

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN FORMULACION Y GESTIÓN DE PROYECTOS

IV PROMOCIÓN

PROYECTO

**IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN DE UN CENTRO DE
ACOPIO EN LA PARROQUIA SAN LUÍS DE PAMBIL**

AUTOR:

ING. MARCO FLORES E.

AÑO:

2006

**UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE
SAN LUIS DE PAMBIL**

UNORCAS

**IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN DE UN CENTRO
DE ACOPIO PARA CACAO EN LA PARROQUIA SAN
LUIS DE PAMBIL**

Presentado por:

Ingeniero Marco Flores

**San Luis de Pambil,
15 de Agosto del 2006**

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 DEL PROYECTO**
 - 8. ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD**
 - 9. SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**
 - 10. PRESUPUESTO DEL PROYECTO**
- ANEXOS**

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 ORGANIZACIÓN SOLICITANTE

la Unión de Organizaciones Campesinas de San Luis de Pambil UNORCAS, es una organización de segundo grado que afilia actualmente a 8 organizaciones de base, su personería jurídica es de carácter privado sin fines de lucro, fue otorgado por el Ministerio de Bienestar Social, según la resolución ministerial N° 00174, en Mayo de 1999.

La organización, nació con el fin de buscar el desarrollo socio-económico de sus socios y socias. Es así que ha incursionado en el ámbito del desarrollo agropecuario-artesanal, captando proyectos y convenios con varias instituciones como Ayuda en Acción, CORDESPROB (corporación de desarrollo de Bolívar), el Ministerio del ambiente. Y últimamente con PROLOCAL.

La UNORCAS, es una organización que está trabajando planificadamente de acuerdo a su plan de fortalecimiento Institucional en el cual existe el programa de comercialización.

1.2 TÍTULO DEL PROYECTO

Implementación y operación de un centro de acopio en la Parroquia San Luis de Pambil

1.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO

- Provincia: Bolívar
- Cantón: Guaranda
- Parroquia: San Luis de Pambil
- Sector(es): Recintos: Las Minas, San Fernando, La Chongona, S.L.Mercedes, Porvenir, Suquibí viejo, la Y, Jerusalén. La Libertad

1.4 DURACIÓN DEL PROYECTO

La ejecución del proyecto durará unos 10 años, especificando la fecha de inicio y la fecha de finalización. Enero del 2007 a Enero del 2017

2. ORGANIZACIÓN PROMOTORA DEL PROYECTO

2.1 RAZÓN SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

La Unión de Organizaciones Campesinas de San Luis de Pambil UNORCAS, es una organización de Segundo Grado, que agrupa a 8 organizaciones de base de la Parroquia San Luis de Pambil.

2.2 DIRECCIÓN

Se encuentra ubicada sus oficinas, en la cabecera parroquial de San Luis de Pambil en la Avenida Abel Torres Oleas y Cotopaxi esquina s/n

2.3 TELÉFONO, FAX, CORREO ELECTRÓNICO

Teléfonos 032656002-032656200-032656136

2.4 REPRESENTANTE LEGAL

NILO GRICELDO RODRÍGUEZ PEÑA

2.5 FECHA DE CREACIÓN Y ACUERDO DE LEGALIZACIÓN

La UNORCAS, fue creada jurídicamente el 9 de Mayo de 1999 por el Ministerio de Bienestar Social, con acuerdo ministerial N° 00174.

2.6 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE DEL PROYECTO

Comité de gestión del cacao de la UNORCAS (14 participantes de 7 Organizaciones)

Sr. Nilo Rodríguez Presidente de La UNORCAS

Los señores que representan el gremio y el presidente son agricultores.

Ing. Marco Flores Espinoza Ing. Agrónomo.

2.7 HOJA DE VIDA DE LA INSTITUCIÓN

Proyecto de Fortalecimiento Institucional, en el que van incluido equipamiento básico de oficina, capacitación en distintas áreas, legalización de organizaciones, identificación de proyectos. Se realizó en convenio con aporte de la organización y PROLOCAL.

Proyecto del mejoramiento de la cadena productiva del cacao en la parroquia de San Luis de Pambil en convenio y contrapartes de UNORCAS-PROLOCAL

Programa de capacitación en el área turística. Formación de guías comunitarios de la Parroquia San Luis de Pambil. UNORCAS-AYUDA EN ACCIÓN-MINISTERIO DEL AMBIENTE.

Especialidades, servicios, programas y proyectos que ha ejecutado y ejecuta la organización. Mencionar los últimos tres proyectos o programas ejecutados por la institución.

3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

3.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

PROLOCAL, Proyecto para la reducción de la pobreza, es un proyecto innovador del Estado Ecuatoriano que tiene por objetivo Mejorar el bienestar de los hogares pobres de las micro regiones, a través del empoderamiento local y el acceso a mejores servicios y activos productivos, mediante el fortalecimiento del capital social y humano local; es así que brindó la oportunidad de capacitarnos en un diplomado de alta calidad en elaboración y gestión de proyectos en la prestigiosa institución de la Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL.

PROLOCAL-UTR-ECA (unidad técnica estribaciones de los Andes), con sede en Echeandia, está trabajando en 5 cantones y en dos parroquias.

En la Parroquia de San Luis de Pambil, se ha implementado un proyecto denominado el mejoramiento de la productividad del cacao nacional fino de aroma, en el que su fuerte es la renovación de 120 hectáreas de cacao nacional fino de aroma para 120 participantes. Se estima su producción de 1200 qq en el lapso de 3 años, o sea en el 2009-2010, por lo que es importante prepararse para complementar la cadena productiva del cacao, como es la comercialización con su respectiva calidad ; así como también proporcionarle un valor agregado. Y se lo puede direccionar con las alternativas de certificación orgánica, precio justo, producto de localidad, con el fin de mejorar los ingresos y la calidad de vida del agricultor/a de la Parroquia.

La economía de San Luis de Pambil gira en torno a la agricultura, la ganadería y el comercio, siendo los rubros más importantes en el área agropecuaria la explotación de ganado vacuno doble propósito, en cuanto a los cultivos destaca la naranja, plátano, cacao, orito, café y naranjilla.

Del 91% de los productores vende sus productos en la finca; un 59% lo hace complementariamente en la cabecera parroquial y únicamente, el 12% en otras ciudades. El 97% vende sus productos a pequeños intermediarios y, complementariamente, 18% a consumidores locales y 21% a comerciantes mayoristas (PDL 2003)

Existen pequeños productores vinculados a grandes exportadoras de banano y de orito; sin embargo, otros factores van creciendo con el paso del tiempo: la falta de oferta productiva, la inconsciencia empresarial sobre más justo reparto de la riqueza, una tendencia irrefrenable a la especulación y el exceso de intermediarios, la migración de mano de obra joven, y la incertidumbre en la política económica del país frente al TLC.

Es importante trabajar en el **desarrollo humano**, es en esencia, la inversión en la gente, que se denomina **capital humano**. Sin embargo, no basta con crear capacidades humanas sino que es necesario utilizarlas efectivamente, lo cual supone entrar en el ámbito de la política económica, y esto a su vez implica que la forma más eficiente de participación a través del mercado es el acceso a un empleo productivo y bien remunerado, por lo tanto las estrategias de desarrollo humano debe ser generar empleos productivos.

3.2 CONTEXTO DEL PROYECTO

La zona en la cual se va a llevar el proyecto está ubicada en la **Zona del Subtrópico**, la temperatura oscila entre los 18 a 24°C. Sin embargo debemos indicar que varía durante el día, en las mañanas las variaciones no son muy amplias, mientras que al medio día y la tarde es de 24 a 28° centígrados. En la noche baja de 12 a 18 grados centígrados, dependiendo del enfriamiento y pérdida de calor en los diferentes meses del año.

Precipitaciones

En el Subtrópico las precipitaciones llegan de 2000 a 4000 Mm. al año teniendo como periodo lluvioso desde los meses de abril y mayo.

Fauna

Guanta, guatusa, armadillo, ardilla. En aves las más observadas son: loros , pavas, garrapatero. Entre los reptiles se cuenta con géneros del bthrops antro)

Frutas

Cacao, café, papaya, banano. maracuyá, naranja, papa china, maíz, frijol de palo, mandarinas, camote, yuca, plátano, toronjas, naranja injerta.

Ubicación Geográfica

La Parroquia de San Luis de Pambil pertenece al Cantón Guaranda y está localizada al Noroccidente de la provincia de Bolívar y enmarcada dentro de los siguientes límites: Al Norte por Moraspungo, al Sur por el Cantón Las Naves, al Este por Quinsaloma y al Oeste por la Parroquia Facundo Vela. El área geosocial, según la división política Administrativa está localizada a 240 Km. de la ciudad de Guaranda (Capital provincial). La comunidad más cercana está a 6,5 Km. y la más lejana a 20 Km. con respecto a la cabecera parroquial.

Demografía y Población

La parroquia de San Luis de Pambil, pertenece a la provincia de Bolívar, se compone de 33 recintos (ver siguiente apartado) y posee una población de 4.571. Se presume que 484 se localizan en el ámbito urbano y 4.087 viven en el sector rural ya que no existen datos exactos. La población está compuesta por 2.159 mujeres y 2.412 hombres, conforme al último censo INEC 2001. La proyección según la misma fuente al 2003 es de 4.790 habitantes.

La población comprendida entre las edades de 0-5 hasta los 17 años es casi el 50% de la población total; es decir, SLP es eminentemente joven. Es necesario señalar que las oportunidades para los jóvenes es escasa, siendo la agricultura la central. Si bien existe la oportunidad de estudiar, el único colegio en la zona cuenta con solo la especialización de contabilidad que no coincide con la necesidad y la vocación agrícola del cantón.

Cuadro N° 1 : Población por edad y sexo.

	POBLACION	0-5 AÑOS	6-14 AÑOS	15 AÑOS Y MAS
HOMBRES	2412	400	601	1411
MUJERES	2159	353	516	1290
TOTAL	4571	753	1117	2701

Fuente: VI Censo de la vivienda y V de población, noviembre 2001.
Elaborado por la Cruz Roja, 2003.

A nivel educativo según el SIISE la tasa de analfabetismo es del 9,5 %, mientras que el funcionales de 23,2 %, y el nivel de escolaridad promedio es de 5,7 años y el 54,9% de personas en edad de estudiar, poseen primaria completa, sin embargo la educación secundaria tiene apenas el 6,8 % tiene la secundaria completa y únicamente el 5,8% de las persona mayores a 24 años posee educación superior.

Transferencias monetarias

Según los datos del Censo de Población y Vivienda del 2001, 198 personas reciben el bono de desarrollo humano; según información de la Junta Parroquial, a la fecha de la elaboración del presente informe (Octubre 2004) esta cifra se ha quintuplicado, ahora son 905. El 95% de beneficiarias son mujeres en edad productiva, es decir del total, 864 son mujeres y 41 son hombres. Dato que sin duda *evidencia la feminización de la pobreza* en la parroquia.

Cuadro N° 2: Bono de Desarrollo humano

Bono de solidaridad: beneficiarios/as	198
Bono de solidaridad – madres	179
Bono de solidaridad - ancianos/as	19
Bono de solidaridad – discapacitados/as	0

Fuente: SIISE, Versión 3.5, 2003 a partir de INEC
Censo de Población y Vivienda 2001

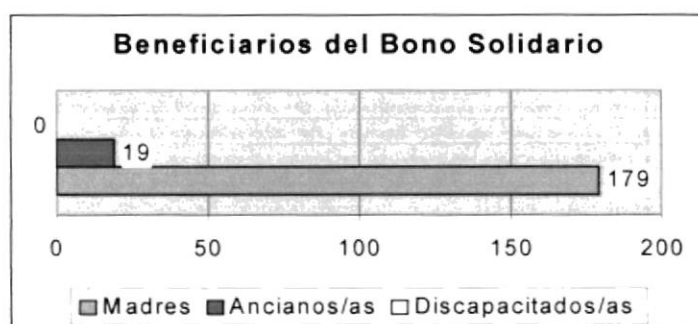


Grafico de los beneficiarios del bono de la pobreza.

De las 33 comunidades 28 disponen de tendido eléctrico, con una cobertura de 84% en promedio, 23 cuentan con caminos permanentes y 10 con caminos de verano.

De las 33 comunidades rurales, vemos que 29 cuentan con local escolar, sin embargo las condiciones de desabastecimiento de material didáctico, de medios para recreación, equipos e insumos, y el mal estado de los centros es el denominador común.

Cuadro N° 03: Datos comparativos de la parroquia SLP: Condiciones de vida

Sector / Indicador	Medida	Parroquia San Luis de Pambil	Cantón Guaranda	Provinc Bolívar	Región Sierra	País Ecuador
DESIGUALDAD Y POBREZA						
Pobreza por NBI	% (población total)	80,2	77,8	76,5	53,8	61,3
Pobreza extrema por NBI	% (población total)	31,3	54,5	44,2	26,9	31,9
Personas que habitan viviendas con características físicas inadecuadas	% (población total)	12,4	42,7	26,7	17,8	18,3
Personas que habitan viviendas con servicios inadecuados	% (población total)	68,7	69,7	67,9	38,9	46,1
Personas que habitan viviendas con alta dependencia económica	% (población total)	6,3	6,7	6,6	3,5	5
Personas en hogares con niños que no asisten a la escuela	% (población total)	10,1	11,7	10,8	7,3	8,2
Personas en hogares con hacinamiento crítico	% (población total)	26,6	40	34,4	27	31,5
Incidencia de la pobreza de consumo	% (población total)	97	91,3	88,5	62,4	60,6
Incidencia de la extrema pobreza de consumo	% (población total)	54	52,6	48,7	27,3	21,5
Brecha de la pobreza de consumo	% (línea de pobreza)	48,4	47,1	44,3	27,6	24,1
Brecha de la extrema pobreza de consumo	% (línea de extrema pobreza)	17,1	19,7	17,4	9,2	6,6

Fuente: SIISE, Versión 3.5

Como observamos en los cuadros 10 y 11 la incidencia de la pobreza de consumo y de extrema pobreza en San Luis de Pambil alcanza el 97% y 54% respectivamente, cifras que evidencian la situación crítica de la parroquia. En este contexto, se hace imperiosa la intervención del Estado, de las ONG, de la institucionalidad local y de la misma comunidad para implementar y apoyar programas integrales de desarrollo; de no haber acciones que detengan el crecimiento de la pobreza, el deterioro social y económico de los habitantes está en peligro.

El principal problema de la comercialización es la vialidad, frecuencia y costo del transporte. Otro problema es la falta de información y conocimiento de las oportunidades de mercados a nivel regional, nacional e internacional.

4. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

RAZONES QUE MOTIVAN LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

La importancia que presenta la producción y exportación del cacao en la economía nacional y en especial a las familias de los agricultores de la zona de San Luis de Pambil, que se sienten amenazados por varios factores como: Disminuido volumen de oferta y calidad y la baja productividad.

Según los talleres realizados, se puede indicar los problemas específicos en la cadena productiva del cacao.

- Baja productividad de cacao
- Árboles demasiado viejos
- Falta de capacitación técnica
- Crédito
- Débil organización
- Falta de un centro de acopio
- Precios bajos
- Intermediarios no pagan el precio justo
- No hay control del peso de cacao, cuando se vende.
- Calidad desmejorada (mezcla de cacao)
- Cacao sin beneficiado (fermentado y secado)
- No existe centro de acopio
- Bajo compromiso por parte de los socios
- Desconocimiento del campo empresarial del cacao.
- No hay acceso a la información
- Volúmenes bajos de producción, no hay capacidad de oferta.

Lo escrito conlleva a reflexionar sobre la problemática que conlleva la cadena productiva del cacao, y que se puede enfrentar mediante la consolidación de la organización para que sea el ente institucional de donde nazcan las ideas y soluciones participativas y poder desarrollar estrategias que vayan desde lo local a lo externo, siendo los propios actores sociales locales los que lideren sus propios procesos de desarrollo. Y en el que están involucrados en el proyecto en los tres ejes importantes de desarrollo: Técnico, Comercialización asociativa y socio organizativo.

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN SIN PROYECTO

La cadena productiva del cacao está ligada a las condiciones del ecosistema, lo que determina un rendimiento diferente al de otros países; entre estos factores que influyen son la mala distribución de lluvias, espacios largos de verano, escasas horas de luz, la enfermedad escoba de bruja, edad avanzada de los árboles, pérdida de fertilidad de los suelos, usos indebidos de plaguicidas.

Los problemas existentes en la comercialización como el bajo volumen de producción, malas prácticas en el beneficio del cacao, falta de cumplimiento de las reglas INEN.

Estos factores van acompañados con la desorganización de los agricultores y en especial los cacaoteros que no tienen un gremio quién los represente y luche por los intereses de sus asociados; la falta de capacitación y compromiso por parte de los agricultores.

CAMBIOS ESPERADOS A PARTIR DEL PROYECTO

En el componente de comercialización busca mejorar la rentabilidad del cacao, mediante el acopio y beneficio del cacao, para uniformizar el producto con todos los indicadores solicitados por los compradores y proyectarse a realizar una comercialización asociativa, para lo que se va a capacitar a socios y socias en temas que vayan directamente con el tema

En el área técnica se busca incrementar la productividad de las huertas de cacao de 5qq a 10qq por hectárea para el 2007, y capacitar a los cacaoteros para disminuir en las perdidas poscosecha, se incursionará en la producción orgánica para lo que se implementará un plan de capacitación. Además se formaran promotores técnicos para apoyen como multiplicadores en las comunidades.

En el componente socio-organizativo, se va a trabajar en el área más se va a formar promotores de comercialización para que sean ellos los que en el futuro realicen la sostenibilidad de la propuesta. Realizar los reglamentos internos y políticas que va a trabajar dentro de la comercialización, además dotar de herramientas para su autofuncionamiento.

Busca fortalecer el tejido social de la organización, formando capacidades locales por medio de promotores e incrementar el tejido social de la organización.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

5.1 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

5.1.1 Caracterización de los Beneficiarios

Los beneficiarios directos de la organización son los 120 socios cacaoteros de la UNORCAS, de los cuales 98 son hombres y 22 mujeres. A más de ello el proyecto se complementa con la inserción de otros cacaoteros que no se encuentran dentro de la organización, pero que si se encuentran dispuestos a vender su producto al centro de acopio, si tiene un mejor ingreso (según encuestas realizadas).

Los beneficiarios se encuentran localizados en 10 comunidades, que son aquellas que producen cacao, parte media y baja ; que pertenecen a 8 organizaciones filiales de la UNORCAS. La ubicación del centro de acopio se encuentra en San Luis de Pambil que es punto centro de estas comunidades.

Los productores cacaoteros/as tienen a más del cacao otros cultivos, ya que realiza en su gran mayoría el cultivo asociado, es decir cacao-naranja; cacao-plátano; cacao-naranja-plátano; cacao, naranja-papaya-maíz.

5.1.2 Formas de Participación Social de los Beneficiarios

La participación va hacer directa en todas las fases del proyecto, ya que se encuentra dispuesto que cada organización elegirá a dos socios para que conformen el Comité de gestión del cacao, quienes tienen la potencialidad de fiscalizar, realizar el seguimiento y evaluación del proyecto.

En cuestión de contratación tendrá el Comité un papel protagónico, ya que estará bajo su responsabilidad.

Los miembros denominados por cada organización tienen la responsabilidad de informar y multiplicar dentro de su organización para que sea el vínculo entre el proyecto y el socio/a.

Según la planificación estratégica de la organización, se tiene que presentar informes cada 6 meses del avance de la organización; así como también cada tres meses se debe realizar los informes de cada comisión.

Los socios y socias participarán de las asambleas generales como lo estipula los reglamentos internos de la organización.

5.1.3 Caracterización de las Condiciones y Problemática de la Mujer

Para el caso de San Luis de Pambil, se estima que el 25 % de propietarios carecen de títulos de propiedad sobre la tierra; y 44% de propietarios son mujeres. Inf. PDL. San Luis lo que significa que tienen acceso a los recursos.

Otra limitante es que no tiene mucha libertad de movimiento en gestiones debido a varios factores, como el papel de madre. el esposo no le deja salir mucho.

En cuanto a fuentes de trabajo no existen en nuestra parroquia

En los 30 centros educativos a nivel primario y secundario de la parroquia, hay un total de 99 maestros, de los cuales 44 son hombres y 55 mujeres, 1.951 alumnos/as, 997 hombres y 954 mujeres. Eso significa el grado de avance que tiene en el conocimiento la mujer.

En la UNORCAS, ha venido ganando su espacio con méritos, lo que existen dentro del comité de gestión 5 mujeres de 14 personas. Pero se puede observar que han surgido en base a su preparación de bachiller y superior; lo que no conjuga mucho de la sociedad en la que vivimos en donde existe el machismo en gran parte.

5.1.4 Mecanismos de participación de los Beneficiarios en las Decisiones.

Para empezar a operativizar el centro de acopio se va a elaborar herramientas para que se pueda dinamizar las actividades con responsabilidades para cada quién. Elaborar los reglamentos internos, con sus políticas, directrices y valores de tal manera que se institucionalice esta cultura de la participación ciudadana en la toma de decisiones de manera libre y voluntaria.

Cada organización participante enviará a dos miembros delegados por ella al Comité de Gestión, y tendrá derecho a un solo voto. La responsabilidad del delegado es el ser portavoz de su comunidad en las decisiones que se tomen o a su vez consensuar la respuesta con sus socios y socias. No se trata de entorpecer o burocratizar, sino al contrario tengan comisiones y apoyen en las actividades del proyecto.

Los promotores tendrán un papel importante en ser los multiplicadores en sus comunidades de información y capacitación de esta manera tener un contacto directo y de doble vía con la organización.

5.1.5 Actividades de Capacitación Dirigidas a los Beneficiarios

Las capacitaciones están dirigidas a formar y fortalecer los talentos locales de la organización. Con la estrategia de formar promotores con amplios conocimientos y en especial en varias ramas como en la técnica, comercialización y socioorganizativa.

Para las capacitaciones se realizarán un plan de capacitación previa aprobación del comité de gestión para que analice las deficiencias existentes y poder en estos eventos solucionando problemas con respecto al proyecto y otras situaciones.

5.2 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL PROYECTO

5.2.1 Finalidad del Proyecto

El proyecto se propone Contribuir a mejorar el nivel de vida de los socios y socias de las familias cacaoteras de San Luis de Pambil.

5.2.2 Propósito del Proyecto

Implementar y Operativizar un centro de acopio para el cacao en la Parroquia San Luis de Pambil

5.2.3 Componentes del Proyecto

Técnico

Beneficiarios agrupados en una organización solidamente competitiva, autogestionaria, capaz de demostrar resultados positivos, con la operación de comercialización de cacao.

Comercialización asociativa

Beneficiarios agrupados en una organización solidamente competitiva, autogestionaria, capaz de demostrar resultados positivos, con la operación de comercialización de cacao.

Socioorganizativo

Fortalecer el tejido socio organizativo de los/as Cacaoteros/as, mediante la capacitación, formación de líderes/zas y la dotación de herramientas para su autofuncionamiento y formación de redes y alianzas estratégicas.

5.2.4 Actividades del Proyecto

1.1 Se centra en la implementación y operación de un centro de acopio de cacao, primeramente hay que realizar las gestiones necesarias para llegar a convenir con algunas organizaciones que están apoyando en la construcción de centros de acopio como son GTZ, ANECACAO, y últimamente con el exportador Martinetti.

Una de las actividades de mayor importancia es realizar el acercamiento a UNOCASE, institución que agrupa a todas las asociaciones de cacaoteros que tienen su centro de acopio brindando el cuerpo administrativo y legal para realizar la exportación del cacao. De esta manera reduciendo los costos variables y haciéndole rentable a la actividad.

1.2 Las licitaciones para la obra civil, contrataciones

1.3 Elaboración de planes de transferencia, conjuntamente con las personas que van ha capacitarse.

1.4 La comercialización se sustenta en la organización, por lo que se capacitará a mujeres y a hombres en aspectos de la producción y comercialización.

1.6 Contratación de un gerente para que realice las actividades de coordinación y Operatividad del centro de acopio

1.7 Plan de capacitación para los socios en temas de poscosecha calidad, gerencia, Orientados a la comercialización.

2.1 Realizar un plan de negocios, con el sentido de poder captar un comprador que convenga a la organización

2.2 Gestionar crédito para los cacaoteros, con algunas instituciones aliadas como la CORDESPROB, que ya ha trabajado con la organización

2.3 Contratar un administrador-operador para que realice las actividades de compra y recepción.

3.1 Formación de líderes y lideresas, con el sentido de refrescar a los líderes antiguos y también para que las mujeres puedan desarrollar habilidades y destrezas.

3.2 Elaborar los reglamentos internos y herramientas para que pueda existir una transparencia alrededor del centro de acopio, para que se fortalezca la confianza.

5.3 ESTUDIO DE MERCADO

5.3.5 Identificación del Producto del Proyecto

El cacao que se va a poner en el mercado es en *grano de cacao beneficiado de alta calidad* y emprender en el tiempo impulsar la tendencia a cacao orgánico. Para aquello se necesita un proceso de capacitación, asistencia técnica y concientización. Y se puede emprender por las siguientes calidades ASE, ASS, ASSS y ASSPS.

Las empresas exportadoras en la preparación del grano para la exportación, utilizan máquinas clasificadoras, las cuales seleccionan los granos de diferentes tipos, en donde se eliminan las impurezas, granos quebrados.

Tipo de cacaos comerciables:

Arriba superior época (ASE), es un tipo de cacao de no muy buena calidad va a los mercados de estados Unidos, Perú, Colombia para obtener manteca y torta.

Arriba Superior Selecto (ASS), es una calidad intermedia que se exporta a Estados Unidos y algunos países de Latinoamérica

Arriba Superior Selecto Summer (ASSS).- Producto de máxima calidad se exporta a Europa y Japón

Arriba Superior Summer Plantación Selecta (ASSSPS).- Esta se refiere a los cacaos finos de aroma y con tratamiento orgánico, se exporta a los mercados de Europa.

Identificación de calidad

Calidad es la clasificación que dan los países compradores y los fabricantes a las almendras de cacao por su apariencia, contenido de materiales extraños, mohos, insectos etc.

Los factores que determinan la calidad del cacao pueden agruparse en:

- * **El factor Hereditario (cacaos finos y ordinarios)**
- * **Manejo de las almendras en la etapa de poscosecha (fermentación y secado)**
- * **El medio ambiente donde se desarrollan**

La calidad tiene mucho que ver con los factores genéticos (cacaos finos y cacaos ordinarios), no es menos importante el trabajo de beneficio que se inicia con la maduración de los frutos, la fermentación y el secado, para lograr finalmente un producto de buena apariencia, con sabor y aroma que indudablemente dará como resultado un chocolate de finísima calidad.

A continuación se establecen las características entre almendras de cacao fermentadas y no fermentadas.

<i>Almendra</i>	<i>seca</i>	<i>bien</i>	<i>fermentada</i>
-----------------	-------------	-------------	-------------------

Hinchada o más gruesa La cáscara se separa fácilmente Color marrón o chocolate Naturaleza quebradiza Sabor medianamente amargo Aroma agradable *Almendra seca sin fermentar o*

Mal fermentada

Más bien aplanada, por lo general es difícil separar la cáscara, de color violáceo en su interior blanquecino, naturaleza compacta, Sabor astringente (muy amargo), aroma desagradable

Para que el cacao se califique como de primera calidad debe estar bien fermentado, bien seco y poseer aroma y sabor agradables. Para obtener un cacao así, es necesario lograr una cosecha correcta, es decir, de frutos maduros, buena fermentación, buen secado y ausencia de basura. En un futuro no muy lejano los compradores de cacao fijarán normas de calidad y pagarán mejores precios a los agricultores que sigan las recomendaciones de los técnicos y que cada día se esfuercen más por ofrecer cacao de categoría superior.

SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE GRANOS

Existen normas que se aplican a los granos de cacao o almendras una vez terminado el proceso del Beneficio para tipificarlos según su calidad, para esto se toma una muestra de cacao al azar y se cortan los granos longitudinalmente:

Para que el cacao se califique como de primera calidad debe estar bien fermentado, bien seco y poseer aroma y sabor agradables. Para obtener un cacao así, es necesario lograr una cosecha correcta, es decir, de frutos maduros, buena fermentación, buen secado y ausencia de basura. En un futuro no muy lejano los compradores de cacao fijarán normas de calidad y pagarán mejores precios a los agricultores que sigan las recomendaciones de los técnicos y que cada día se esfuercen más por ofrecer cacao de categoría superior.

A pesar de que la calidad tiene mucho que ver con los factores genéticos (cacaos finos y cacaos ordinarios), no es menos importante el trabajo de beneficio que se inicia con la maduración de los frutos, la fermentación y el secado, para lograr finalmente un producto de buena apariencia, con sabor y aroma que indudablemente dará como resultado un chocolate de finísima calidad.

Selección y clasificación de granos

Existen normas que se aplican a los granos de cacao o almendras una vez terminado el proceso del Beneficio para tipificarlos según su calidad, para esto se toma una muestra de cacao al azar y se cortan los granos longitudinalmente:

Describe cual es el producto que el proyecto pretende poner en el mercado y cuales son sus principales características y requerimientos de posicionamiento.

5.3.6 Características del Mercado

El mercado se orienta a la exportación, con los dos tipos de cacao nacional y CCN551.

En la actualidad el mercado solicita un cacao de alta calidad que se lo puede conseguir con el cacao nacional a igual que el cacao CC51 muy rico en grasa y se lo utiliza en la industria.

5.3.7 Análisis de la Demanda y la Oferta

A continuación se presenta un gráfico de los 10 países más representativos de los compradores de cacao en seco en miles de quintales y en millones de dólares:

Grafico N° 04

El "TOP 10" de los PAISES Compradores de CACAO en GRANO en SECO (en miles de qq, y en \$US Mill)													
Puesto	PAIS Comprador	2003				2004				2005 (proyección)			
		Miles qq	Mill US\$	% Mill US\$	US\$ qq	Miles qq	Mill US\$	% Mill US\$	US\$ qq	Miles qq	Mill US\$	% Mill US\$	US\$ qq
1	UNITED STATES	274	\$ 21,1	44%	\$ 77	302	\$ 19,6	36%	\$ 65	332	\$ 22,4	38%	\$ 68
2	PAISES BAJOS	110	\$ 9,0	19%	\$ 82	104	\$ 7,0	13%	\$ 68	114	\$ 8,0	14%	\$ 71
3	GERMANY	66	\$ 5,1	11%	\$ 77	79	\$ 5,4	10%	\$ 68	86	\$ 6,2	11%	\$ 72
4	OTROS	12	\$ 0,8	2%	\$ 68	110	\$ 7,3	13%	\$ 66			0%	
5	ITALY	37	\$ 3,2	7%	\$ 87	39	\$ 2,7	5%	\$ 68	28	\$ 2,1	4%	\$ 77
6	FRANCE	34	\$ 2,7	6%	\$ 78	39	\$ 2,7	5%	\$ 69	36	\$ 2,6	4%	\$ 73
7	MEXICO					46	\$ 2,9	5%	\$ 63	55	\$ 3,9	7%	\$ 70
8	ECUADOR							0%		120	\$ 8,4	14%	\$ 70
9	UNITED KINGDOM	19	\$ 1,3	3%	\$ 71	32	\$ 2,1	4%	\$ 67	27	\$ 2,0	3%	\$ 74
10	SWITZERLAND	40	\$ 3,1	6%	\$ 77	6	\$ 0,4	1%	\$ 66	9	\$ 0,6	1%	\$ 67
	Total 10	592	\$ 46	96%	\$ 78	757	\$ 50	93%	\$ 66	807	\$ 56	96%	\$ 70
	El resto (10)	23	\$ 2,0	4%	\$ 85	58	\$ 4	7%	\$ 68	35	\$ 3	4%	\$ 72
	Total	615	\$ 48		\$ 78	815	\$ 54		\$ 66	\$842	\$59		\$ 70

Elaborado por: Lcdo. John Martínez.

El peso de EE. UU. sobre las exportaciones es el más alto, es el comprador mas grande, representa alrededor de la mitad de las compras de los 10 mayores. De los 20 compradores, los 10 primeros representan el 96%, y el resto (10) tan solo el 4%.

Pero hay otros países que han mejorado su participación como lo son Alemania Y México.

En el balance hemos *vendido-exportado* más en \$US, pero con un desgaste en el precio promedio por qq de \$US 8, que frente al precio promedio del año 2003 (\$US 78) versus el 2005 (70) representa un 11,43% menos

Entre las causas principales creemos que las más importante, se refiere a que otros países de América Central y El Caribe, han incursionado en la producción de cacao, pero no solamente en forma tradicional, sino en una forma profesional que involucra el mejoramiento de rendimientos de qq por hectárea, indicadores que en Ecuador en promedio apenas alcanzan los 8,2 qq por hectárea, como promedio de todas las variedades de cacao.

La demanda de cacao es insatisfecha o potencial porque existe un mercado insatisfecho y potencialmente para ampliarlo. Existen propuestas de varios exportadores de comprar el cacao a la organización

En cuanto a los exportadores se puede visualizar en la siguiente tabla:

Cuadro 05

El "TOP 10" de los EXPORTADORES de CACAO en GRANO en SECO (en miles de qq, y en \$US MII)													
Puesto	Exportador	2003				2004				2005 (proyección)			
		Miles qq	MII US\$	% MII US\$	US\$ qq	Miles qq	MII US\$	% MII US\$	US\$ qq	Miles qq	MII US\$	% MII US\$	US\$ qq
1	COMERCIALIZANDO MCCH	154	\$ 11,8	24%	\$ 77	200	\$ 13,4	25%	\$ 67	162	\$ 11,6	20%	\$ 71
2	INMOBILIARIA GUANGALA S.A.	135	\$ 10,7	22%	\$ 79	137	\$ 9,1	17%	\$ 67	128	\$ 8,9	15%	\$ 70
3	QUEVEEXPORT S.A.	89	\$ 7,0	15%	\$ 79	83	\$ 5,4	10%	\$ 66	103	\$ 7,2	12%	\$ 70
4	AGROMANOBANDA HINOS. S.A.	53	\$ 3,9	8%	\$ 75	61	\$ 4,0	7%	\$ 66	89	\$ 6,3	11%	\$ 71
5	EXPORCAFE C.LTDA	10	\$ 0,7	1%	\$ 67	68	\$ 4,4	8%	\$ 65	80	\$ 5,5	9%	\$ 69
6	SANTA FE JAVA S.A.	21	\$ 1,5	3%	\$ 73	63	\$ 4,0	7%	\$ 65	36	\$ 2,4	4%	\$ 67
7	DELGADO FLOR ASHY LEY RAMON	53	\$ 4,2	9%	\$ 80	20	\$ 1,4	3%	\$ 70	13	\$ 0,9	2%	\$ 70
8	EXPORTACIONES AGMANSA C.A.	17	\$ 1,4	3%	\$ 83	28	\$ 1,8	3%	\$ 84	53	\$ 3,6	6%	\$ 68
9	AGROXVEN	8	\$ 0,8	2%	\$ 96	20	\$ 1,4	3%	\$ 69	52	\$ 3,6	6%	\$ 70
10	ECCO CAFE S.A.	7	\$ 0,6	1%	\$ 77	29	\$ 1,9	4%	\$ 67	15	\$ 1,0	2%	\$ 71
Total 10 exp.		547	\$ 43	88%	\$ 78	708	\$ 47	87%	\$ 66	730	\$ 51	87%	\$ 70
El resto (27)		68	\$ 5,6	12%	\$ 83	107	\$ 7	13%	\$ 67	112	\$ 8	13%	\$ 71
Total		615	\$ 48		\$ 78	815	\$ 54		\$ 66	\$842	\$59		\$ 70

Elaborado por: Lcdo. John Martínez.

El peso de Comercializando MCCH sobre las exportaciones es el más alto, es el vendedor mas grande, representa alrededor de la cuarta parte de las compras de los 10 mayores. De los 37 compradores, los 10 primeros representan el 88%, y el resto (27) tan solo el 12%.

El volumen se lo estimó mediante las entrevistas realizadas con los tres comerciantes de la zona de San Luis de Pambil, sobre las compras mensuales que realizan en la parroquia

Cuadro 09. Estimación del promedio de compra de los comerciantes e

Estimación del Promedio anual de cacao que compran las casas comerciales				
	Nombre comercial	Promedio mensual de compra qq cacao seco	meses del Año	Total
1	Comercial Erazo	90	12	1080
2	Comercial Bârsenes	70	12	840
3	Comercial Coronel	80	12	960
4	Comercial Manobanda	80	12	960
TOTAL				3840

La oferta

Clasificación de la oferta.- La oferta de cacao en el mercado es competitiva en nuestro país, porque existen varios productores pequeños de cacao.

Estudio de la competencia con comerciantes en la zona de acuerdo a las entrevistas realizadas:

Factores que afectan la Oferta:

Los Comerciantes.

Existe tres comerciantes de la localidad más un comerciante que se encuentra en una Parroquia vecina. La comercialización lo han hecho por mucho tiempo, lo que tienen sus clientes que en algunos casos se encuentra comprometida la cosecha y por otro el volumen de producción no permite buscar otros mercados, porque se encarece los costos.

La Productividad.

Los cacaoos provienen de matas viejas por lo que la producción se sitúa en 5 qq/ha. Y recién se ha iniciado un manejo de rehabilitación y renovación de huertas de cacao. El proyecto se encuentra sustentado en las 120 Has. De renovación realizadas en Inicios del 2006. Esto hace visionar que va ha existir una mayor capacidad en producción y volumen para los años futuros.

Clima.

El clima, tiene variaciones climáticas han afectado a la productividad en dos aspectos, positivos en el caso de una planta adulta que esta en producción y que a tenido una poda adecuada, le ha obligado a cargar de mejor manera; en cambio que los veranos largos a plantas jóvenes le afectado negativamente y no permitiéndole crecer ni producir bien.

Estudio de mercado

1. PROBLEMA DE DESICIÓN GERENCIAL

Se implementa o no un Centro de acopio en la parroquia San Luis de Pambil

2. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1 Objetivo General

Vender asociativamente el cacao nacional fino de aroma, para mejorar el precio para el productor

2.2 Objetivos Especificos.

2.2.1 Medir el interés del productor en vender el cacao al centro de acopio

Fuente de información:	Primaria-descriptiva
Investigación	Descriptiva-transversal

2.2.2 Determinar nichos de mercado Nacional e Internacional

Fuente de información: Primaria- Entrevista (con Exportadores)
Conexus.

Investigación Descriptiva-transversal

2.2.3 Tamaño de mercado

Fuente de información: Cualitativa-Secundaria

Investigación: Descriptiva- Transversal

3. Tamaño de la muestra.

3.1 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado se lo realizó en base a PDL de la parroquia y con la población datos tomados de la cruz roja.con el fin determinar cuales son los grupos cacaoteros

Segmento de proveedores de cacao:

Para determinar el universo del proyecto, se tomo la población existente en las zonas urbanas y rurales de la parroquia.

El tamaño del universo para el proyecto se indica a continuación:

Cuadro N° 8 Parroquia SLP: Población Urbana y Rural

	2001
Total parroquia	4.571
Urbano	484
Rural	4.087

Fuente: Elaboración: Equipo técnico

El 11% corresponde al área urbana es decir 484 habitantes, de lo que se puede ponderar en vista de que no existen fuentes completamente definitivas que de las 994 familias reducimos un 11% de lo que queda **885 familias rurales**, con este dato y con los resultados obtenidos en el PDL, el agricultor tiene de 7 rubros de importancia el lugar número 5 corresponde al cacao. LO que quiere decir que la población se dedica a la ganadería en la parte alta y a la naranja en la parte más baja, ocupando el tercer lugar de importancia el cacao. Por lo que mediante encuestas realizadas en las 5 zonas que se dividió para el PDL, se deduzco y se descontó a esta población un 60% en lo que quedó el Universo de la muestra de 354 **familias**.

La fórmula aplicada para el cálculo de la nuestra es la 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, obtenido de la prueba piloto.
- q** = Proporción de rechazos.
- e** = Error.

Datos:

$$\begin{aligned}n &= ? \\Nc &= 92\% \\z &= 1.75 \\z^2 &= 3.0625 \\N &= 532 \\p &= 50\% = 0.50 \\q &= 50\% = 0.50 \\e &= 8\% = 0.08 \\e^2 &= 0.0064 \\&3.0625 * 532 * 0.50 * .50\end{aligned}$$

$$n = \frac{0.0064 * 532 + 3.0625 * 0.50 * 0.50}{4.16}$$

$n = 98$ personas.

El estudio se extendió para 100 encuestas.

Estudio de la competencia con comerciantes en la zona de acuerdo a las entrevistas realizadas:

Se tomó varias entrevistas durante la investigación y por observación.

5.3.8 Estudio de Precios

De acuerdo al cuadro N° 05, el principal vendedor de cacao en grano es Comercializando MCCH, pero que ha tenido una participación irregular en el total de las exportaciones del año; en el 2003 sus exportaciones fueron de 11,8 millones con una participación del 24%, frente al 2004 que subieron a 13,4 millones con el 25% de peso en el año; y en el año 2005 (mes de junio proyección) que compras son de 11,6 millones, pero con un 20%. Las exportaciones en qq también han sido irregulares, pero el porque de la baja participación en Millones US\$ se debe a que el precio promedio pagado por qq ha tenido una baja muy considerable, perdiendo \$US 6 del año 2003 al \$2005.

En un 90 % se entrega en seco, un 8% semiseco y un 2 % en baba. Se puede observar que el 90 % corresponde a los agricultores que tiene su tendal pero que no realizan el beneficiado completo del grano, sin un buen manejo en la fermentación y en el secado. El 8% corresponde a los agricultores que por estrategia lo venden luego de la fermentación un sol y a la venta, indican que reciben más dinero, porque igual lo merman los comerciantes. El 2% corresponde a la venta en baba, son personas que son socias con la organización Unión y Progreso del Pasaje (provincia de Los Ríos) y disponen de volumen y transporte propio.

El volumen de producción varía de acuerdo a los meses de año

Gráfico N° 04 Distribución de la producción en el año.



De acuerdo a las encuestas el cacao nacional tiene su más alta productividad en los meses de Febrero Marzo y Abril, en cambio el Cacao CCN51 Tiene una producción promedio durante todo el año, destacándose en los meses de verano Junio y septiembre y Noviembre.

El agricultor , tiene presencias para vender su cacao, como a continuación vemos en el gráfico:

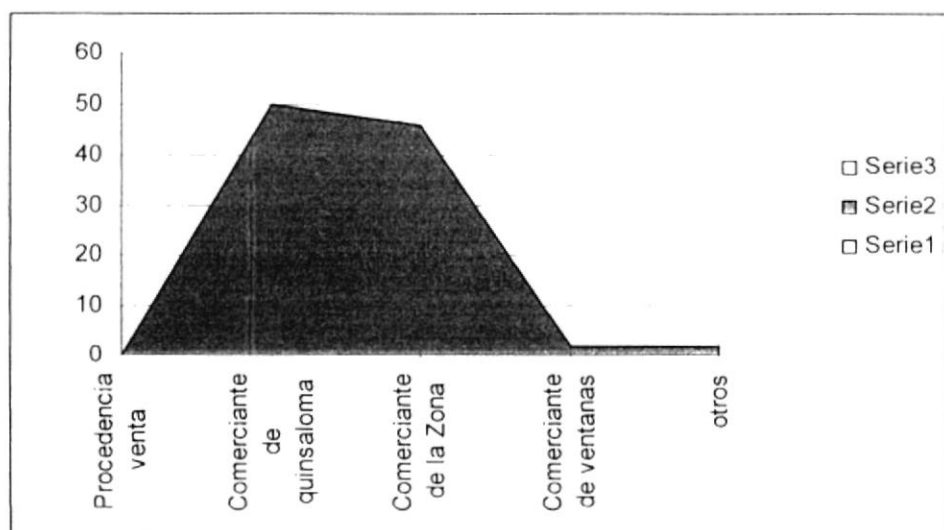


Gráfico 06. A donde vende el productor cacaotero su producción.

La mayoría de personas van a vender a comerciantes en Quinsaloma un 50% en cambio que en un 46% a comerciantes de la zona y un 4% a otros comerciantes (Ventanas, pasaje).

Los requerimientos fundamentales están basados en la calidad de grano de cacao, el volumen que se puede ofertar, y la tendencia de cacao orgánico. Para lo que entramos en un proceso de capacitación para este tipo de producción para explotar la ventaja competitiva en cuanto al cacao nacional fino de aroma. A igual tendencia con el cultivo CCN51 que se logra buena calidad con un buen tratamiento poscosecha. Para lo que necesitamos tener una organización fortalecida con capacidades internas formadas.

Se puede lograr realizar estas actividades alrededor de un *Centro de Acopio*, en el que se compra cacao en baba para poder beneficiarlo de manera uniforme, acopiar el grano y realizar el proceso de comercialización.

5.3.10 Posicionamiento del Producto en el Mercado:

Se puede lograr Tomando varios caminos:

El cacao Nacional fino de aroma, al momento es apetecido por varios países Europeos en el que solicitan un valor agregado al grano, basados en el método de producción con tendencia orgánica-Certificación orgánica y con un buen beneficiado del cacao.

Cacao Orgánico de las Estribaciones de los Andes

Otra alternativa es que San Luis goza de tener en el criterio de los compradores el concepto de tener un cacao de alta calidad por lo que se puede explotar esta ventaja competitiva, mediante un estudio real y un buen marketing.

Cacao Orgánico "El Pambileño"

5.4 VIABILIDAD TÉCNICA

5.4.5 Condiciones de Localización del Proyecto

El lugar donde se va a realizar es un rehadeamiento de una antigua cooperativa de caficultores, en la cual poseen luz trifásica y una secadora, con 1000 metros de tendal (en mal estado). Está localizada en la Parroquia San Luis de Pambil que es el punto centro de las comunidades por lo que existe mucha facilidad para la compra. Su instalación se encuentra alejada del centro de San Luis de Pambil.

San Luis tiene una carretera asfaltada hasta el lugar de destino que es Guayaquil a unos 190 Km. de distancia, demora unas tres horas.

En la Parroquia se goza de servicios de salud, con un subcentro de Salud, líneas telefónicas, alcantarillado, luz trifásica, transformador adquirido por la organización de caficultores para el centro de acopio, posee un colegio presencial y tres colegios semipresenciales, una escuela y jardín.

La localización del proyecto, tiene una gran ventaja, que posee varios equipos e instalaciones que serían un costo de inversión fuerte para el proyecto y que sus instalaciones no están operando. Posee todas las características necesarias para funcionar, infraestructura para oficina, para la secadora, tendales (estado medio).

5.4.6 Requerimientos de Tecnología e Ingeniería

Previo a la compra el cacao debe pasar por un proceso de cuidado en el transporte del grano, debido a que es muy susceptible a absorber olores o incorporar sustancias que pueden dañar la calidad del grano. Por lo que se transporta en sacos destinados para esta labor.

Una vez que llega al centro de acopio se procede a realizar el pesado, por medio de una balanza y directamente se coloca en los fermentadores de madera para que se realice el proceso de fermentado, proceso por el cual se mata a la semilla el embrión y se da una excelente presentación a las almendras. Las fermentadoras contienen en un metro cúbico 800 Kg. de cacao en baba; un quintal de cacao en baba a seco tiene una relación de 2,5: 1 por lo que será necesario 9 fermentadores. El proceso de fermentación va a durar 4 días en el cacao nacional y unos 6 días en el cacao CCN51 necesita de más días para un mejor fermentado.

Después del fermentado, las almendras tienen alrededor del 55 % de humedad, esta debe reducirse a 7 % que es la humedad en la cual se debe almacenar y comercializar. Este es el momento que hay que tener cuidado porque es el momento de ser afectado por malos olores el humo, el secado no debe pasarse de 60° centígrados en el caso de utilizar la secadora en épocas de invierno. En el caso de verano se utiliza los tendales 2 metros cuadrados por un quintal.

Es muy útil e importante una marmita, ya que en épocas pico los fermentadores pueden completarse, por lo que es necesario tener un lugar en donde puedan completar su secado, después de la fermentación de una manera natural sin costo de ningún insumo.

Luego del secado se procede al embalaje y enviar en transporte, el cajón no debe estar limpio igual de olores o sabores que puedan dañar la calidad del grano.

El valor energético de los productos de cacao es extraordinario por su contenido de grasas asimilables y de carbohidratos. El cacao procesado y presentado en barras de chocolate es un magnífico energizante contiene hierro y fósforo en forma asimilable. La cafeína y la teobromina tienen propiedades terapéuticas y estimulantes muy notables.

5.4.7 Requerimientos de Materia Prima e Insumos

La materia prima que se necesita es el cacao en baba. Previo a la compra el cacao debe pasar por un proceso de cuidado en el transporte del grano, debido a que es muy susceptible a absorber olores o incorporar sustancias que pueden dañar la calidad del grano.

Los requerimientos del proyecto son de 3000qq de cacao en baba de los socios de la UNORCAS y no asociados que se localizan en la zona de influencia del proyecto, 10 comunidades.

5.5 VIABILIDAD FINANCIERA, ECONÓMICA Y SOCIAL

5.5.5 Proyecciones de Crédito y Financiamiento

Describa cuales son los requerimientos de crédito y financiamiento del proyecto considerando sus diversas etapas de ejecución. Describa cuales son las posibles fuentes de crédito, los requerimientos de acceso a las mismas y las condiciones de financiamiento que demanda el proyecto. Describa cuales son las opciones con que cuenta el proyecto y cual es la alternativa más adecuada.

5.5.6 Financiamiento del Proyecto

Describa cuales son las proyecciones del costo del financiamiento que requiere el proyecto. Analice y resuma cual será el impacto del financiamiento sobre el precio final del producto del proyecto, y cual su capacidad de pago de los compromisos financieros a que se debe. Por último, describa cuales son las posibles fuentes de financiamiento a las que el proyecto puede acceder efectivamente.

5.5.7 Proyecciones Financieras, Económicas y Sociales

Describa los requerimientos y estructura de costos, y de los ingresos y beneficios financieros, económicos y sociales del proyecto, de forma a establecer y determinar las condiciones de rentabilidad del mismo. Presentar la estructura del flujo de caja sobre cuya base se hace la evaluación económica, financiera y social del proyecto.

Finalmente, describa las proyecciones financieras y económicas y de rentabilidad del proyecto en base al período de ejecución y evaluación que se ha considerado y cual es la alternativa más probable considerando las condiciones y tendencias vigentes en el mercado y la economía del país.

5.6 ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN

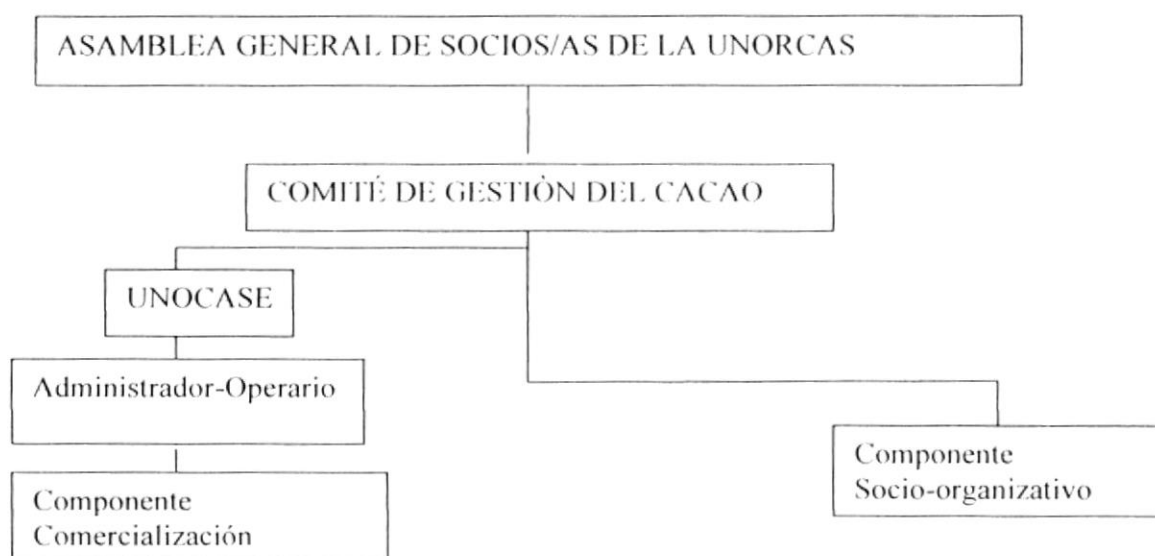
5.6.5 Estructura Legal Adoptada

La ejecución del proyecto esta basada en los principios de cooperación y cofinanciamiento interinstitucional, a fin de que exista un ambiente de cooperación y coordinación entre organizaciones de base e instituciones. La Unión de Organizaciones Campesinas de San Luis de Pambil, será el ente que asuma la responsabilidad del proyecto y brindará su soporte e Institucionalidad legal más el apoyo de otras organizaciones.

La máxima autoridad es el comité de gestión, formado por dos representantes de cada filial en total 14 participantes; los cuales tienen un voto por cada filial, que luego de la asamblea general viene

autoridad. Quien nombrará a un Coordinador del proyecto, para que se responsabilizará de la implementación técnica y administrativa del proyecto.

Es necesario aliarse a la UNOCASE, en vista de que puede dotar del cuerpo administrativo que en cuestión de costos se elevan dentro del proyecto como la gerencia, secretaria, contador.



5.6.6 Cargos y Funciones

La asamblea es la máxima autoridad, el comité de gestión es la representante de la asamblea en la toma de decisiones.

Administrador-Operario

Se encargará de:

Planificar las actividades

Realizar el seguimiento a las actividades en el proceso de la recepción, fermentado, secado y transporte

Responsabilizarse por el uso eficiente de los Recursos del capital de operación.

Elaborar informes.

Técnico de campo. Será el responsable de manejar la parte técnica del cultivo de acuerdo a los términos de referencia establecidos.

Tendrá que realizar un plan de acción conjuntamente con la organización para que se cumpla con los objetivos propuestos. Realizar informes.

Tendalero. Se encargará de realizar la recepción, pesado, fermentado, secado y verificar el proceso de transporte

5.6.7 Estructura y Procesos de Capacitación

Los procesos de capacitación serán coordinados con la comisión que elegirá el comité de gestión del cacao, para que se realicen las contrataciones y adquisiciones de recursos que se necesiten.

Además se realizará una planificación para todas las capacitaciones con el fin de optimizar al máximo.

5.6.8 Control Financiero

La UNORCAS, está Para el control financiero, estará a cargo de la UNORCAS, liderando quién decida el Comité de gestión. Además dentro de este comité de gestión del cacao existen comisiones para que coordinen y verifiquen las actuaciones financieras. Además la UNORCAS, maneja los fondos y tendrá la obligación de velar por ellos.

5.6.9 Modalidades de Ejecución

Describa que modalidades de ejecución que se adoptarán para la implementación del proyecto: Ejecución directa, terciarización, contratación directa, licitaciones, autogestión comunitaria, etc.

Se realizará la vinculación a UNOCASE, para poder hacerle viable a la propuesta en vista de que presta muchos servicios costosos como es la parte administrativa y varios insumos como el saquillo.

Se coordinará con las ONG y OG, para que exista una armonía para lo cual el dialogo y la participación de los socios y socias.

5.6.10 Modelo de Gerencia

la UNORCAS será quien realice la ejecución del proyecto, para ello contratara los servicios de un cuerpo técnico, y personal de servicio. Contratación directa, la asociación será quien deba realizar los diferentes contratos requeridos durante la ejecución y operación del proyecto, con la asesoría de UNOCASE.

La gerencia, administración y en parte operativo lo realizará una sola persona. Con el apoyo administrativo de UNOCASE.

La autogestión será importante, durante toda la vida del proyecto, debido a que muchos aspectos deberán asumir la Asociación, y deberá priorizar las necesidades.

5.7 MATRIZ DEL MARCO LÓGICO DEL PROYECTO

Finalidad	Indicadores Finalidad	Medios de Verificación	Supuestos Sostenibilidad
Contribuir a mejorar el nivel de vida de los socios y socias de las familias cacaoteras de San Luis de Pambil.	98jefes y 22 jefas de familia mejoran sus ingresos económicos por venta de cacao /ha en un 26 % a finales del 2007	Estudios de caso	Los precios referenciales FOB se mantienen en 65,70 dólares del cacao nacional Fino de aroma ASE a finales del 2007
Propósito	Indicadores Propósito	Medios de Verificación	Supuestos Finalidad
Implementar y Operativizar un centro de acopio para el cacao en la Parroquia San Luis de Pambil	A Inicios del segundo semestre del 2007, se tiene un centro de acopio implementado y operativizando	Visita al centro de acopio Estudios de caso	Organizaciones de apoyo contribuyen con su contraparte en la Implementación y operación del centro de acopio en los inicios del 2007.
COMPONENTE I Técnico Incrementar los niveles de productividad y calidad de los sistemas de producción alrededor del cacao, a través de mecanismos de asistencia técnica y capacitación en manejo de la producción y poscosecha	A finales del 2007 y 2008, se incrementado la producción de 5qq a 10 qq/ha de cacao año. Al segundo semestre del 2007, se ha disminuido las pérdidas de cacao cosechado del 15% al 8%	Inventario de producción Documento de venta de producto. Entrevistas a cacaoteros Observación directa	Institución de apoyo, aporta contraparte para el centro de acopio en el primer semestre del 2007

Componentes	Indicadores Componentes	Medios de Verificación	Supuestos Propósito
<p>COMPONENTE 2 Comercialización asociativa Beneficiarios agrupados en una organización solidamente competitiva, autogestionaria, capaz de demostrar resultados positivos, con la operación de la comercialización de cacao.</p>	<p>El 80% de los socios, a través del proyecto han logrado colocar su producción, en los mercados nacional y extranjero a finales del 2007.</p>	<p>Estudio de caso Registro de compra y venta de qq/cacao/año</p>	<p>La UNORCAS. Ha generado resultados positivos en el fermentado y secado de cacao; así como también, en la comercialización eficaz del producto en los mercados nacional y extranjero. Los socios/as apoyando y aseguramiento de la calidad en finca, y el volumen</p>
<p>COMPONENTE 3 Socioorganizativo Fortalecer el tejido socio organizativo de los/as Cacaoteros/as, mediante la capacitación, formación de líderes/zas y la dotación de herramientas para su autofuncionamiento y formación de redes y alianzas estratégicas.</p>	<p>6 hombres y 6 mujeres de las familias cacaoteras capacitados/as satisfactoriamente en manejo de empresas de comercialización al finalizar Diciembre del 2007. A finales del 2006 se tiene relación-convenios al menos con 2 entidades que trabajan alrededor del cacao.</p>	<p>Observación directa Entrevista a líderes y miembros de la organización. Cantidad de convenios y alianzas.</p>	<p>Las organizaciones cacaoteras de las zonas y sectores de intervención ejecutan planes y políticas de desarrollo organizacional.</p>

Actividades	Presupuesto Actividades	Medios de Verificación	Supuestos Componentes
<i>Actividades</i>			
1.1 Gestionar los recursos para ejecutar este proyecto	Gestión 12 X \$ 50= 600	Informes de las gestiones, al Comité de Gestión.	Se ha conseguido a finales del 2006, organizaciones que desean apoyar en la consecución de este proyecto.
1.2 Contratación para la obra civil	Arreglo del tendal 300 metros cuadrados \$3000 Marquesina construcción (5mX16) \$1600 Escaleras 3X \$50 = 150 Infraestructura fermentadores 2500 Fermentadores 9 X \$170 1530	Contratos Preformas de adquisiciones.	Existen organizaciones de apoyo que invierten en estas actividades.

Actividades	Presupuesto Actividades	Medios de Verificación	Supuestos Componentes
	Adquisición de arranques	950	
1.3 Elaboración de planes de Transferencia	Elaboración 1 X120=	Un Plan elaborado participativamente	Se tiene un plan validado y aprobado a finales del 2006
1.4 Formación de promotores y Promotoras	Eventos 2x120 =	Agendas de trabajo Informes	Los socios/as adquieren y aplican los conocimientos
1. Plan de capacitación y asistencia técnica en poscosecha, calidad, gerencia y temas orientados al mercado.	4 X150=	Plan de transferencia de tecnología Firmas de participantes Acuerdos y compromisos	Aplican los conocimientos los promotores
2.1 Elaboración de un plan de negocios	1 X750=	750 Plan	Se firma acuerdos o alianzas
2.2 Contratación de Administrador-operator	1 1.50/qq	Contratos firmados	Se opera l el tamaño de la empresa al menos en un 70% de su capacidad, esd decir
3.1 Formación de líderes y lideresas	2X120	Plan de transferencia de tecnología Firmas de participantes	Al menos 6 promotoras y promotores se forman en un año de capacitación
3.2 Elaborar los reglamentos internos y mecanismos de operación del centro de acopio.	1X150	Reglamentos	Se tiene un reglamento construido participativamente en los inicios del 2007
3.3 Formación de redes entorno al cacao y mesas de concertación	2 X 200	Informes	Se firman 2 acuerdos y compromisos con ONG u OGS que brindan apoyo
3.4 Gestionar créditos	4 X50=	200 Informes	

6. PLAN DE EJECUCIÓN

CRONOGRAMA GANTT DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	NRO. DÍAS	INICIO	FIN	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 5	SEM 6	SEM 7	SEM 8	SEM 9	SEM 10
COMPONENTE TÉCNICO													
1.1 Gestionar los recursos y Asociarse con UNOCASE	10 DÍAS			X									
1.2 Contratación para la obra civil	15 DÍAS				X								
1.3 Elaboración de planes de Transferencia	2					X							
1.4 Formación de promotores y Promotoras	6						X						X
1.5 Plan de capacitación y asistencia técnica en poscosecha, calidad, gerencia y temas orientados al mercado.										X			X
COMPONENTE COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA													
2.1 Elaboración de un plan de negocios				X									
2.2 Contratación de un Administrador-operador								X					
2.3 Contratación de un tendalero					X								
2.4 Formación de líderes y liderezas											X		X
SOCIOORGANIZATIVO													
3.1 Elaborar los reglamentos internos y mecanismos de operación del centro de acopio.						X							
3.2. Formación de redes entorno al cacao y mesas de concertación											X		
3.3 Gestionar créditos													X

7.1 EVALUACION FINANCIERA

INVERSIONES INICIALES DEL PROYECTO

Maquinaria y Equipos		UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Marquesina		Unidades	1	3.150	3.150
Arranque de la secadora		Unidades	1	900	900
Esacaleras		Unidades	3	150	450
Infraestructura fermentadora		Unidades	1	2.500	2.500
Fermentadores		cajones	9	170	1.530
Tendal (arreglo)		metro	300	10	3.000
Cilindros de gas		Unidades	10	25	250
Romanas		Unidades	1	500	500
Medidores de humedad		Unidades	1	450	450
Subtotal					12.730
OTROS ACTIVOS FIJOS		UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Equipo de Oficina					1.080
Computador		Unidades	1	800	800
Calculadoras		Unidades	2	15	30
Teléfono/fax		Unidades	1	250	250
Muebles de Oficina					332
Escritorios		Unidades	1	160	160
Sillas giratorias		unidad	1	60	60
Sillas		silla	6	7	42
Archivador		unidad	1	70	70
Edificios					
Equipo					85
Bomba		unidad	1	85	85
Subtotal					1.497
ACTIVOS INTANGIBLES		UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Formación de promotores		plan	1	240	240
Formación de líderes y lideresas		plan	1	600	600
Capacitación a directivos		Eventos	4	150	600
Estudios Técnicos		Estudio	1	750	750
Gastos de puesta en marcha					150
Subtotal					2.340
CAPITAL DE TRABAJO					TOTAL
Costos de Producción					-8.288
Capital de operación					-12.000
Costos Fijos					-1.638
Gastos Administrativos y Ventas					-1.740
Subtotal					-23.666
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					\$40.233

Flujo de Caja del Proyecto de Centro de Acopio de San Luis de Pambil

TAMAÑO = 2400qq		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Ingresos			24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	
Bono por calidad(20 Tn/300 dólar)													
(-)Costos Variables			-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	-9 288	
(-)Costos Fijos			-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	-1 638	
(-)Comisiones en venta			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
(-)Gastos de adm. y venta			-1 740	-1 020	-1 020	-1 020	-1 020	-1 020	-1 020	-1 020	-1 020	-1 020	
(-)Interés préstamo			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
(-)Depreciación			-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	-2 506	
(-)Amortización intang.			-180	-180	-180	-180	-180	0	0	0	0	0	
(-)Valor libro													
Utilidad antes de impto.			8.648	9.368	9.368	9.368	9.368	9.548	9.548	9.548	9.548	9.548	
(-)15% Trabajadores			-1 297	-1 405	-1 405	-1 405	-1 405	-1 432	-1 432	-1 432	-1 432	-1 432	
			7.351	7.963	7.963	7.963	7.963	8.116	8.116	8.116	8.116	8.116	
(-)Impuesto a la Renta			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Utilidad Neta			7.351	7.963	7.963	7.963	7.963	8.116	8.116	8.116	8.116	8.116	
Depreciación			2 506	2 506	2 506	2 506	2 506	2 506	2 506	2 506	2 506	2 506	
Amortización intang.			180	180	180	180	180	0	0	0	0	0	
Valor libro													
(-)Inversión inicial			-40 233										
Inversión de remplazo					-919	0	-5 582	-919	0	0	-919	0	
Inversión de ampliación													
(-)Inversión cap. Trabajo			-9 390									9 390	
Capital de operación												12 000	
(-)Amortización deuda.													
Valor de desecho													
Flujo de Caja. 1			-49.623	10.037	10.649	9.730	10.649	5.067	9.703	10.622	10.622	9.703	32.012

TIR: 17%

VAN total = 18.371

7.1.1 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

El valor actual neto al 10 % corresponde a 18371, con al veta de 2400 qq de cacao.

7.1.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR, del proyecto resultó en 17 %, situándose en un mejor nivel que del costo de oportunidad del 10%, lo que el proyecto resulta positivo desde el punto de vista financiero.

7.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

EL proyecto tiene la visión organizativa comunitaria, Involucrando a una organización de segundo grado con sus bases. Parte desde un proyecto anterior denominada el mejoramiento de la productividad de cacao por el lapso de un año. Se renovó 120 hectáreas de cacao nacional CCN51, *En cuanto a la Evaluación Social* se la aplica cuando se requiere valorar tanto los costos como los beneficios de un proyecto, tomando en cuenta criterios de tipo social en los cuales se refleja el valor que tiene para la sociedad el aumento de la disponibilidad de un determinado bien atribuible al proyecto, al tiempo de valorar los impactos del Proyecto sobre las variables macroeconómicas tales como producción, nivel de precios, empleo, ingreso y distribución, balanza de pagos.

7.2.1 FACTOR DE CONVERSIÓN DE LOS FACTORES PRIMARIOS

Existe una diferencia dentro de lo que son los costos variables en cuanto a los costos variables en combustible y al pago de la energía eléctrica, en resumen:

	VALOR Financiero	Factor de conversión	Valor Económico
Maquinaria y Equipos			
Marquesina	3.150	1	3.150
Arranque de la secadora	900	1	900
Escaleras	150	1	450
Infraestructura fermentadora	2.500	1	2.500
Fermentadores	170	1	1.530
Tendal (arreglo)	10	1	3.000
Cilindros de gas	25	1	250
Romanas	500	1	500
Medidores de humedad	450	1	450
Subtotal			12.730
OTROS ACTIVOS FIJOS	Valor financiero	Valor financiero	TOTAL
Equipo de Oficina			1.080
Computador	800	1	800
Calculadoras	15	1	30
Teléfono/fax	250	1	250
Muebles de Oficina			332
Escritorios	160	1	160
Sillas giratorias	1	1	60

Unión de Organizaciones Campesinas de San Luis UNORCAS>

Sillas	42	1	42
Archivador	70	1	70
Edificios			
Equipo	85	1	85
Bomba	85	1	85
Subtotal	1.497		1.497
ACTIVOS INTANGIBLES	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Formación de promotores	240	1	240
Formación de líderes y lideresas	600	1	600
Capacitación a directivos	600	1	600
Estudios Técnicos	750	1	750
Gastos de puesta en marcha	150	1	150
Subtotal	2.340		2.340
CAPITAL DE TRABAJO			TOTAL
Costos variables			-9.288
Gas	-360	1,30	-468
Transporte	-2400	1	-2400
Estivada	-528	1	-528
Sueldos del administrador	-3600	1	-3600
Tendalero	-2400	1	-2400
Asistencia técnica	-528	1	-528
Capital de operación	-12000		-12.000
Costos Fijos	-1608	1	-1.608
Luz(dentro de los costos fijos	-30	1,13	-33,9
Gastos Administrativos y Ventas	-1740	1	-1.740
Subtotal	-23666		-23.666
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			
	\$41.233		\$41.335

7.2.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Mediante el siguiente cuadro podemos analizar cómo el centro de acopio puede trabajar financieramente de manera positiva con la cantidad de quintales que debe vender, tomando en cuenta el costo de oportunidad del 10%

QUINTALES	TIR %	VAN
200	17	18331
180	14	10131
150	9	-2121

Como podemos ver en el cuadro el Centro de acopio no puede trabajar con 150 qq /mensuales, porque estaríamos bajo el costo de oportunidad.

7.3 ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL

7.3.1 Problemática Ambiental que Aborda el Proyecto

Social.

El proyecto generara 2 fuentes de trabajo directo al contratar un administrador y un tendalero

En el proyecto se está impulsando la formación, capacitación de los talentos humanos que existen en las organizaciones, para lo que se asegurará que la participación de hombres y mujeres exista la equidad de género.

Con la venta de cacao existe un premio que le brindan por la calidad, esto depende con quién se comercialice, algunos centros de acopio reciben de 300 a 400 dólares por cada tonelada de cacao, en el caso del fino de aroma. Recursos que pueden ser empleados en mejorar la organización y las condiciones mejoradas de producción e incluso se pueden revertir en mejorar e precio del qq de cacao.

7.3.2 Factores Ambientales a Intervenir

Como el proyecto tiende hacia producir un cacao de calidad con tendencia orgánica, esto significa que se impartirá nuevos sistemas de manejo con la utilización de tecnologías limpias, que no permiten desmejorar el medio ambiente y la salud del agricultor.

Las personas que trabajan demandan de mucho esfuerzo y tienden a tomar refrescos helados se descubren el medio cuerpo por lo que generalmente tienden al resfrío.

Dentro del centro de acopio existe el movimiento de cacao seco, tanto en el tendal como en la secadora. Cuando se moviliza los sacos de cacao seco, se respira este polvo que afecta las vías respiratorias.

Los sacos de cacao no deben estar en contacto con las paredes y el suelo del centro de acopio para evitar contaminación del cemento de las paredes o alguna sustancia que se encuentre en el suelo.

Tener cuidado con la colocación de los tanques de gas, que se usan para la secadora.

Cuando van al centro de acopio los carros a diesel, evitar el menor contacto porque existe la contaminación con el gas que emanan.

Establecer los aspectos de intervención que se incluyen en el proyecto sobre la protección contra la degradación del medio ambiente.

7.3.3 Impacto Esperado del Proyecto

Con el componente organizativo que trata de formar la suficiente s capacidades para que sean ellos quién lideren el proyecto para locuaz se necesita dotarle de herramientas e introducción en temas de comercialización. Se espera que se formen al menos 6 liderezas y 6 líderes en vista de que no hay un cambio dentro de las organizaciones en las organizaciones si no está presenten algunas ideas innovadoras.

En el campo agrícola se va a trabajar con la tendencia orgánica por lo que la organización ya puede empezar a incursionar en este campo, para poder llegar a tener un valor agregado, No tiene dificultades con las aplicaciones de químicos, hay que entrar a capacitar.

La comercialización asociativa , es algo que se busca como una alternativa para mejorar los ingresos económicos..

Construcción de una institución sólida con suficientes capacidades como para generar alternativas y estrategias de desarrollo, además de ello que la UNORCAS, adquiera el suficiente tejido social y formar parte de la vida institucional y de la búsqueda de poder captar ayudas.

7.3.4 Medidas de Protección Ambiental

- Construcción de un lugar en donde deposita la basura y poder clasificarle.
- Las personas que trabajan dentro de la planta, no deben andar desnudos en el trabajo, ni tomar alimentos helados.
- Los materiales inflamables deben estar ubicados y debidamente señalados como zonas de alto peligro
- Tiene que tener cuidado en el cambio de aceites de las máquinas.
- Las personas que están en contacto directo con el cacao, deben protegerse, con guantes y con mascarillas, por lo que en el proyecto está estimando la compra de mascarillas desechables.
- Prohibir el ingreso vehicular al área de restricción.
- Describir las medidas de protección ambiental, si requeridas, que el proyecto propiciará para la protección de los factores del medio ambiente afectados por la problemática de intervención del proyecto.
- No poner en contacto el grano con los animales de carga, porque tiene la facultad de absorber estos olores y presentar una disminuida calidad.
- Poner rótulos en donde se indique la prohibición de accesos
- Construir una puerta de escape
- Comprar un extinguidor para alguna eventualidad
- Prohibido fumar dentro de las instalaciones..

7.3.5 Sustentar el no Impacto Ambiental

Nuestra propuesta de venta en los mercados externo y también nacionales es el de producir un cacao de alta calidad, que viene desde la plantación hasta el momento del beneficio.

En el paquete de capacitaciones se prevé realizar eventos de capacitación para mejorar nuestro conocimiento y poder evitar daños al medio ambiente, como la caza y la pesca excesiva en los ríos.

No votar la basura en cualquier lugar

No contaminar el río.

Además en el futuro se va a empezar por solicitar un certificado orgánico por las fincas, para que de esta manera garanticen que no se está realizando labores ilícitas..

7.3.6 Plan de Prevención y Mitigación

Para el efecto de la fumigación de pesticidas, se ha considerado utilizar químicos de baja toxicidad, autorizados por ONG y OG, se realizará la aplicación cuando ya se han agotado todas las alternativas viables.

En cuanto al trabajo en dentro del centro de acopio, utilizar mascarilla en el momento del movimiento del cacao y el cargado al carro de transporté.

Ubicación de los elementos peligrosos como los tanques de gas, herramientas, etc.

7.4 EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE GÉNERO

7.4.1 Problemática de Género que Aborda el Proyecto

El medio ambiente en que se va a realizar el proyecto es machista por lo general, ya que la mujer tiene que consultar con el hombre para tomar una decisión. En el ámbito educativo el hombre tiene mayor oportunidad o acceso a la educación en vista de que puede trasladarse de un lugar a otro en realizar esta actividad, que en mucho de los casos no lo permiten a las mujeres.

En el proyecto va a trabajar con la política de dar oportunidad a las mujeres. Y es así que la mujer logre la participación en los grupos y en diversas instancias de decisión de la comunidad.

La mayoría de mujeres no realizan las labores en el campo por lo que desconocen del manejo técnico del cacao, en vista de que se ha dedicado sus roles en atender las necesidades de la familia como la alimentación, educación con los niños y niñas. Lo que tienen una limitación que al momento de vender sus productos el acceso al dinero tienen los hombres y al destino del mismo.

7.4.2 Factores de Género a Intervenir

En el proyecto está establecido dentro de los componentes las siguientes actividades:

Capacitación.

Formación de lideresas (6)

Promotoras en lo comercial

7.4.3 Impacto Esperado del Proyecto

La UNORCAS, asume el concepto de género como la identidad de cada cultura, producto de las instituciones sociales como son la familia, escuela, colegios. En vista de tal situación se eligieron acuerdos y compromisos para dar mayor apertura a las mujeres en cargos de dirección.

Promover la consolidación de un grupo de mujeres para crear habilidades y destrezas en el campo productivo, para que la mujer incremente los conocimientos técnicos en el proceso productivo.

Establecer mecanismos que permitan la reflexión sobre la importancia de la participación de la mujer y su rol dentro de la familia.

O describir los efectos que los componentes y actividades del proyecto propiciarán sobre los problemas de inequidad de género entre la población beneficiada por el proyecto. Analizar el impacto del proyecto sobre la participación de la mujer, sobre el mejoramiento de sus ingresos, los efectos del proyecto sobre el nivel educativo de la mujer, y Analizar el impacto del proyecto sobre la aplicación de los derechos de la mujer.

7.4.4 Uso de los Recursos del Proyecto

Si cumplimos con los compromisos de exportar un cacao de lata calidad, considerando lo anterior mencionado como cumplir con las normas INEN, tenemos derecho a un cierto premio por Tonelada entregada, este fondo no se ha escuchado hablar por parte de los exportadores, ya que son ellos quienes reciben y enriquecen previo a la ganancia que han percibido.

Dentro de la estrategia de comprar en el centro de acopios a más de dar un servicio también tener el acceso al acopio por estos compradores para obra social.

8. ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO A FUTURO

El proyecto de acuerdo al análisis financiero, nos da un buen margen de ganancia, permitiendo incursionar en otras actividades que se proponga el gremio.

La estrategia de comercialización busca favorecer la creación operación y fortalecimiento de canales y mecanismos de comercialización, siendo el más visible el implementar un centro de acopio de tipo comunitario. Para la preparación de este proyecto ya se ha realizado desde mucho más antes. Dentro del proyecto ésta un estudio de mercado que potencializará hacia otros mercados con mejores condiciones de vida.

El tendal permite acopiar y controlar la calidad del grano. A más de ser una buena microempresa y que crear fuentes de trabajo para personas locales

A más de la comercialización se apunte a ganar por premio y calidad de tonelada de cacao de buena calidad. Fondo que en otras partes ya están invirtiendo en obra social

Describir las condiciones de viabilidad económica futura del proyecto, entendida como la estrategia que permitirá que el proyecto continúe generando beneficios una vez concluido el período en el cual cuenta con financiamiento externo.

CONDICIONES DE AUTOGESTIÓN

La construcción del centro de acopio en su mayoría es con la participación interinstitucional y la buena voluntad de los cacaoteros en pensar en mejorar la calidad de vida.

Actualmente la UNORCAS, ha tenido la oportunidad de recibir una buena capacitación, pero es necesario el compromiso de las persona en poder cumplir con la presencia y participación.

Existe mucha capacidad para gestión, pero falta el apoyo de las bases para continuar, sin embargo dentro del mismo proyecto busca es de agrupar a la gente para mancomunar esfuerzos y poder mejorar los ingresos y las oportunidades.

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Una cobertura de cacaoteros que pertenecen a la UNORCAS, plantaciones jóvenes (120Ha de renovación cacao nacional fino de aroma a más del proceso de asistencia técnica en finca, servicio de secado ya que en la zona no existe, la localización está en el centro de las comunidades cacaoteras, tiene carretera de primera mano y buenos caminos para las comunidades en donde viven nuestros socios. Se va ha incursionar en capacitaciones con las mujeres y que terminen en hechos y en acciones.

El precio va ha ser muy importante y será refencial, es decir se tomará el precio de la semana anterior sumado al precio de la semana presente y sacar una media. Lógicamente que los precios están alrededor de un promedio de 15 dólares por el que venden en el mercado.

CONDICIONES DE EMPODERAMIENTO Y PARTICIPACIÓN

Por que se va ha trabajar planificadamente con herramientas que permitan llevar adelante el centro cumpliendo y haciendo cumplir los reglamentos internos en los cuales están escritas las principales políticas y directrices que se va ha llevar.

La misión y la Visión de la Organización no se dirige a la situación privada, sino al apoyo y ayuda de los agricultores cacaoteros, dándoles servicios complementarios, asistencia, capacitación, mercado, precio, Haciendo que los cambios de mejoramiento de vida se incursionen en varias áreas no solo en lo productivo.

9. SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

9.1 PROCEDIMIENTOS DE MONITOREO Y EVALUACIÓN

Espacios e Instrumentos de Seguimiento	Participantes	Tiempo	Indicadores	Fuentes de Verificación
ENCUENTROS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE TRABAJADORES DE PLANTA	Comité de gestión y socios y socias	Mínim 6 veces al año	<ul style="list-style-type: none"> ◆ % de avance de metas ◆ Análisis cualitativo de resultados. ◆ Grado de satisfacción de beneficiarios/as ◆ Medidas correctivas a tomarse. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Memoria ◆ Propuesta de capacitación ◆ Plan de trabajo. ◆ Demostración práctica
REUNIONES DE TRABAJO PARA DISEÑAR AGENDA DE PLANIFICACIÓN	idem	Anual	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Avances cualitativos ◆ Limitaciones ◆ Líneas a seguir 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Hoja de resumen
INFORME	Directiva Responsables de Programas, Proyectos y Actividades	Trimestral	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Avances cualitativos ◆ Limitaciones ◆ Líneas a seguir 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Documento
INFORME	Directiva Responsables de Programas, Proyectos y Actividades	Semestral	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Avances cualitativos ◆ Limitaciones ◆ Líneas a seguir 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Documento
INFORME	Directiva Responsables de Programas, Proyectos y Actividades	Anual	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Avances cualitativos ◆ Limitaciones ◆ Líneas a seguir 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Documento

En este cuadro se resumen las actividades posibles que se pueden realizar y llevar a la organización conjuntamente con el centro de acopio de cacao por un buen camino.

10. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

COMPONENTES / ACTIVIDADES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
		AGENCIA DE COOPERACIÓN	ENTIDAD EJECUTORA	OTROS	BENEFICIARIOS
1. COMPONENTE TÉCNICO					
CONTRATACION PARA LA OBRA CIVIL	12730	10184	2546		
2. COMPONENTE COMERCIALIZACIÓN					
CAPITAL DE OPERACIÓN	12000	12000	0		
COSTOS VARIABLES	9288	7430	1858		
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	150	120	30		
COMPRA DE QUIPOS Y MATERIALES (COMPUTADOR, SILLAS, MESAS, ARCHIVADOR, ESCRITORIO)	1497	1197	299		
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS					
SUMINISTROS Y MATERIALES	420	336	84		
COSTOS FIJOS	1638	1310	328		
SPOT DE RADIO	720	576	144		
TELÉFONO	480	396	84		
GASTOS DE MANTENIMIENTO	120	96	24		
3. ORGANIZATIVO					
FORMACIÓN DE PROMOTORES	240	240			
FORMACIÓN DE LÍDERES	600	600			
CAPACITACIÓN A DIRECTIVOS	600	600			
ESTUDIOS	750	750			
TOTAL	41233	35835	5398		

Anexos

GRUPOS IDENTIFICADOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS	INTERESES EN EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
Agricultores	<input type="checkbox"/> Económico <input type="checkbox"/> Capacitación <input type="checkbox"/> Comercialización. <input type="checkbox"/> Organizarse	<input type="checkbox"/> Precios bajos por el cacao, calificación fuerte intermediario <input type="checkbox"/> Intermediarios no incentivan con el precio por calidad. <input type="checkbox"/> Comercialización individual <input type="checkbox"/> Bajo volumen por cosecha <input type="checkbox"/> Huertas viejas, sin rehabilitación <input type="checkbox"/> Huertas no se han renovado <input type="checkbox"/> Sin capacitación, ni asistencia técnica <input type="checkbox"/> Sin acceso al crédito <input type="checkbox"/> Inexistencia de un gremio que represente a los cacaoteros <input type="checkbox"/> Desmotivación	<input type="checkbox"/> Recursos Naturales <input type="checkbox"/> Recursos humanos <input type="checkbox"/> Recursos económicos	<input type="checkbox"/> Mejorar sus ingresos <input type="checkbox"/> Formación técnica sobre el cacao. <input type="checkbox"/> Comercializar de mejor manera, con precio justo, local u certificación orgánica. <input type="checkbox"/> Organizarse, para fortalecer la organización <input type="checkbox"/> Buscar crédito a intereses y plazos considerables con el cultivo <input type="checkbox"/> Reducir la migración	<input type="checkbox"/> Desorganización <input type="checkbox"/> Cooperar en proyectos de comercialización. <input type="checkbox"/> Cosecha anticipada comprometida
Intermediarios Locales	Económico Comercial	<input type="checkbox"/> Competencia con la venta asociativa. <input type="checkbox"/> Tiene que mejorar el precio y calificación de cacao	<input type="checkbox"/> Dispone de recursos económicos	<input type="checkbox"/> Incrementar la compra de cacao. <input type="checkbox"/> Mejorar sus ingresos	<input type="checkbox"/> Competencia, desleal con la organización en precios <input type="checkbox"/> Posibles celos
Exportadores	Económico	<input type="checkbox"/> Volúmenes fijos. <input type="checkbox"/> Grano con garantías de calidad para la venta	<input type="checkbox"/> Recurso económico <input type="checkbox"/> Contactos comerciales <input type="checkbox"/> Acceso a la información al día.	<input type="checkbox"/> Incrementar volúmenes de exportación fino triple Sy cacao CCN51	<input type="checkbox"/> Organización cumpla con los acuerdos comerciales
Gobiernos Locales	Social	<input type="checkbox"/> No disponen de fondos.	<input type="checkbox"/> Organización cumpla con los acuerdos comerciales	<input type="checkbox"/> Generar empleo <input type="checkbox"/> Dinamizar la economía local <input type="checkbox"/> Organización cumpla con los acuerdo comerciales	Ninguno
UNORCAS	Social	<input type="checkbox"/> No dispone capital para gestión.	<input type="checkbox"/> Cumplir con los estatutos establecidos.	<input type="checkbox"/> Generar empleo <input type="checkbox"/> Mejorar la calidad <input type="checkbox"/> Aplicar estrategias en la cadena productiva	Ninguno

Anexo N° 02

Capacidad de la maquinaria implementada en relación a la producción local existente

Tamaño del centro de acopio de

cacao

FERMENTACIÓN

Tipos de fermentadores	Capacidad de fermento	Unidad	Cantidad	Capacidad cajon/qq	Total qq	Tiempo(días)	Cacao fermentado Coef. Convers. 2.5 a 1
Fermentadores	(800 Kg/cajon)	Cajon	9	17.6	158.4	4	39.6
Marquesina	Capacidad de fermento 10m/qq	Unidad Metros	cantidad (5mX16m) 1	capacidad 12	qq 12	tiempo(días) 4	Cacao fermentado 12 qq
TOTAL							51.6

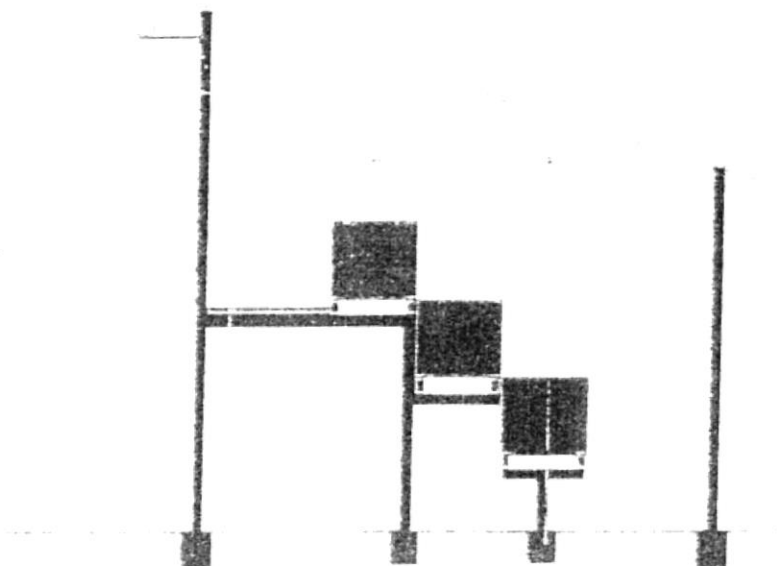
Cantidad de veces que se pueden utilizar las instalaciones de fermentadores al mes (30 días mes/4 demora en fermentar la división da como resultado 7,5

SECADO

el cacao fermentado total de los equipos	días utilizados	al mes (veces)	TOTAL
51.6	4	7.5	387 qq/mes.

SECADO:	Capacidad	Tiempo	mes/veces)	Total qq
Secadora	30 qq	1 día	20	600
Tendal	40 qq	4 días	7.5	300
				900

En el futuro se prevé que va ha producir 120 ha/ entre el 2008-2009, por el proyecto anterior Como mecanismo, habría que duplicar los Fermentadores a otro juego de 9 fermentadores.



Anexo N° 03

Diagrama de la construcción de los fermentadores

Anexo N° 04

INVERSIONES INICIALES DEL PROYECTO

Maquinaria y Equipos	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Marquesina	Unidades	1	3.150	3.150
Arranque de la secadora	Unidades	1	900	900
Escaleras	Unidades	3	150	450
Infraestructura fermentadora	Unidades	1	2.500	2.500
Fermentadores	cajones	9	170	1.530
Tendal (arreglo)	Metro	300	10	3.000
Cilindros de gas	Unidades	10	25	250
Romanas	Unidades	1	500	500
Medidores de humedad	Unidades	1	450	450
Subtotal				12.730
OTROS ACTIVOS FIJOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Equipo de Oficina				1.080
Computador	Unidades	1	800	800
Calculadoras	Unidades	2	15	30
Teléfono/fax	Unidades	1	250	250
Muebles de Oficina				332
Escritorios	Unidades	1	160	160
Sillas giratorias	Unidad	1	60	60
Sillas	Silla	6	7	42
Archivador	Unidad	1	70	70
Edificios				
Equipo				85
Bomba	Unidad	1	85	85
Subtotal				1.497
ACTIVOS INTANGIBLES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	TOTAL
Formación de promotores	Plan	1	240	240
Formación de líderes y lideresas	Plan	1	600	600
Capacitación a directivos	Eventos	4	150	600
Estudios Técnicos	Estudio	1	750	750
Gastos de puesta en marcha				150
Subtotal				2.340
CAPITAL DE TRABAJO				TOTAL
Costos variables				-9.288
Capital de operación				-12.000
Costos Fijos				-1.638
Gastos Administrativos y Ventas				-1.740
Subtotal				-24.666
TOTAL INVERSIÓN INICIAL				\$41.233

Anexo N° 5

TOTAL DE LAS DEPRECIACIONES

Centro de acopio

Maquinaria y Equipos	TOTAL	DEPRECIACIONES
Marquesina	3150	630
Arranque y automatismo Secadora	900	180
Escaleras (3 X \$150)	450	45
Infraestructura fermentadores	2500	250
Fermentadores 170c/u X 18	3060	306
Tendal (arreglo)	3000	300
Cilindros de gas 10 X25	250	25
Romana	500	100
Medidores de humedad	450	50
Subtotal		1.886

OTROS ACTIVOS FIJOS	TOTAL	DEPRECIACIONES
Equipo de Oficina		327
Computador	800	266,66
Calculadoras	30	10
teléfono/fax	250	50
Muebles de Oficina		66
Escritorio	160	32
Sillas giratorias	60	12
Sillas	42	8,4
Archivador	70	14
Maquinaria y Equipos		27
Bomba Fumigar	89	27
construcciones		200
Mejoramiento instalaciones	1.000	200
Subtotal		620
TOTAL		2.506

Anexo N°6

TABLA DE REPOSICIÓN DE ACTIVOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Marquesina						3150					
Infraestructura											
Fermentadores											
Escaleras											
Arranque y automatismo Secadora						900					
Tendal (arreglo)											
Romana						500					
Medidores de humedad						450					
Cilindros de Gas											
Bombas de Mochila				89			89			89	
Computadoras				800			800			800	
Calculadoras				30			30			30	
Teléfono/fax						250					
Escritorio						160					
Silla giratoria						60					
Archivador						70					
Sillas						42					
Total				919		5582	919			919	

Anexo N° 7
Tablas de depreciaciones del proyecto:

Tabla de depreciaciones del valor residual: Marquesina
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	3150		
1	2520	630	630
2	1890	630	1260
3	1260	630	1890
4	630	630	2520
5	630	630	3150

Tabla de depreciaciones del valor residual: Arranque del motor
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	900		
1	720	180	720
2	540	180	900
3	360	180	1080
4	180	180	1260
5	180	180	1440

Tabla de depreciaciones del valor residual: Romana
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	500		
1	400	100	100
2	300	100	200
3	200	100	300
4	100	100	400
5	0	100	500

Anexo N° 7
Tablas de depreciaciones del proyecto:

Tabla de depreciaciones del valor residual: Medidor de humedad
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	450		
1	360	90	90
2	270	90	180
3	180	90	270
4	90	90	360
5	0	90	450

Tabla de depreciaciones del valor residual: computadora
 Vida útil: 5 años 3 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	800		
1	533,34	266,66	266,66
2	266,68	266,66	533,32
3	0,02	266,66	799,98

Tabla de depreciaciones del valor residual: bomba de mochila
 Vida útil: 5 años 3 años
 Método: línea recta Línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	89		
1	59,34	29,66	29,66
2	29,68	29,66	59,32
3	0,02	29,66	88,98

Anexo N° 7 Tablas de depreciaciones del proyecto:

Tabla de depreciaciones del valor residual: calculadora

Vida útil: 5 años 3 años
Método: Línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	30		
1	20	10	266,66
2	10	10	276,66
3	0	10	286,66

Tabla de depreciaciones del valor residual: telefax

Vida útil: 5 años
Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	250		
1	200	50	50
2	150	50	100
3	100	50	150
4	50	50	200
5	0	50	250

Tabla de depreciaciones del valor residual: escritorio

Vida útil: 5 años
Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	160		
1	128	32	32
2	96	32	64
3	64	32	96
4	32	32	128
5	0	32	160

Anexo N° 07
Tablas de depreciaciones del proyecto:

Tabla de depreciaciones del valor residual: silla giratoria
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	60		
1	48	12	12
2	36	12	24
3	24	12	36
4	12	12	48
5	0	12	60

Tabla de depreciaciones del valor residual: sillas
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRES. ANUAL	DEPREACUMULADA
0	42		
1	33,6	8,4	8,4
2	25,2	8,4	16,8
3	16,8	8,4	25,2
4	8,4	8,4	33,6
5	0	8,4	42

Tabla de depreciaciones del valor residual: escritorio
 Vida útil: 5 años
 Método: línea recta Línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRESA ANUAL	DEPREACUMULADA
0	42		
1	33,6	8,4	8,4
2	25,2	8,4	16,8
3	16,8	8,4	25,2
4	8,4	8,4	33,6
5	0	8,4	42

Anexo N°7

Tablas de depreciaciones del proyecto

Tabla de depreciaciones del valor residual: construcción de La cubierta para fermentadores

Vida útil: 10 años

Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRES.D160 ANUAL	DEPREACUMULADA
0	2500		
1	2250	250	250
2	2000	250	500
3	1750	250	750
4	1500	250	1000
5	1250	250	1250
6	1000	250	1500
7	750	250	1750
8	500	250	2000
9	250	250	2250
10	0	250	2500

Tabla de depreciaciones del valor residual: Fermentadores

Vida útil: 10 años

Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPREC. ANUAL	DEPRE ACUMULADA
0	3060		
1	2754	306	306
2	2448	306	612
3	2142	306	918
4	1836	306	1224
5	1530	306	1530
6	1224	306	1836
7	918	306	2142
8	612	306	2448
9	306	306	2754
10	0	306	3060

Anexo N°8
Tablas de depreciaciones del proyecto:

Tabla de depreciaciones del valor residual: Tanques de gas
 Vida útil: 10 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPRE ANUAL	DEPRE ACUMULADA
0	250		
1	225	25	25
2	200	25	50
3	175	25	75
4	150	25	100
5	125	25	125
6	100	25	150
7	75	25	175
8	50	25	200
9	25	25	225
10	0	25	250

Tabla de depreciaciones del valor residual: escaleras
 Vida útil: 10 años
 Método: línea recta

AÑO	VALOR EN LIBROS	DEPREC ANUAL	DEPREACUMULADA
0	450		
1	405	45	45
2	360	45	90
3	315	45	135
4	270	45	180
5	225	45	225
6	180	45	270
7	135	45	315
8	90	45	360
9	45	45	405
10	0	45	450

ANEXO N° 08

PRESUPUESTO DE INGRESOS

PARA 2400qq		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Produccion por mes	qq	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
No. 12 meses por año		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Producción por año	qq	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
% De pérdida 0		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Producción Total	qq	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Precio de Venta	\$	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Ingresos	\$	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
Margen de Comercialización		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos por margen	\$	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos totales =	\$	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000

PARA 2640qq.		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Produccion por mes	qq	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
No. 12 meses por año		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Producción por año	qq	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
% De pérdida 0		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Producción Total	qq	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Precio de Venta	\$	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Ingresos	\$	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Margen de Comercialización		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos por margen	\$	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos totales =	\$	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000

Anexo N° 9

Gastos Administrativos y Ventas

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Requerimientos	Gasto mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Teléfono.	40	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480
Suministros y materiales	20	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240
Suministros de oficina	10	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Gastos de mantenimiento	10	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Total Gastos de administración		960	960	960	960	960	960	960	960	960	960

GASTOS DE VENTAS											
Spot en Radio	60	720									
GASTOS DE											
Combustible y aceite	5	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total Gastos de Ventas		780	60	60	60	60	60	60	60	60	60