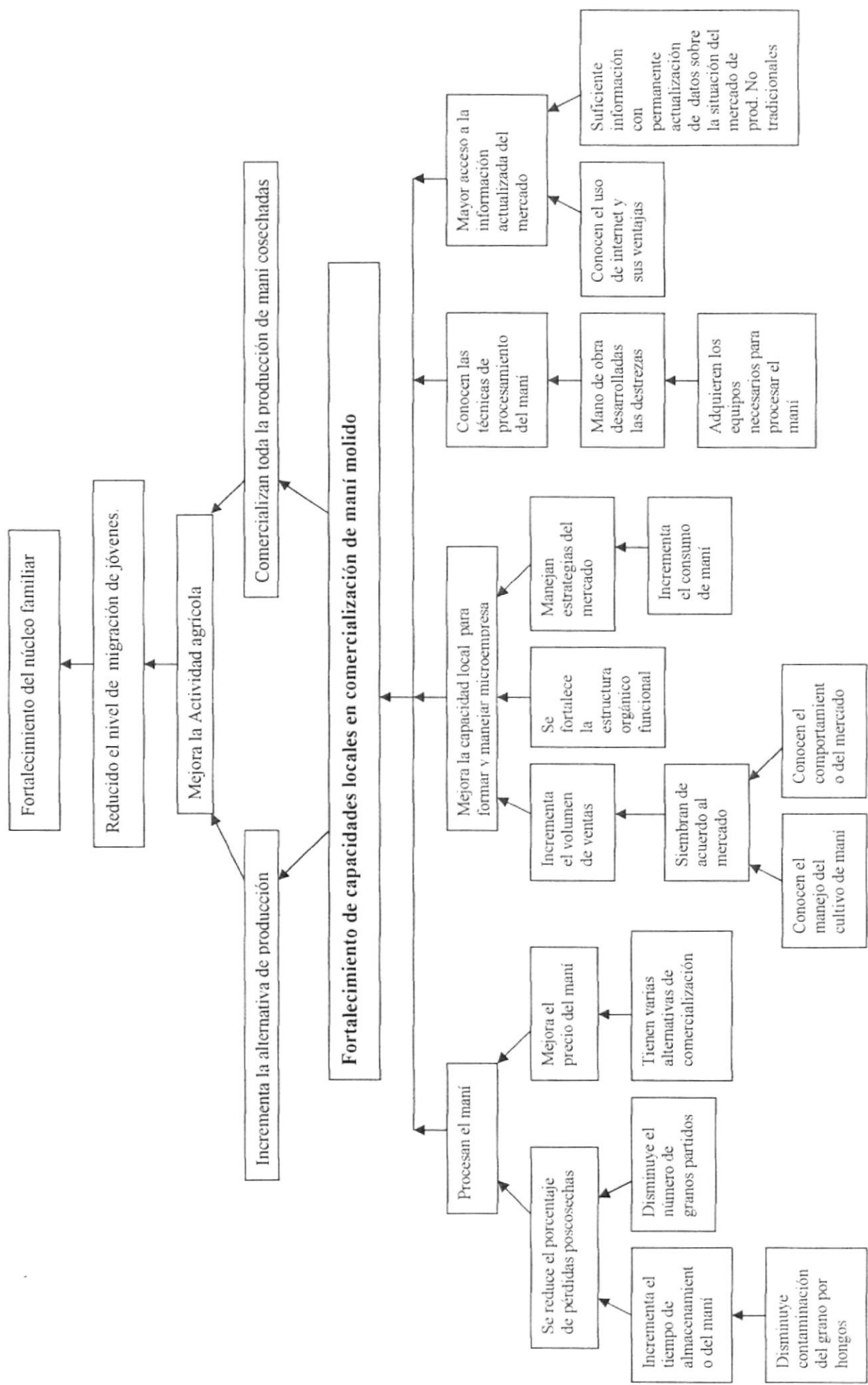
ANEXO 1. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Proyecto: Fortalecimiento de capacidades locales para comercialización de maní molido

GRUPO	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	INTERES EN EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
Socios y socias de la Organización San Jacinto	<ul style="list-style-type: none"> Tener un cultivo alternativo de ciclo corto. Manejar nuevos rubros en sus fincas Rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Siembran sin previo análisis del mercado. Precios bajos en la época de cosecha. Costos altos de equipos de procesamiento de maní. Desconocen el beneficio nutritivo del maní. 	<ul style="list-style-type: none"> Organización de agricultores. Terrenos óptimos para el cultivo de maní. La zona se beneficia de un canal de riego. Han adquirido experiencia en manejar el cultivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar los ingresos. Crear fuentes de trabajo. Mantener unido el núcleo familiar Incrementar el área cultivada de maní y disminuir los cultivos tradicionales no rentables. 	<ul style="list-style-type: none"> Competencia con microempresarios de Quevedo y El Empalme. Dificultad en iniciar una actividad como microempresario Dificultad en asumir nuevas responsabilidades y funciones de los socios Mantener un capital circulante para adquirir producción Juventud inactiva.
Agricultores y agricultoras de la zona	<ul style="list-style-type: none"> Adoptar un nuevo cultivo en la finca. Mejorar los ingresos familiares. Aplicar adecuadas tecnologías de producción 	<ul style="list-style-type: none"> Monocultivo Cultivos tradicionales no rentables Desconocen el manejo del cultivo de maní Falta mano de obra calificada 	<ul style="list-style-type: none"> Terrenos óptimos para el cultivo de maní. La zona se beneficia de un canal de riego. Agricultores tienen cultura de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Cultivar maní como nueva alternativa de producción. Tener un mercado seguro donde vender el maní y con precio justo. Mejorar sus ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> Intermediarios de la zona. Aceptar las nuevas tecnologías de producción Regular turnos de uso del agua.
Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> Especular con el precio. Comprar a precios bajos el maní en cáscara, para comercializar a mejor precio el maní en grano. Monopolizar el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> No pueden almacenar en grano el maní. Diferentes calidades de grano por variedades en el mercado. La oferta de maní procesado es menor a la demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuentan con la infraestructura adecuada de almacenamiento y comercialización Tienen el capital suficiente para adquirir la producción. Conocen el movimiento del mercado. Están organizados. 	<ul style="list-style-type: none"> Vender el maní en formas de más fácil comercialización en el mercado. Mantener el volumen de ventas en el año. 	<ul style="list-style-type: none"> Equilibrio en el precio. Desacuerdos con la organización por no manejar precio justo.
Consumidores y consumidoras	<ul style="list-style-type: none"> Comprar un maní de buena calidad sin contaminación por fungi toxinas, pesticidas u otros. Conocer mejor los beneficios nutricionales que aporta el maní e incorporarlos en su dieta alimenticia. 	<ul style="list-style-type: none"> Escaso control de calidad. El consumidor es estafado en el precio. En el mercado se comercializa maní en grano y en pasta de baja calidad. Se venden diferentes marcas sin garantía. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley de Defensa del Consumidor. Ministerio de salud pública. Control de tiendas y supermercados donde expenden este producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprar maní listo para el consumo. Adquirir un producto sano, de alta calidad y con precio justo. Tener seguridad al comprar pasta de maní, que está sin mezcla con otros ingredientes. Mejorar la calidad nutricional de su alimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> Las tiendas se inclinan por comprar productos baratos independientes de su calidad. Irregularidad en el precio.



Anexo 2. ANÁLISIS DE PROBLEMAS: Fortalecimiento de Capacidades Locales en Comercialización de mani molido en el Recinto Estero de Piedras



ANEXO 3. ANÁLISIS DE OBJETIVOS: Fortalecimiento de Capacidades Locales para la Comercialización de mani molido en el Recinto Estero de Piedras

ANEXO 4. PRESUPUESTO DE EGRESOS
Producción de 50000 libras de maní molido/año

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COSTOS VARIABLES				18062
Maní en grano	qq	585	30,00	17550
Tarrinas para empaque	tarrinas	1000	0,15	150
Fundas para empaque	millar	40	3,00	120
combustible	gas	75	2,00	150
Etiqueta	millar	23	4,00	92
COSTOS FIJOS				3566
Selección	qq	556	0,50	278
Tostado	horas	250	0,80	200
Pelada del maní tostado	horas	100	0,80	80
Molido del maní	horas	250	0,80	200
Empaque	ciento	500	0,80	400
Asesor Técnico	visita	24	50,00	1200
Luz eléctrica	planilla	12	10,00	120
Estibador - Bodeguero	mes	12	90,00	1080
Material de limpieza	Kg	2	4,00	8
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS				7016,96
Gerente	mes	12	200	2400
Contador	mes	12	150	1800
Secretaria	mes	12	100	1200
Chofer	semana	52	10	520
Conserje	mes	12	60	720
Material de oficina	mes	12	15	180
teléfono	planilla	12	10	120
gasolina	galón	52	1,48	76,96
GASTOS FINANCIEROS				
TOTAL				28644,96

ANEXO 5. DEPRECIACIONES

TABLA DE DEPRECIACIÓN: tostadora de maní				
VIDA ÚTIL= 10 años				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	1100			
1	990	110	110	
2	880	110	220	
3	770	110	330	
4	660	110	440	
5	550	110	550	
6	440	110	660	
7	330	110	770	
8	220	110	880	
9	110	110	990	
10	0	110	1100	

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Peladora de maní				
VIDA ÚTIL= 10 años				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	460			
1	414	46	46	
2	368	46	92	
3	322	46	138	
4	276	46	184	
5	230	46	230	
6	184	46	276	
7	138	46	322	
8	92	46	368	
9	46	46	414	
10	0	46	460	

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Molino de maní				
VIDA ÚTIL= 5 años				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	400			
1	320	80	80	
2	240	80	160	
3	160	80	240	
4	80	80	320	
5	0	80	400	

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Medidor de humedad**VIDA ÚTIL=****5 años****Método:****Línea Recta**

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	100		
1	80	20	20
2	60	20	40
3	40	20	60
4	20	20	80
5	0	20	100

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Balanza**VIDA ÚTIL=****5 AÑOS****Método:****Línea Recta**

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	150		
1	120	30	30
2	90	30	60
3	60	30	90
4	30	30	120
5	0	30	150

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Tricimoto**VIDA ÚTIL=****3 AÑOS****Método:****Línea Recta**

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	1500		
1	1000	500	500
2	500	500	1000
3	0	500	1500

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Silla de escritorio**VIDA ÚTIL=****5 AÑOS****Método:****Línea Recta**

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	40		
1	32	8	8
2	24	8	16
3	16	8	24
4	8	8	32
5	0	8	40

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Archivador				
VIDA ÚTIL= 5 AÑOS				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	70			
1	56	14	14	
2	42	14	28	
3	28	14	42	
4	14	14	56	
5	0	14	70	

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Bomba de agua				
VIDA ÚTIL= 5 AÑOS				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	35			
1	28	7	7	
2	21	7	14	
3	14	7	21	
4	7	7	28	
5	0	7	35	

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Escritorio				
VIDA ÚTIL= 5 AÑOS				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	150			
1	120	30	30	
2	90	30	60	
3	60	30	90	
4	30	30	120	
5	0	30	150	

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Perchas				
VIDA ÚTIL= 5 AÑOS				
Método: Línea Recta				
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	
0	80			
1	64	16	16	
2	48	16	32	
3	32	16	48	
4	16	16	64	
5	0	16	80	

TABLA DE DEPRECIACIÓN Sumadora			
VIDA ÚTIL= 5 años			
Método: Línea Recta			
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	25		
1	20	5	5
2	15	5	10
3	10	5	15
4	5	5	20
5	0	5	25

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Planta			
VIDA ÚTIL= 10 AÑOS			
Método: Línea Recta			
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	4.500		
1	4.050	450	450
2	3.600	450	900
3	3.150	450	1.350
4	2.700	450	1.800
5	2.250	450	2.250
6	1.800	450	2.700
7	1.350	450	3.150
8	900	450	3.600
9	450	450	4.050
10	0	450	4.500

TABLA DE DEPRECIACIÓN Bodega de Almacenamiento			
VIDA ÚTIL= 10 AÑOS			
Método: Línea Recta			
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	2.400		
1	2.160	240	240
2	1.920	240	480
3	1.680	240	720
4	1.440	240	960
5	1.200	240	1.200
6	960	240	1.440
7	720	240	1.680
8	480	240	1.920
9	240	240	2.160
10	0	240	2.400

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Bodega de Materiales			
VIDA ÚTIL= 10 AÑOS			
Método: Línea Recta			
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	1.800		
1	1.620	180	180
2	1.440	180	360
3	1.260	180	540
4	1.080	180	720
5	900	180	900
6	720	180	1.080
7	540	180	1.260
8	360	180	1.440
9	180	180	1.620
10	0	180	1.800

TABLA DE DEPRECIACIÓN: Pozo somero			
VIDA ÚTIL= 10 AÑOS			
Método: Línea Recta			
AÑO	VALOR EN LIBROS	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA
0	60		
1	54	6	6
2	48	6	12
3	42	6	18
4	36	6	24
	30	6	30
	24	6	36
	18	6	42
	12	6	48
	6	6	54
5	0	6	60

TOTAL DE DEPRECIACION

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL	DEPRECIACION
ACTIVOS FIJOS			
Tostadora de maní	tostadora	1100	110
Peladora de maní	peladora	460	46
Molino eléctrico	molino	400	80
Medidor de humedad	medidor	100	20
Balanza	Balanza	150	30
Vehículo para repartición	tricimoto	1500	500
Bomba de agua de media pulgada	bomba	35	7
		3745	793
OTROS ACTIVOS FIJOS			
Construcción planta	m2	4500	450
Construcción bodega de almacenamiento	m2	2400	240
Construcción de bodega para materiales	m2	1800	180
Pozo somero	pozo	60	6
		8760	876
Muebles de oficina			
Escritorio	Escritorio	150	30
Silla de escritorio	silla	40	8
Archivador	mueble	70	14
Perchas	Perchas	160	32
		420	84
Equipos de oficina			
sumadora	sumadora	25	5
		25	5
TOTAL		12950	1758

AMORTIZACION DE INTANGIBLES

Concepto	Costo Total \$	Periodo Amort	Cuota de Amor.
Activos Intangibles			
	1.950	2	975
Total	1.950		975

ANEXO 6. ENCUESTA A CONSUMIDORES FINALES

Reciba un cordial saludo de la organización "San Jacinto", ubicada en la parroquia Quinsaloma del Cantón Ventanas, quienes actualmente desarrollamos una investigación del mercado de maní molido por lo que le solicitamos colabore con 5 minutos de su tiempo, contestando al siguiente cuestionario, ya que sus respuestas las consideramos muy importantes.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar.
- Marque con una x su respuesta.
- Conteste con la mayor sinceridad posible.

Lugar:

1. ¿Usted consume maní molido?

SI -----

NO-----

2. ¿Cómo prefiere abastecerse de maní molido?

Compra el maní molido en cualquier lugar de venta _____

Compra el maní en grano para tostarlo y molerlo usted en su casa _____

3. ¿Cuál es su frecuencia de compra de maní molido?

Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Trimestral	
Ocasional	

4. ¿Según la frecuencia antes indicada, qué cantidad en libras o kilos aproximadamente usted consume maní molido?

_____ libras

_____ kilos

5. ¿En que utiliza a menudo el maní molido que usted adquiere?

Consumo directo _____

Ingrediente para la preparación de algunos platos _____

6. ¿En cuál de los siguientes envases usted compra maní molido?

Funda sin sellar y sin etiqueta _____

Funda sellada y con etiqueta _____

Tarrina Plástica con etiqueta _____

Tarrina plástica sin etiqueta _____

7. En las líneas siguientes complete con los nombres de tres marcas de maní molido que usted haya adquirido y recuerde:

8. ¿Tiene usted alguna fecha especial del año donde adquiera maní molido con más preferencia?

Año Nuevo _____
Carnaval _____
Semana Santa _____
Día de la Madre _____
Día de los fieles d. _____
Navidad _____
Cualquier día _____

9. ¿Tiene alguna dificultad para comprar el maní molido?

Escasea temporalmente ()
Reducido número de lugares de venta ()
Venden maní molido de pésima calidad ()
Ninguna ()

10. ¿En que lugares usted se abastece de maní molido?

Tienda del Barrio	
Ferias Libres	
Mercado	
Comisariato	
Vendedores Ambulantes	

11. ¿En este año el precio del maní molido que usted compra, ha sufrido variaciones?

12. ¿Conoce usted sobre los beneficios nutritivos del maní?

ANEXO 7. Tabulación de resultados de encuestas

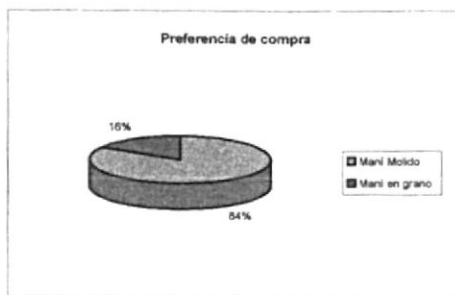
Consumo de maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
SI	98	84	84
NO	19	16	100
Total	117	100	



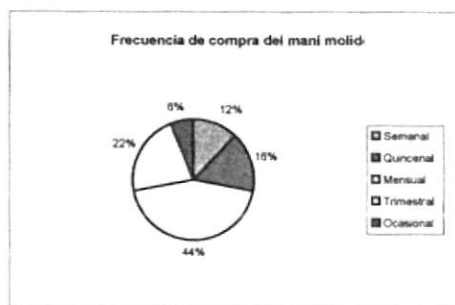
Preferencia de compra

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Maní Molido	82	84	84
Maní en grano	16	16	100
Total	98	100	



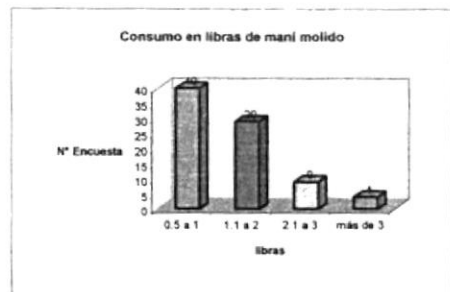
Frecuencia de compra del maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Semanal	10	12	12
Quincenal	13	16	28
Mensual	36	44	72
Trimestral	18	22	94
Ocasional	5	6	100
Total	82	100	



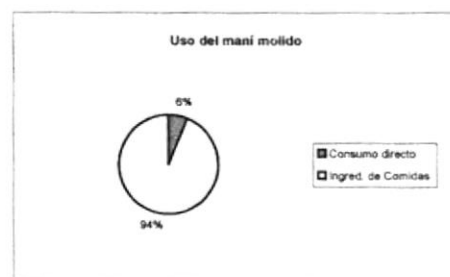
Consumo en libras del maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
0.5 a 1	40	49	49
1.1 a 2	29	35	84
2.1 a 3	9	11	95
más de 3	4	5	100
Total	82	100	



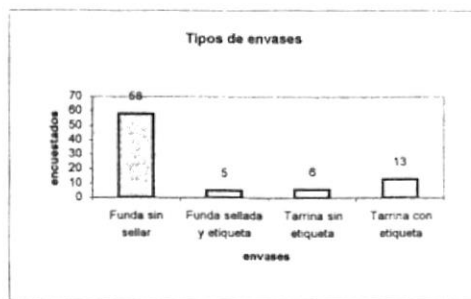
Uso del maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Consumo directo	6	6	6
Ingred. de Comida	92	94	100
Total	98	100	



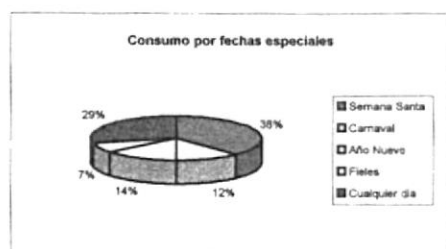
Tipos de envases de presentación

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Funda sin sellar	58	71	71
Funda sellada y et	5	6	77
Tarrina sin etiqueta	6	7	84
Tarrina con etiquet	13	16	100
Total	82	100	



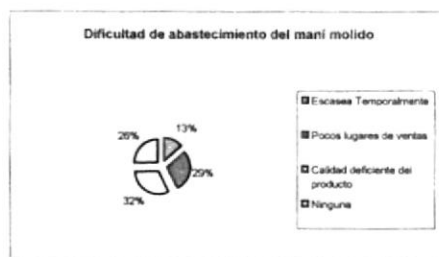
Consumo en fechas especiales

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Semana Santa	37	38	38
Carnaval	12	12	50
Año Nuevo	14	14	64
Fieles	7	7	71
Cualquier día	28	29	93
Total	98	100	



Razones que dificultan adquirir maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Escasea Temporal	11	13	13
Pocos lugares de v	24	29	43
Calidad deficiente	26	32	74
Ninguna	21	26	68
Total	82	100	



Lugares donde los consumidores adquieren el maní molido

Variable	Frecuencia	%	% Acumulado
Tienda del Barrio	24	29	29
Ferias Libres	9	11	40
Mercado	27	33	73
Comisariato	7	9	82
Vendedores	15	18	91
Total	82	100	

