

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACION EMPRESARIAL

VI PROMOCION

Plan de Negocios

TEMA:

**Plan de Negocios para la Comercialización
de Cacao Fino de Aroma en APROCA
Provincia de Manabí.**

Autor :

Ing. Jhonny Saulo Villafuerte Holguín

AÑO

2006

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

VI PROMOCIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN
DE CACAO FINO DE AROMA EN APROCA
PROVINCIA DE MANABÍ.**

AUTORES

ING. JHONNY SAULO VILLAFUERTE HOLGUIN

AÑO

2006

INDICE

Paginas:

- 1 Resumen Ejecutivo
- 2 Descripción del negocio
- 7 Análisis industrial
- 9 Mercados Objetivos
- 13 Competencia
- 16 Posición estratégica
- 19 Plan de Mercado
- 23 Operaciones
- 29 Plan Tecnológico
- 30 Organización administrativa
- 31 Relaciones comunitarias y responsabilidades
- 32 Finanzas
- 34 Conclusiones.

1.- RESUMEN EJECUTIVO:

Ecuador de frente a los retos de competitividad y de globalización de las economías, requiere ejecutar acciones e inversiones dirigidas hacia el desarrollo agroindustrial. El presente plan de negocio identifica en la producción y comercialización de cacao fino de aroma, una oportunidad de negocios que ofrece expectativas de éxito a mediano plazo. Este documento enfoca la cadena productiva de cacao y se proponen ajustes a nivel productivo y post cosecha, que permitirán mejorar la calidad del producto, preservar el medio ambiente, bajar costos en la producción y mejorar las condiciones de comercialización y transformación de cultivos tradicionales a orgánicos y con ello al mejoramiento de las condiciones de vida de 240 familias participantes directos y de 130 socios comerciales participantes indirectos de esta dinámica empresarial.

Se presentan a continuación los elementos claves como análisis industrial, estudio de mercado objetivo, posición estratégica de APROCA, plan de mercado y ventas, plan tecnológico, organización administrativa, gestión operativa y tecnológica requerida, relaciones comunitarias y responsabilidades, y el criterio financiero previo a la firme decisión de invertir en un negocio de bajo riesgo y altas posibilidades de éxito.

Para la ejecución de este plan de negocio se requiere la inversión de \$ 81.400 que permitirán una tasa de retorno de 19,75% y un Valor actual neto de \$ 235.591. En un tiempo estimado de recuperación de la inversión de 18 meses. Este plan de negocios aportara con positivos impactos sociorganizativos, socioeconómicos, socio ambientales y desarrollo agroindustrial; los cuales impulsarán el nivel de empoderamiento de APROCA y de la ejecución de sus actividades.

2.- DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO:

Nombre legal y forma de negocio: Asociación de productores de cacao APROCA

El nombre comercial del producto: "Cacao Manaba"

La forma de negocio : Comercializadora de productor agrícolas.

MISIÓN: Contribuir al desarrollo sustentable del sector agro exportador ecuatoriano y al mejoramiento de la calidad de vida en la zona rural de los cantones Chone, Flavio Alfaro y Junín.

OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO: Orientar el posicionamiento de la Asociación APROCA hacia la comercialización de cacao fino de aroma en el mercado de productos orgánico y comercio justo, para mejorar los ingresos de productores y productoras.

OBJETIVO DE VENTAS: Participar con el 3% de la exportación de cacao fino de aroma del Ecuador en la cosecha 2006 - 2007; para alcanzar la sostenibilidad del sistema de comercialización de la empresa "Cacao Manaba".

Nombre de los principales ejecutivos:

Sr. Calixto Rómulo - Presidente de la Asociación APROCA

Sr. Ing. Pedro Delgado - Gerente General

Srta. CPA. Daniela Rodríguez - Contador

Sr. Francisco Peralta - Secretario

Localización geográfica: La APROCA se encuentra localizada en la provincia de Manabí, en los cantones Junín, Chone y Flavio Alfaro. El tendal principal sede de la organización se localiza en el

Km 5½ de la vía Chone-Flavio Alfaro, aproximadamente a 300 km. de la ciudad de Quito. Los productos agrícolas

Estado de desarrollo de la empresa rural: La Asociación inició sus actividades en septiembre del 2004 como un proyecto piloto apoyado por una organización no gubernamental. Se logró la conformación de una estructura sociorganizativa que facilita las actividades de comercialización de cacao, capacitó a los principales dirigentes para el mejoramiento de las condiciones de la cadena productiva de cacao y arrancó el proceso de comercialización asociativa.

En febrero de 2005, APROCA participó con el apoyo de CORPEI y CRB en la feria de alimentos orgánicos Biofach en Alemania, evento que permitió a APROCA conocer de primera mano, los requerimientos, condiciones de negocios y expectativas de los potenciales clientes de este nicho de mercado internacional.

En diciembre del año 2005 APROCA obtuvo la vida jurídica ante el Ministerio de Bienestar Social del Ecuador. La asociación ha logrado acopiar cacao en baba y escurrido 1400 qq en 2004 y 1900 qq en 2005, aplicar técnicas de post cosecha y comercializar a nivel nacional. El producto ha alcanzado niveles de primera calidad del mercado: SS fino de aroma pero, el volumen reducido de la producción impiden la exportación directa a la fecha.

Patentes, derechos legales y otras consideraciones legales:

No posee patente alguna a la fecha. El producto cacao manaba, se encuentra en estado "Transición 3" en la escala de producción orgánica dentro de la tabla de calificaciones de la firma CBS OKO. Se espera en el 2006 alcanzar el certificado de producción orgánica.

Productos de APROCA: CACAO MANABA.- La asociación comercializa cacao cuyas ventajas comparativas son: Condiciones organolépticas del cacao reconocido mundialmente como cacao aroma arriba, aroma a fruta concentrado y fino, tipo nacional con origen Manabí, producido en condiciones orgánicas, pepa de suave consistencia que permite fácil mezcla en las formulas de producción de chocolates.

Beneficio y ventajas del producto: Producción orgánica certificada.

Aroma: Cacao fino de aroma

Gramaje: 5_10 gramos / almendra de cacao

Color: Marrón claro

Poscosecha: Grano fermentado y secado al sol.

Presentación: Sacos de yute, peso 100 libras.

Especie: Theobroma cacao, variedad trinitario.

Garantías del producto:

- Certificación orgánica de la OKO SBS.
- Contrato de venta asegurando volúmenes y calidades.
- Respaldo técnico en la calidad ofrecida por el CEFODI institución que acompaña los procesos de mejoramiento productivo.

Aspecto:

Atractivo, color marrón oscuro, uniforme, luce muy limpio

Humedad , Totalmente seco 0% (7% relativo)

Impurezas 1% máximo, Mohos 2% máximo, Picado 0% inexistente

Empacado Utilización de sacos yute marcados

Verificado el peso (152 lbs)

Condiciones de almacenaje: Lugar de almacenaje fresco, seco y limpio, Se utilizan plataformas de madera o bambú sobre el nivel del suelo para proteger al producto de la humedad. Medidas adecuadas para proteger el cacao contra la lluvia, el humo y otros agentes contaminantes.

Descripción Técnica del producto: Las almendras de cacao comercializados pertenecen generalmente a dos categorías:

- El cacao "ordinario";
- El cacao "fino y de aroma".

El origen botánico: Los cacaos "finos y de aroma" provienen de los criollos y trinitarios. Sin embargo, hace falta que recalcar una excepción importante: el cacao Nacional de Ecuador, considerado como "fino y de aroma" es un forastero autóctono.

Características del cacao trinitario: Procede de un cruce natural entre criollo y trinitario; se cultiva principalmente en Trinidad, Jamaica, Colombia, Ecuador y Costa Rica. Este produce almendras de tamaño mediano a grande con cotiledones marrones rojizos y desarrolla un aroma chocolate pronunciado con un sabor frutal. Aunque considerado como "fino y de aroma", el cacao Nacional es un forastero autóctono del bosque húmedo ecuatoriano.

El cacao nacional produce almendras de gran tamaño con cotiledones ligeramente marrones los cuales desarrollan, cuando se benefician adecuadamente, un aroma chocolate delicado acompañado por un pronunciado sabor floral, descrito como sabor Arriba. En la actualidad, la mayor parte del cacao exportado por Ecuador corresponde a una mezcla de Nacional y de trinitarios introducidos después de los años 1920.

Aplicación del producto: Los equipos usados por la industria para el cacao "fino y de aroma" suelen ser distintos de los que se emplean para el grano "ordinario". Los primeros procesan el cacao por lotes, tienen mayor flexibilidad y menor capacidad de producción. Los segundos reciben grandes cantidades en poco tiempo, son pocos flexibles y funcionan de manera continua. Las almendras de cacao "fino y de aroma" se utilizan en mezclas con almendras "ordinarias" con el motivo de producir algunos efectos aromáticos en el producto elaborado. Aunque existan, los chocolates preparados exclusivamente con cacao "fino y de aroma" se quedan una excepción. Mediante la mezcla, se reduce el costo de la materia prima. Se suele mezclarlo con un cacao "ordinario" más suave procedente de Ghana, Nigeria o Togo.

Elementos especiales del producto: El cacao "APROCA" es producido de forma orgánica haciendo aplicación de técnicas de cultivo mejorado, resaltando la conservación del medio natural y la valoración de técnicas ancestrales de producción.

Información especial de los negocios de APROCA:

Estados financieros: APROCA no cuenta con estados financieros auditados a la fecha. El control contable se realiza a través de un sistema de liquidaciones basado en ingresos y egresos disponible en paginas electrónicas.

3.- ANÁLISIS INDUSTRIAL Y TENDENCIAS:

Tamaño y crecimiento: APROCA posee un tendal central localizado en el Km. 5 ½ en la vía Chone-Flavio Alfaro, con capacidad instalada de 1000qq mensuales, Esta fue una donación del convenio APROCA/CRD. Se cuenta con una red de socios acopiadores zonales quienes han sido capacitados y equipados con cajones para la fermentación de cacao en baba presente en las zonas de alta dispersión geográfica dentro de los cantones de intervención, el producto es semanalmente transportado al tendal central a una distancia promedio de 50 Km. Cada uno de estos acopios zonales tienen una capacidad instalada aproximada de 15qq semanales, el que se alcanza en temporada alta (junio- Noviembre) pero el resto del año se acopia aproximadamente 8 qq. Semanales.

Para el aprovisionamiento del producto APROCA cuenta con 110 socios y socias activos quienes se constituyen en el principal proveedor del producto, además se cuenta con aproximadamente 40 socios comerciales y 2 otras organizaciones locales quienes se convierten en aliados estratégicos con aproximadamente 150 socios mejorando la captación de volumen del producto y el personal que trabaja en el Centro de acopio central ha sido capacitado que para el correcto tratamiento del producto y ellos son parte de los socios activos de la organización.

La limitación de crecimiento de APROCA radica en la escasez de capital operativo para la compra y venta del producto. Actualmente se cuenta con un fondo de comercialización de \$8.000 y se requiere de la inyección de aproximadamente \$20.000 que permitiría incrementar los volúmenes de acopio.

Factores estacionales de la producción:

La producción de cacao en Manabí permanente durante todo el año pero la temporada alta de cosecha por condiciones climáticas se presenta de sur a norte cada año de la siguiente forma:

Junín : Junio – Agosto

Chone: Julio – Octubre

Flavio Alfaro: Septiembre-Noviembre.

A inicios de año enero-febrero se presenta un rebrote en la cosecha pero alcanza el 35% de los volúmenes de la temporada alta.

Nivel de tecnología requerido: No se demanda de alta tecnología. Los procesos de poscosecha son de tipo rústico y la tendencia del mercado orgánico llama a la conservación de procedimiento de tratamiento de los productos con conocimiento ancestral desde la producción hasta los controles de calidad, tal es el caso de la prueba de corte y el análisis fitosanitario aplicado al producto final por parte del compradores. Normalmente se utilizan en medidores de humedad para prever la presencia de hongos en cacao de exportación.

Sin embargo, en estaciones de lluvia diciembre – mayo, el proceso de secado al sol se dificulta y se incrementa el nivel de humedad razón por la cual es estos meses se pone en funcionamiento las secadoras a gas y el uso de marquesinas que permiten optimizar los momentos de presencia del sol durante el día.

La industria revalora la producción y la adquiere en su totalidad al punto de financiar procesos de certificación ambiental y co financiar programas de mejoramiento de la productividad.

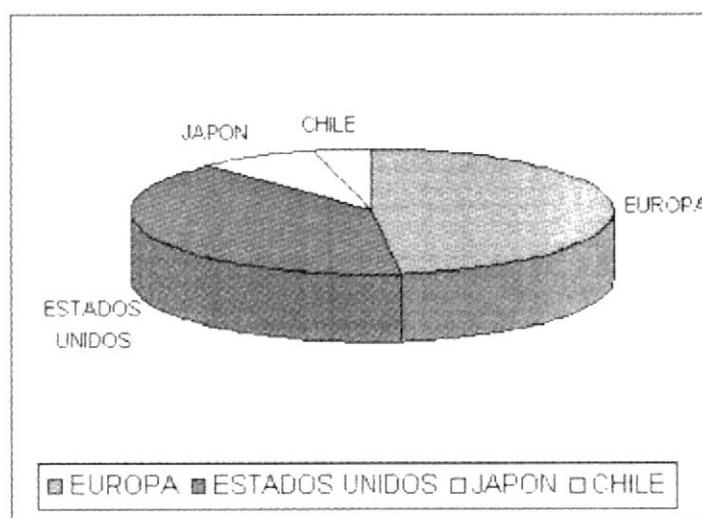
4.- LOS MERCADOS OBJETIVOS:

Los clientes potenciales del producto cacao manaba esta compuesto actualmente por el sector exportador quienes preparan el producto y lo suman a otras pequeñas producciones para su venta. Los exportadores pertenecen a grupos sociales altos ingresos y su círculo social esta compuesto por empresarios del gremio. Los Patrones de compra tiene relación con el uso a dar al producto, si es chocolatera, pastelera, licorera, etc. Se considerarán generalmente las siguientes condiciones:

- **Cantidad y suministro:** Los clientes desconfían de los suministros futuros en cantidad. Ellos solo comprará de un país, empresa o proveedor que haya ganado credibilidad de sus suministros y esté posicionado en el mercado internacional. Habitualmente se conviene firmar contratos de entrega para periodos de 2 años.
- **Calidad:** La calidad es otro factor clave para la toma de decisiones de compra, normalmente el proceso va con una entrega de muestra de cacao sobre el cual se aplican los exámenes fitosanitarios en el laboratorio para detectar presencia de impurezas, hongos, etc. La prueba que determina el porcentaje de presencia de granos correctamente fermentados. La prueba se aplica en el momento de la compra del producto. El cliente espera contar con granos o almendras de un buen tamaño (2 cm de largo) color violeta, forma de riñón y el porcentaje de calidad se obtiene contando almendras satisfactorias de un grupo de 100 almendras por la mitad.

Los más importantes importadores internacionales son:**ESTIMACIÓN DEMANDA MUNDIAL
DE CACAO AÑO 2005**

PAIS	%	TM
EUROPA	48	1.908.000
ESTADOS UNIDOS	40	1.590.000
JAPÓN	8	318.000
CHILE	4	159.000
TOTAL	100	3.975.000

FUENTE: www.fao.org

Estados Unidos.- Alrededor de un 40 % de las importaciones estadounidenses de cacao (sea 1.590 000 TM). Calidad exportable más baja: el tipo ASE caracterizada por una fermentación insuficiente y un alto contenido de materias extrañas.

Japón.- Representa el 8 % (318 000 TM) de las exportaciones de cacao. Japón paga un premio para todos los orígenes de cacao "fino y de aroma", excepto Ecuador.

Alemania.- Reporta el 3-4 % (159 000 TM) de las importaciones totales de cacao.

Suiza.- La empresa Migros se considera como el más importante consumidor de este tipo de cacao. Mientras Jacobs-Suchard tiende

gradualmente a eliminar el uso de cacao "fino y de aroma" en sus formulas, Nestlé, por el contrario, parece incrementar su uso.

Francia.- Existe una tradición de consumo de chocolate de calidad con alto contenido de cacao. En cierto tipo de chocolate se hace constar la procedencia de determinadas zonas productoras.

Reino Unido.- Son grandes empresas, especialmente Rowntree. Los fabricantes menores han dejado de usar este tipo. Jamaica es el principal abastecedor de cacao "fino y de aroma".

TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL PARA CACAO FINO DE AROMA

En el mundo: A partir del reconocimiento de que existe una demanda de cacao fino de aroma insatisfecha, se considera que existe muy poco peligro que un aumento importante de su producción trastorne la estructura del mercado actual.

Los bajos rendimientos de los cultivares disponibles no permiten desarrollar una producción tecnificada, en condiciones rentables.

El consumo de chocolate per capita ha aumentado debido a:

- Precios más abordables;
- Amplia oferta de productos elaborados (propuestos al público) y mejora general de la calidad de los mismos;
- Intensificación de la propaganda asociado a una información sobre las virtudes del chocolate en cuanto a la salud.

En Ecuador:

La expansión del consumo de chocolate en el mundo reforzará el segmento de mercado específico demandando productos de alta calidad que constituye la salida comercial esencial del cacao "fino y de aroma".

Plan de Negocios para la comercialización de cacao fino de aroma en APROCA

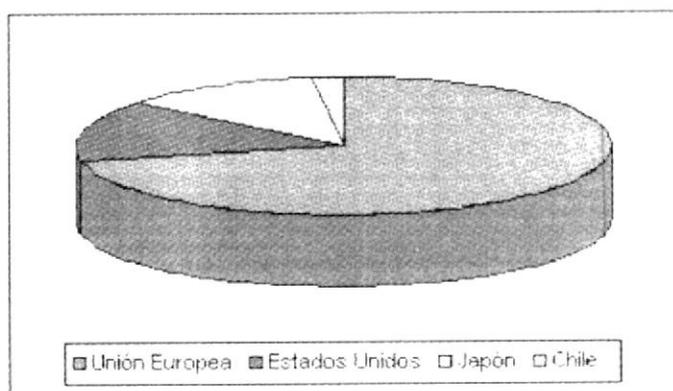
Cantones: El Carmen, Chone y Flavio Alfaro provincia de Manabí.

En la actualidad a nivel nacional, se produce 105.000 TM de cacao fino de aroma.

La provincia de Manabí contribuye con el 14% de dicha producción, es decir 14.700 TM de cacao fino de aroma. APROCA contribuye con 281 TM/ anuales es decir con el 0.27% de la producción nacional.

CACAO FINO DE AROMA
Principales clientes Internacionales

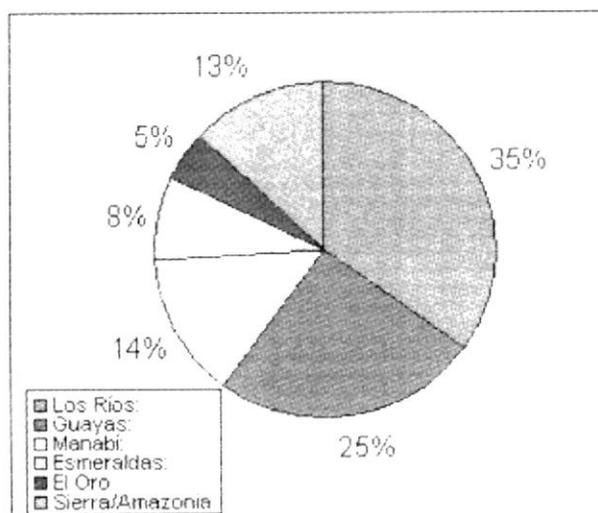
Unión Europea	0,72	205.714,00
Estados Unidos	0,14	40.000,00
Japón	0,12	5.500,00
Chile	0,02	5.714,00
TOTAL DEMANDA		256.928,00



Fuente: www.fao.org

DEMANDA DE CACAO NACIONAL

PROVINCIAS	%	TM
Los Ríos:	35%	36.750
Guayas:	25%	26.250
Manabí:	14%	14.700
Esmeraldas:	8%	8.400
El Oro	5%	5.250
Sierra/Amazonia	13%	13650
TOTAL	100%	105.000
Fuente: ANECACAO		



5.- LA COMPETENCIA:

Posición competitiva: Dentro de la competencia tenemos a "Maquita Cusunchi" (MCCH) que realiza comercialización directamente con los productores, a quienes también dan y capacitación y acompañamiento técnico, con el apoyo de promotores agropecuarios y técnicos contratados.

La capacitación impartida por MCCH consiste en módulos como:

- * Agricultura orgánica: lombricultura, elaboración de Biol, fumigación orgánica, manejo de buenas prácticas agrícolas, etc.
- * Preparación de viveros: siembra, injertación, trasplante
- * Manejo de plantaciones: poda, mantenimiento, etc.
- * Elaboración de subproductos: mixtelas, vino, mermeladas, etc.

Ventajas del producto frente a los competidores: Los productos que ofertará la empresa competitivamente frente a otros productos, será el respaldo de garantía de calidad ofrecida, el acompañamiento y empoderamiento de los procesos de la iniciativa de comercialización de cacao fino de aroma orgánico en los cantones Chone, Junín y Flavio Alfaro en Manabí. Se logrará cumplir con los altos requerimientos de cero impurezas y alta calidad de fermentación, entregas a tiempo y en las condiciones de empaque requeridas por los clientes.

Políticas de Calidad de APROCA: El acopio posee controles de calidad del producto en la cadena productiva desde la plantación, cosecha, recolección, acopio y los procedimientos de poscosecha aplicados siguiendo los cuidados técnicos sugeridos por los expertos arrojan como resultado producción de cacao fino de aroma, tipo nacional con un alto grado de calidad.

Debilidades de los productos de los competidores: Las principales debilidades de los competidores son:

- Volumen limitado de producción
- Deficiente sistema de control de calidad
- Presencia de impurezas en el producto
- Sistema de Post cosecha sin planificación
- Ausencia de sistemas de selección de producto
- Presencia de hongos en el producto
- Falta de transparencia en el sistema de comercialización
- Proceso de certificación orgánica detenido.
- Limitaciones de acceso a capitales invertir.
- Ausencia de políticas de ventas y su supervisión.
- Limitaciones de acceso a financiamiento
- Ausencia de entidades de apoyo técnico productivo, administrativo y financiero.

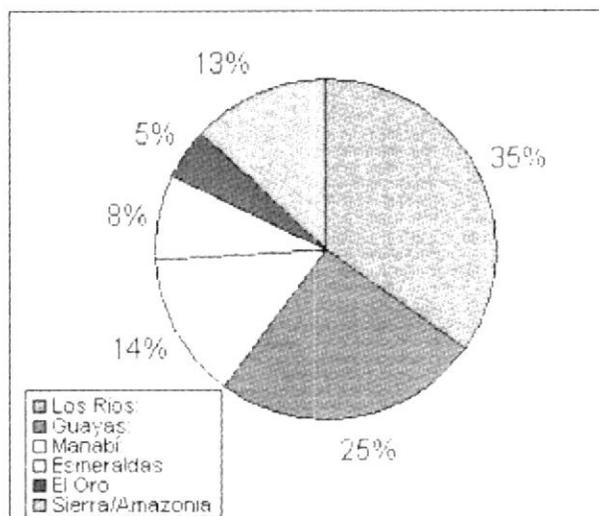
Distribución de la captura del mercado: El cacao comercializado por APROCA es producido básicamente por los socios y socias de esta organización. Los proveedores del cacao de APROCA están clasificados en tres grupos:

- a.- Socios activos
- b.- Socios pasivos
- c.- Socios comerciales

Principales clientes Nacionales: El salinerito, Cofina, MCS, Export Álava. El 40% de la producción de cacao APROCA se procesa. Y el 60% se exporta a Europa y Estados Unidos de Norte América. Conocemos desde nuestros clientes que el cacao APROCA es utilizado en el exterior para la producción de Mantequilla de cacao 34% , Licor de cacao 28% , Torta 21% y Polvo de cacao 17%.

DEMANDA DE CACAO NACIONAL

PROVINCIAS	%	TM
Los Ríos:	35%	36.750
Guayas:	25%	26.250
Manabí:	14%	14.700
Esmeraldas:	8%	8.400
El Oro	5%	5.250
Sierra/Amazonia	13%	13650
TOTAL	100%	105.000
Fuente: ANECACAO		



Los precios internacionales se dan por la libre competencia basados en la bolsa de valores de Nueva York. Estos se difunden a través de la red de contactos de ANECACAO y otras empresas que tienen acceso a la tecnología para conocer los precios mundiales de cacao.

Los precios de venta de cacao seco se basan en los rubros:

- Precio de compra del cacao
- Costos del acopiador
- Costos del manejo del Cacao (tendaleros y guardián)
- Transporte
- Compra de materiales (sacos, fundas, factureros, etc.)

En base a las estadísticas presentadas en el año 2005, el precio promedio para el año 2006 será de \$ 64,50/qq con tendencia al alza debido al crecimiento de la demanda y factores climáticos que retrasarán la llegada de la nueva cosecha, la guerra civil en Costa de Marfil, son factores que provocarán el incremento del precio.

El cacao certificado se cotiza en \$ 90,00 /qq a \$ 110/qq actualmente.

6.- POSICIÓN ESTRATÉGICA Y ANÁLISIS DE RIESGOS

Para este fin se acude a la metodología de Micro entornos, Maso entornos y Macro entornos. Está organización la integran 10 comunidades, Son 116 socios / as de los cuales el 20 % son mujeres. Las comunidades participantes son:

Cantones	Comunidad
Junín	Cascajal
	Montufar
	Cumba
Chone	Las brisas
	La Unión
	Las luchas
Flavio Alfaro	Bejucal
	Piedra fina
	Las Lomas
	Montalvo

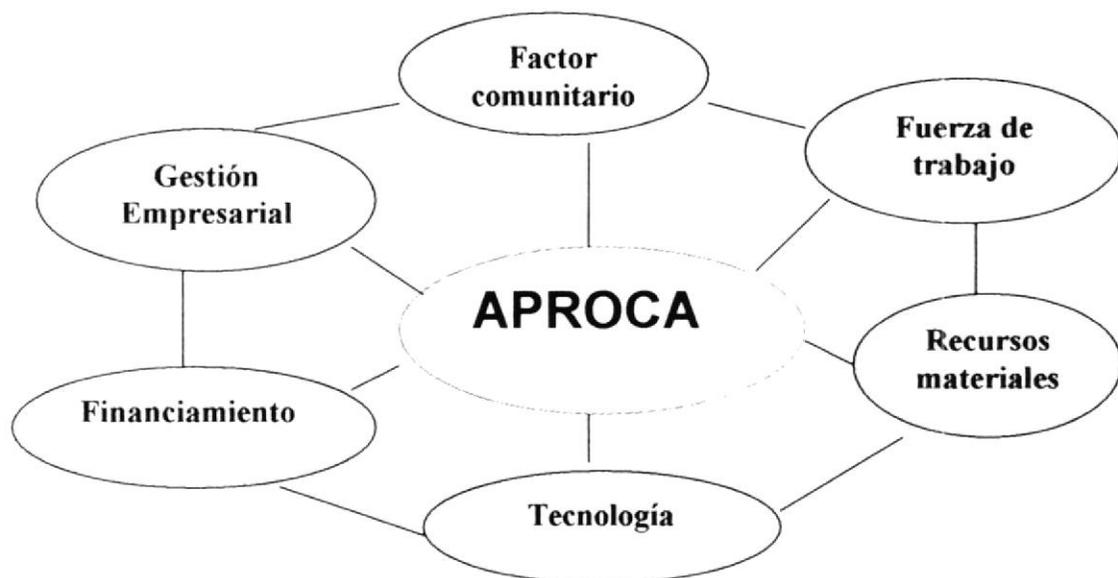
ANALISIS DEL MEDIO ESPECIFICO:

ACTOR	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Competencias Intermediarios Otras organizaciones otros países Cientes Empresas exportadoras	Precios de oportunidad Remuneración a la calidad Pago por precios justo Proporcionan análisis de producto Alianza por incidencia política y hacer presencia en municipios	Pagos bajos por el producto Riesgo de transportación Intervención con otras ofertas tecnológicas en las mismas zonas Altos volúmenes de producción en otros países
SDER Universidades ONGs –asg Entidades financieras, Banca	Apoyo financiero limitado Asistencia Técnica Acceso a crédito limitado Capacitación, comercialización	Dependencia Poca sostenibilidad Competencia desleal
Organismos públicos INIAP Municipios, Juntas parroquiales MAG y Otros ministerios	Aliados estratégicos para la ejecución y captación de fondos Obtener asesoría Participación de eventos	Falta de recursos Dependencia Situación política
Otros Pronorte, ACIDI VOCA GTZ.	Asistencia Técnica Acceso a Mercados	Dependencia a modelos externos.

Perfil de capacidades internas:

Factor Comunitario: APROCA cuenta con un gran numero de cooperación y ayuda mutua, esto se refleja en el mejoramiento y la elevada producción de cacao a través del trabajo comunitario,

mingas y cambio de brazo que realizan los socios / as de los diferentes grupos de interés, la asociación esta conformada en un 75 % por personas mayores, 15 % por jóvenes y el 10 % son mujeres, en la organización hay un gran numero de productores capacitados con el apoyo que ha brindado por ONGs.



FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Fuerza de trabajo	Participación de la familia. Juventud Balance por sexo	Dispersión geográfica. Salida de la familia en épocas de temporadas en la playa
Medios Materiales	Diversificación de cultivos. Fertilidad de la tierra (recursos naturales) Infraestructura básica	Subdivisión de fincas Degradación de bosques
Tecnología	Aplicación de labores culturales Acceso a capacitaciones y asistencia técnica	Falta de vías de comunicación. Desconocimiento de procesos de certificación
Financiamiento	Apoyo de ONGs	Limitado acceso a recursos financiero (créditos) Falta de fondos
Gestión Empresarial	Toma de decisiones democráticamente. Interés por asociarse	Falta de experiencias de los dirigentes
Factor Comunitario	Trabajo comunitario (mingas, etc)	Infraestructuras comunitaria

Gestión micro empresarial: En la organización existe un sentido de compromiso y alta participación, existe un proceso de capacitación dirigido hacia el empoderamiento de los productores y productoras que les permitirá a mediano plazo estar preparados para realizar sus negociaciones por ellos mismos con otros financiadores y empresas comercializadoras a futuro.

Análisis de riesgos en la producción y comercialización de cacao en APROCA:

La presencia de enfermedades como la Monilla y la Escoba de Bruja; la depresión económica que afectó al mundo entre 1929 - 1932; la conformación de cacaotales en países africanos, que compiten en el mercado mundial; han sido factores que han debilitado las exportaciones cacaoteras ecuatorianas pero, el aroma y la calidad del cacao ecuatoriano han permitido posesionarse en el mercado. Ecuador tiene en este momento 18.000 has. entre certificadas y en proceso de certificación de productos. Se calcula que el Ecuador dentro de dos años podrá tener alrededor de 70.000 has. Biológicas u orgánicas. Dependiendo del producto los precios en el mercado suelen tener un premio de entre el 20 al 40%, aunque pueden llegar a un 100% adicional frente a otro convencional en determinados casos.

Actualmente el cultivo se encuentra a nivel nacional. Según los datos del último Censo Agropecuario, existen 243,059 hectáreas de cacao, como cultivo solo y 190.919 hectáreas de cultivo asociado. Constituyéndose la provincia de Los Ríos como una de la provincia de mayor producción a nivel nacional con el 24,1%, Guayas el 21.08% y Manabí el 21.63%, en tanto que la provincias de Esmeraldas y El Oro participan con el 10.09% y 7.62%,

7.- PLAN DE MERCADEO Y ESTRATEGIA DE VENTAS

Esta iniciativa empresarial utilizará una estrategia de diferenciación en la compra en base a la oferta y demanda internacional. APROCA indicará claramente al productor o productora en qué se diferencia los intermediarios y la competencia en general. Los aspectos son:

- Mejor precio
- Mejor Servicio
- Reconocimiento a la calidad (buscar mecanismos)
- Posibilidad de un valor agregado a través de la certificación orgánica
- Los beneficios se revierten al productor o productora

Promoción de las cualidades del producto:

- Producto de calidad que supera las normas de mercado
- Servicio y cumplimiento a tiempo, competencia fiabilidad, etc
- Personal competente, honrado, digno de confianza
- Misión cooperativista, distribución de beneficios, practicas de comercio justo, etc.

Opciones de mercado:

En un principio la empresa considerará las opciones de desarrollo de producto y mercado siguientes:

- Cacao natural para mercados existentes (interno)
- Cacao natural orgánico certificado para mercados existentes (externo)
- Cacao natural orgánico certificado, con certificación del FLO y otras certificaciones (Rain Forest, Origen) para mercados existentes y nuevos (externo).

Sistema de información de mercado: Se establecerán los mecanismos necesarios para recoger información de mercado la misma que incluirá la calidad, la cantidad, el precio y los requisitos de servicio de los compradores. Esta información será analizada y los resultados comunicados al comité ejecutivo de la APROCA para luego comunicar esta información a todos los proveedores y proveedoras del producto.

Aliados estratégicos: A nivel nacional existen 2 mercados establecidos, por una parte los exportadores de cacao en grano (29 empresas registradas en ANECACAO) y por otra parte la industria de elaborados de cacao (5 empresas registradas en ANECACAO), adicionalmente existen pequeñas empresas que elaboran chocolate y otros procesados, y elaboradores artesanales de chocolates finos.

Identificación de potenciales clientes: El sistema de comercialización del Centro de Acopio establece la identificación de potenciales clientes a través de los siguientes medios:

Contactos Nacionales.

- Red de ANECACAO
- Aliados estratégicos como Maquita Cusinchi y la CORPEI

Contactos Internacionales:

- Participación en ferias de productos Biofach Alemania
- Futura creación de una pagina web.

Conceptos especiales que se utilizarán en la venta:

- El cuidado de la salud se fundamenta en el consumo de productos libres de químicos."
- "Vive sano, come sano"
- "Libre de químicos, libre de enfermedades"

La idea promocional de APROCA y su producto CACAO MANABA es darse a conocer a través de contactos que facilitaran la venta del producto y poder escoger la mejor oferta de precio

Medios de comunicación:

- Internet (ver en anexo proyecto de portal web www.cacaomanaba.com)
- Participación de ferias de alimentos, Red de contactos.
- Folletería y Aparición en revistas especializadas

Basándose en las siguiente ideas básicas:

- Exposición de imágenes del ciclo productivo, video o proyecciones; según las facilidades instaladas.
- Destacar la producción orgánica, como mensaje y compromiso con el la protección del ambiente.
- Imágenes destacando la acción social al mejoramiento de la calidad de vida de lo productores y productoras .
- Exhibición de los diferentes estadios del cacao desde la mazorca, la pepa en baba, la pepa fermentada.
- Prueba de corte y pepa seca para la comprobación del cumplimiento de los requerimientos del comprador.
- Exposición de usos e industrialización del cacao con fines informativos.
- Todos los mensaje estarán elaborados en los idiomas: Español, Inglés, Francés,

Fuerza de venta y estructura: El sistema de ventas será directo para cuyo efecto se encargará el Gerente. Sin embargo, podrá ser participe de contactos facilitados por ANECACAO y la CORPEI y proyectos como, PROLOCAL y MCCH. El proceso de convocatoria,

selección e inmersión será acompañado por un técnico experto. Pero, su relación directa será con la Directiva de la Asociación de Productores que se forme. El tipo de contrato a pactar será el de servicios profesionales por 24 meses. El sistema comercial de no ha previsto la concesión de descuentos que se dará a mayoristas ni a minoristas. Las condiciones de mercado de cacao en grano no habitúan incluir este tipo de concesiones. Los acuerdos comerciales que se pactarán con los clientes del Centro de Acopio serán:

- Puesta en puerta de fábrica del destino /cliente
- El Cliente cubre los costos de transportación.
- Pago inmediato, se acepta la entrega de cheques a la vista.
- El apoyo logístico en el despacho es responsabilidad del Centrote Acopio "APROCA de Caco"
- El apoyo logístico en el destino es responsabilidad del cliente.
- No existen regulaciones para los derechos de representación.

Suposiciones de venta: Las metas de ventas de cacao en grano propuesta para el Gerente Comercial del Centro de Acopio es de ventas facturadas y cobradas por:

Metas base de ventas

Producción mensual promedio 234 qq

Metas base anual 2810 qq.

8.- OPERACIONES

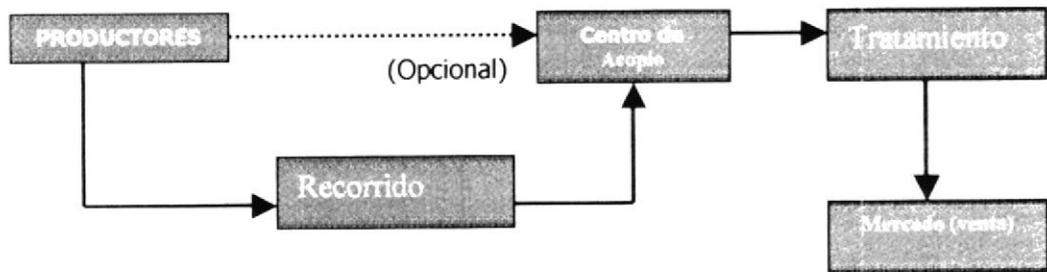
Las operaciones de comercialización de cacao en APROCA se ejecutan siguiendo los siguientes flujos del producto que va desde el campo hasta el puerto exportador.

ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACION EN APROCA

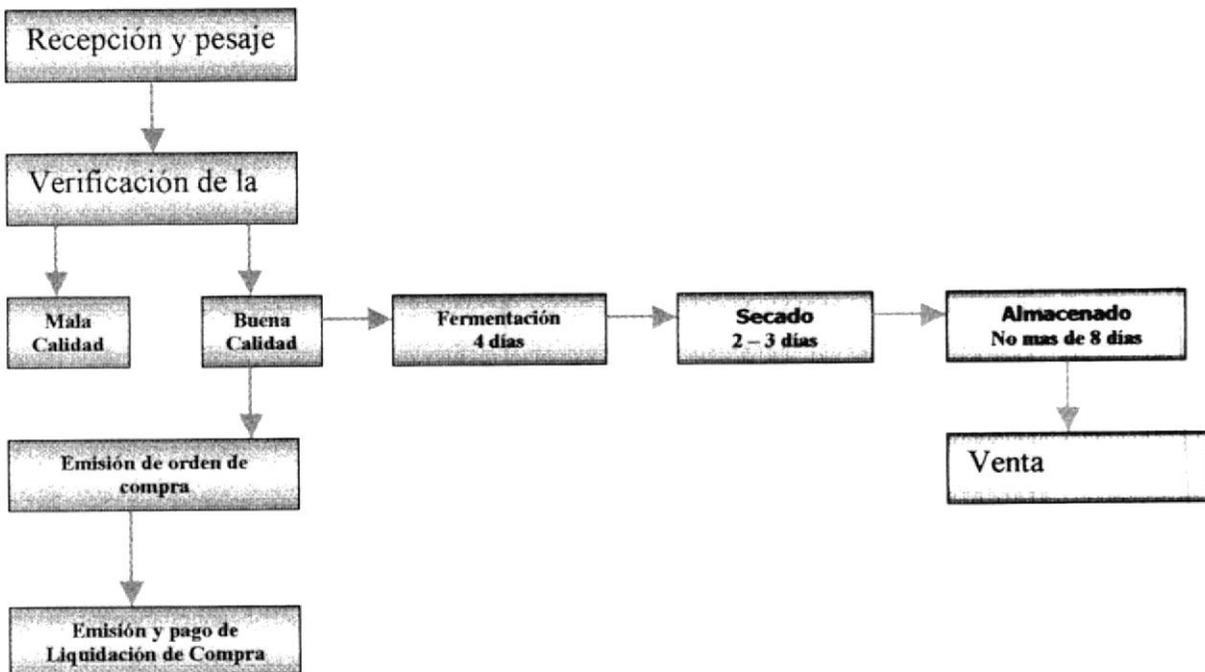
A continuación se observa el diagrama que explica como funciona el esquema de comercialización de cacao en APROCA.

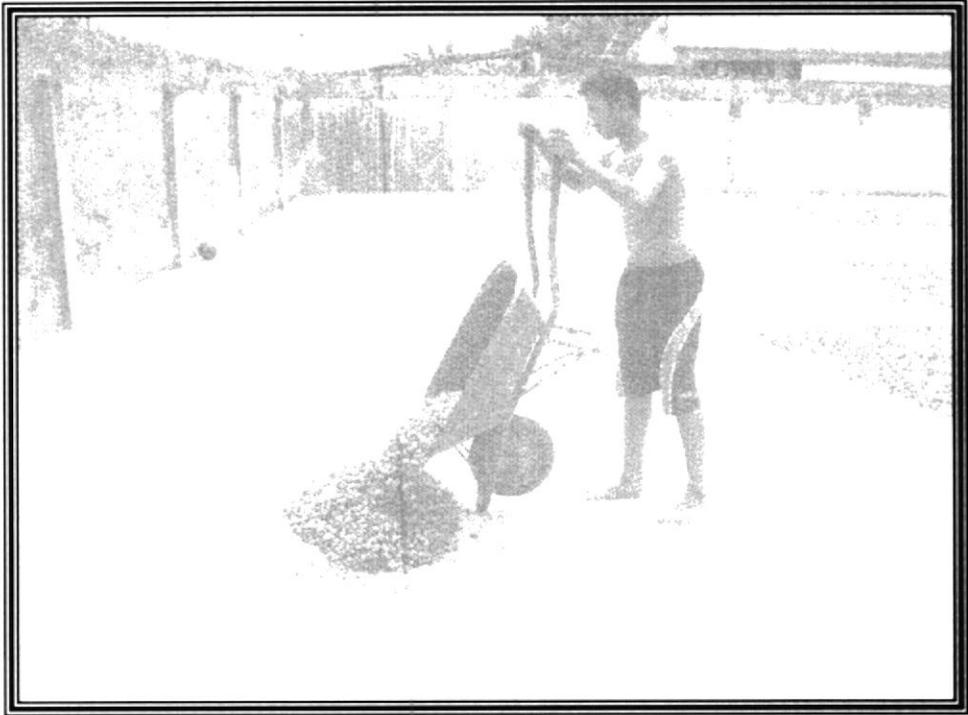
Gráfico No 1: Flujo grama del proceso de acopio

Flujo de la comercialización:



Flujo del proceso de compra:





PSTCOSECHA EN APROCA



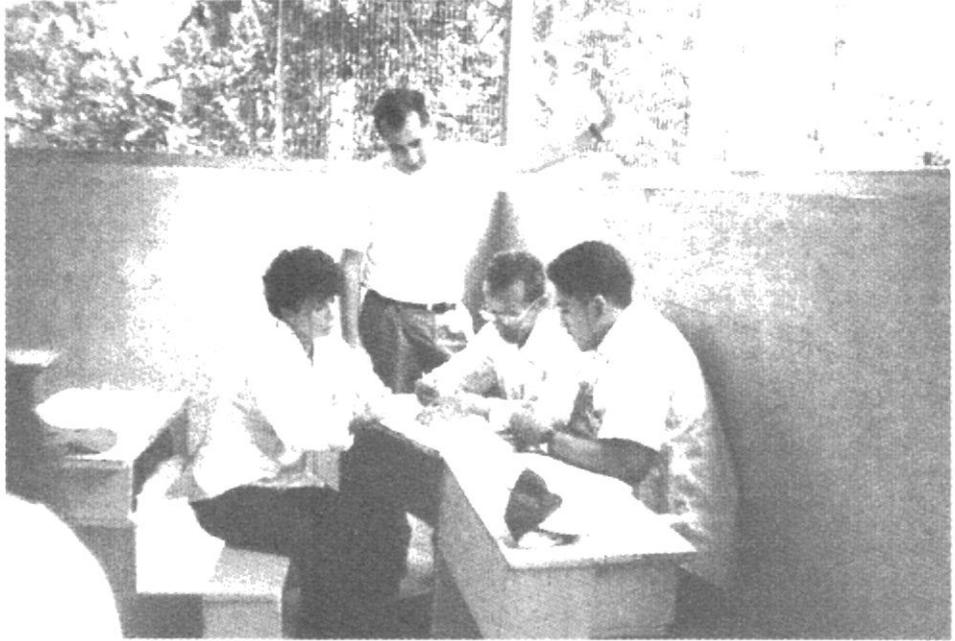
RECOLECCION DEL CACAO EN TENDAL



SECADO AL SOL DEL CACAO



ACOPIO DE CACAO

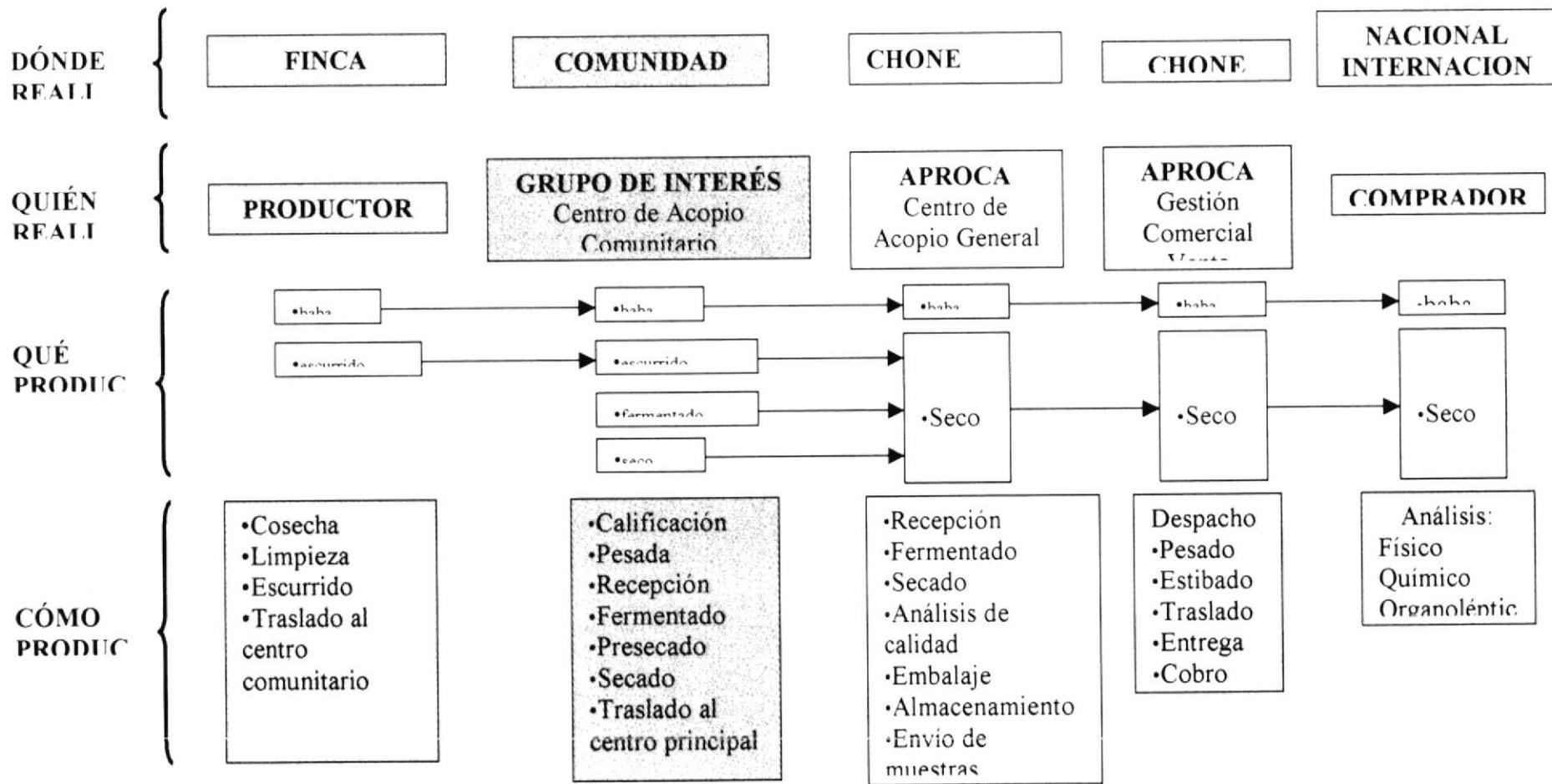


**TRABAJO SOCIORGANIZATIVO CON SOCIOS DE
APROCA**



Plan de Negocios para la comercialización de cacao fino de aroma en APROCA
 Cantones El Carmen, Chone y Flavio Alfaro provincia de Manabí.

APROCA: FLUJO DE RECORRIDO DEL CACAO CAMPAÑA 2006



En Chone: APROCA cuenta con 4 centros de acopio comunitarios donde se compra el cacao en baba a los / as socios / as y no socios / as de la organización, quienes habitan cerca de las comunidades donde se encuentran ubicados, hasta donde los / as productores / as transportan el producto. En estos sitios al momento de la compra se aplican controles de peso y calidad. En las comunidades donde no existen centros de acopio.

Todo el cacao acopiado es trasladado al Tendal ubicado a la entrada de la parroquia La Unión (distancias varían desde 20 Km. a 60Km). En el tendal se aplican las técnicas de poscosecha (fermentación por 3-5 días y secado al sol por 2 – 4 días).

Se anexan fotografías.

En Junín : El cacao de otras organizaciones de Junín deberá ser recopilado por el grupo de productores y productoras que ejecuten la gestión del proceso en APROCA. El producto es trasladado al tendal para realizar el tratamiento adecuado para asegurar la calidad requerida. (distancias varían desde 40 Km a 80Km). Los procesos de post cosecha son los mismos descritos anteriormente.

APROCA en Flavio Alfaro: Existen organizaciones que quieren participar de este sistema de comercialización:

- ECOCACAO Organización que cuenta con 75 socios / as con certificación orgánica y 50 socios / as productores convencionales; se encuentran ubicados en los límites de los cantones Chone y Junin y abarca 12 comunidades.
- Pre. Asociación de Productores / as de Cacao de Flavio Alfaro (APROCAR), que está siendo apoyada por CEFODI y cuenta actualmente con 100 socios / as.
- Comunidades de Junín: Canalón y La Alegría con 25 socios / as. Serían las comunidades que para este año se integrarían al proceso de comercialización que se lleva adelante.

Tendal de APROCA: Se cuenta con un tendal de 500m x 700m que fue donado por el CRD que sirve como tendal central. La capacidad instalada de este tendal permite procesar 900 qq de cacao en baba para procesarlo a cacao seco y prepararlo para el despacho a exportación que es ejecutada por otra empresa que junta volúmenes y exporta. Los equipos tecnológicos utilizados son: Fermentadores de madera, Palas de madera para revirar el producto, Pesas o romanas, Detectores de Humedad, Navajas para pruebas de corte, Equipos y tecnologías, Maquinas secadoras a gas, Maquinas selladoras de sacos.

Mano de Obra: Esta es mínimo y guarda estrecha relación con las temporadas altas desde julio a diciembre en el que se requiere de jornaleros que trabajan de lunes a sábado. Se contrata un tendalero auxiliar y un acopiador. Habitualmente el gerente y el contador ejecutan trabajos de acopio y ventas con el apoyo de un tendalero.

Método de despacho: Manual .- Se despacha el producto por vía terrestre haciendo uso de los servicios de transporte de carga disponibles en la zona. Cuando existe un pedido que supere las 20qq se fleta un vehículo o se comparte los costos de flete de un vehículo con otras asociaciones presentes en el sector.

Normas y condiciones físicas del área de tendales:

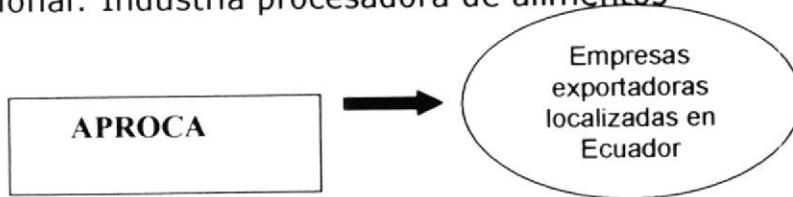
Cuidado permanente del mantenimiento del tendal, Aseo riguroso del tendal con abundante agua según cronogramas de producción.

- Los sacos son organizados por lotes siguiendo un control de inventario fifo, primero en entrar a secado / primero recogido.
- El tendal no debe estar al alcance de animales.
- El producto deberá ser expuesto en la mañana y recogido en la tarde
- Deben ser observadas las condiciones climáticas previamente a la exposición del producto en tendales para evitar efecto de las lluvias y el secado debe ser supervisado cada 2 horas.

Suministros y distribución:

Los canales de distribución del centro de Acopio "APROCA" serán:

Mercado Nacional: Industria procesadora de alimentos



En este caso, el Centro de Acopio vende de forma directa y el producto es despachado directamente al cliente, mismo que procesará la materia prima y transformará el producto poniéndolo al alcance del consumidor final en diversas presentaciones.

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Las ventas y distribución internacional se ejecutan a través de empresas comercializadoras y exportadoras reconocidas en el país, localizadas en la provincia del Guayas.

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

El método de despacho de será un sistema manual supervisado por el Gerente del Centro de Acopio como mecanismo de garantía del cumplimiento de calidad y peso correcto del producto.

SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN - MERCADO INTERNACIONAL



9.- PLAN TECNOLÓGICO

APROCA tiene como objetivo el mercado de productos orgánicos y el mercado justo para productos agrícolas. Razón por la cual se implementa tecnologías dirigidas hacia la obtención de dichos certificados:

Principios de agricultura orgánica

Principios de manejo de recursos naturales

Sistema de control preventivo de enfermedades

Sistema para el mejoramiento de volúmenes de producción.

Normativas requeridas para la obtención de certificados tal cual el Códigos de ética de la APROCA. Ver anexo.

La tecnología informática y el cyber espacio es un medio para llegar a los clientes en diversa partes del mundo . Es fundamental su utilización por ello se justifica la creación de un portal que fomentara el producto dándolo a conocer a potenciales compradores a nivel mundial. En la sección de venta se puede observar el portal de cacao manaba. La necesidad de equipos Necesidades de equipos (hardware) y software no es exigente. Sin embargo se requiere un equipo veloz con memoria suficiente que permita la ejecución de las tareas:

Rápida navegación en el cyber espacio, control de las cuentas y finanzas, mantenimiento de las bases de datos.

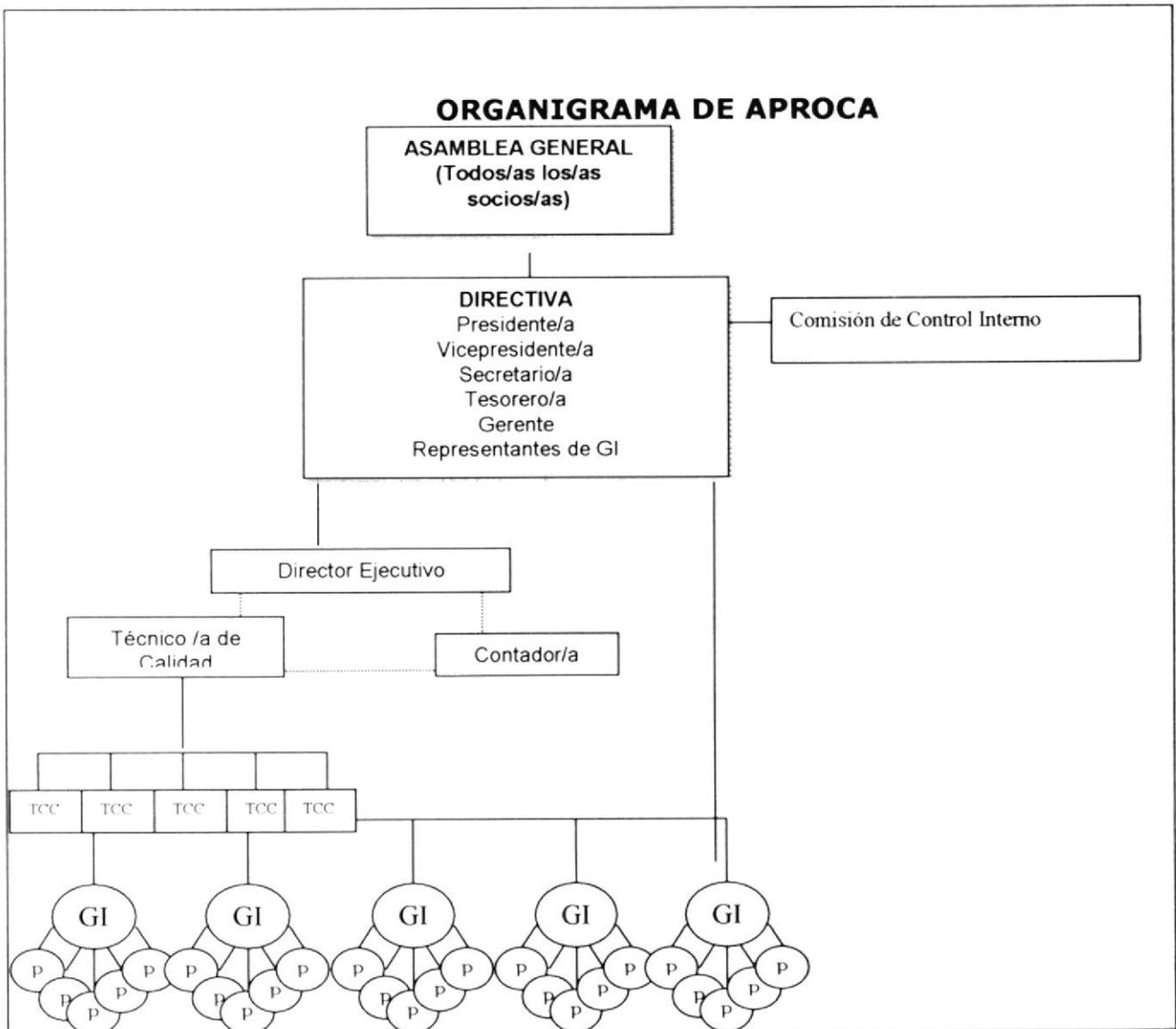
Las necesidades de telecomunicaciones son fuertes en APROCA debido a que ese es el medio para la coordinación entre clientes y proveedores.

10.- ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

ASAMBLEA DE APROCA: .- Está compuesta por todos los socios y las socias de la organización que se encuentran en estado activo de la organización. Ver en el Estatuto de APROCA mayores detalles.

DIRECTIVA DE APROCA:- En la cual se toman las decisiones de la marcha organizacional de la APROCA. Está presidida por el presidente de la organización y los respectivos miembros de la directiva.

DIRECTOR EJECUTIVO DE APROCA: Deberá ser un profesional que impulse el cumplimiento de las metas del sistema de comercialización solidaria y fomente el desarrollo socio organizativo.



11.- RELACIONES COMUNITARIAS Y RESPONSABILIDADES

Se procurará el bienestar de cada uno de sus socios y socias ocupando un rol importante en el desarrollo local con dos visiones:

- 1.- Impactos sociorganizativos, socioeconómicos y socio ambientales.
- 2.- Relaciones a mediano y largo plazo.

IMPACTOS SOCIORGANIZATIVOS:

- **Fortalecimiento sociorganizativo:** Promoviendo el desarrollo de las organizaciones rurales nacientes con visión de sostenibilidad.
- **Participación con equidad de género:** Garantizando la cuota del 40% de participación de mujeres en los espacios directivos APROCA.
- **La interculturalidad como oportunidad de desarrollo social:** Superando y tolerando diferencias y asumiendo los valores propios de los grupos participantes en la dinámica productiva y comercial.
- **Acceso a las oportunidades a personas con discapacidad física:** Facilitando el acceso y participación a las personas en condiciones de discapacidad física como un principio de APROCA .

IMPACTOS SOCIOECONOMICOS:

- Generación de puestos de empleo:** Creación de 126 puestos de trabajo directos y 130 indirectos.
- **Incremento de los ingresos de las familias participantes:** De \$150 dólares mensuales a \$250 con la comercialización asociativa.
- **Aceleramiento de la economía rural en la zona de influencia:** Incremento del 37% en la de circulación de capitales a reinvertir.

IMPACTO SOCIOAMBIENTAL:

- Aplicación de las normas para reducir el impacto ambiental:** Uso de insumos químicos permitidos en producción orgánica.
- Programa de renovación de cacaotales utilizando las variedades locales:** Variedades provenientes de la misma región.

12.- LOGROS Y PLAN DE ÉXITOS

Las metas a largo plazo de la APROCA se relacionan con el espíritu de compromiso con el desarrollo del sector rural del Ecuador.

Metas a 3 años :

- Contar con modelos replicables de gestión de comercio solidario
- Generar ingresos y el mejoramiento de la economía campesina.
- Generar 120 nuevos puestos de empleo rural

Metas a 5 años:

- Ser una asociación de productores de cacao solvente
- Ser reconocida como modelo eficiente de desarrollo comercial rural.
- Cuidar del medio ambiente y recursos naturales .
- Aportar al cuidado de la salud y la educación en el sector rural.

Metas a 10 años:

Ser líder en la provincia como empresa asociativa eficiente.

Poseer sucursales a lo largo de la costa ecuatoriana

Contribuir a la reducción de la pobreza en la zona de intervención con el aporte financiero para ejecución de programas de desarrollo integral de las familias campesinas.

- 1.- Programa de capacitación en técnicas agro ecológicas, sociorganizativo y comercialización agropecuaria.
- 2.- Apoyo al financiamiento de actividades educativas para niños y jóvenes de la localidad.
- 3.- Fomento de la salud preventiva en la zona de intervención.

13.- LAS FINANZAS

A continuación se presenta el estudio financiero de APROCA para efecto del presente plan de negocio el cual reporta indicadores financieros importantes:

Tasa interna de retorno: TIR 19.75 que se constituye en un proyecto económico interesante ante los ojos de los inversionistas.

Valor actual Neto VAN reporta \$235.591; que es una cifra positiva y atractiva para este tipo de negocios.

A continuación se incluyen los componentes de este estudio financiero:

Ingresos

Flujo de caja

Hojas de balances

Punto de equilibrio

Valor actual neto

Suposiciones

Uso de fondos

APROCA
CACAO MANABA
KM 5 1/2 VIA CHONE-FLAVIO ALFARO
Tel. 593+5+2613871 e-mail:cacaomanaba@mail.com

FLUJO DE EFECTIVO NETO

CONDICIONES NORMALES:

año 1-4 año 5-10

Incremento anual en ventas : 10% 6% (ver crecimiento en la ventas proyectadas)
 Incremento costos de produccion por efecto inflacionario : 4% 6% (ver crecimiento en la proyeccion de costos)

Rubros	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversiones fijas											
Tendal	-42,000										
Maquinarias	-5,530										
Muebles y enseres	-572										
Equipos de oficina	-1,240										
Capital de trabajo	-25,000										
Preoperativos	-7,058										
A) Ingresos Operacionales											
Ingresos por ventas de cacao		182,650	233,935	311,386	355,470	388,893	413,018	451,748	479,668	524,541	556,853
Total ingreso ventas		182,650	233,935	311,386	355,470	388,893	413,018	451,748	479,668	524,541	556,853
B) Egresos Operacionales											
Costos operativos		191,710	218,808	236,872	259,570	274,801	290,932	308,017	326,112	345,278	365,577
Depreciación		2,820	2,820	2,820	2,544						
Amortización de gastos preoperativos		706	706	706	706	706	706	706	706	706	706
Total egresos operacionales		195,236	222,334	240,398	262,820	278,051	294,182	311,267	329,362	348,528	368,827
C) Flujo Operacional (A-B)		-12,586	11,601	70,988	92,650	110,843	118,836	140,481	150,306	176,013	188,026
Reparto utilidades trabajadores (15%)		0	1,740	10,648	13,898	16,626	17,825	21,072	22,546	26,402	28,204
Ingresos antes de impuestos		-12,586	9,861	81,636	78,753	94,216	101,011	119,409	127,760	149,611	159,822
Impuestos (25%)		0	2,465	20,409	19,688	23,554	25,253	29,852	31,940	37,403	39,955
Ingreso neto		-12,586	7,396	102,045	59,065	70,662	75,758	89,557	95,820	112,208	119,866
Readición de depreciación		2,820									
D) Flujo Efectivo de las operaciones		-9,766	10,215	104,865	61,884	73,482	78,578	92,377	98,640	115,028	122,686
Recuperación capital de trabajo											25,000
Valor de salvamento neto											3,123
Flujo neto efectivo	-81,400.00	-9,060	10,215	104,865	61,884	73,482	78,578	92,377	98,640	115,028	150,810

APROCA
CACAO MANABA

Km 5 1/2 Via Chone-Flavio Alfaro, Manabi Tel. 593+2+613871 email: cacaomanaba@mail.com

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

año	CAPITAL	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO DE CAJA	Factor FVA	Tasa de Interes:		
					15%	20%		
0	- 81,400			- 81,400	1.0000	- 81,400	1.0000	- 81,400
1	-	182,650	191,710	- 9,060	0.8696	- 7,879	0.8333	- 7,550
2	-	233,935	215,808	18,126	0.7561	13,706	0.6944	12,588
3	-	311,386	236,872	74,514	0.6575	48,994	0.5787	43,121
4	-	355,470	259,570	95,900	0.5718	54,831	0.4823	46,248
5	-	388,893	274,801	114,092	0.4972	56,724	0.4019	45,851
6	-	413,018	290,932	122,086	0.4323	52,781	0.3349	40,886
7	-	451,748	308,017	143,731	0.3759	54,034	0.2791	40,113
8	-	479,668	326,112	153,556	0.3269	50,198	0.2326	35,712
9	-	524,541	345,278	179,263	0.2843	50,958	0.1938	34,742
10	-	556,853	365,577	191,276	0.2472	47,280	0.1615	30,892
	- 81,400	3,898,162	2,814,678	1,002,084		201,700		10,630

$$FVA = \frac{1}{(1+i)^N}$$

$$\frac{201700}{X} = \frac{10630}{5 - X}$$

$$X = \frac{1,008,500}{212330} = 4.75$$

$$TIR = 4.75 + 15 = 19.75$$

**APROCA
CACAO MANABA**

Km 5 1/2 Via Chone-Flavio Alfaro, Manabi Tel. 593+2+613871 email: cacaomanaba@mail.com

CALCULO DEL VAN

AÑO	CAPITAL	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	REBAJAS		BASE IMPONIBLE	25%	FLUJO DESPUES DE IMPUESTO	FVA (15%)	FCD
					INTERES	AMORTIZACION		IMPUESTO RENTA			
0	- 81,400			- 81,400					- 81,400	1.0000	- 81,400
1	-	182,650	191,710	- 9,060	0	2,820	- 11,880	-	- 9,060	0.8696	- 7,879
2	-	233,935	215,808	18,126	0	2,820	15,307	3,827	14,300	0.7561	10,813
3	-	311,386	236,872	74,514	0	2,820	71,694	17,923	56,590	0.6575	37,209
4	-	355,470	259,570	95,900	0	2,544	93,356	23,339	72,561	0.5718	41,487
5	-	388,893	274,801	114,092	0	2,544	111,548	27,887	86,205	0.4972	42,859
6	-	413,018	290,932	122,086	0	2,544	119,542	29,885	92,200	0.4323	39,861
7	-	451,748	308,017	143,731	0	2,544	141,187	35,297	108,434	0.3759	40,764
8	-	479,668	326,112	153,556	0	2,544	151,012	37,753	115,803	0.3269	37,856
9	-	524,541	345,278	179,263	0	2,544	176,719	44,180	135,083	0.2843	38,399
10	-	556,853	365,577	191,276	0	2,544	188,732	47,183	144,093	0.2472	35,618
		3,898,162	2,814,678	1,002,084	0	26,269	975,815	267,274	734,810		235,588

VAN = 235,588

CONCLUSIONES :

Mediante el presente estudio se presenta con alta factibilidad el plan de negocio para la comercialización de cacao fino de aroma para APROCA, en el se han logrado conjugar factores técnicos, sociales , ambientales y financieros que hacen de esta propuesta una herramienta valiosa para su implementación y futuro empresarial exitoso que beneficiará a las familias rurales de Manabí.

Después de haber realizado las investigaciones necesarias manifiesto mi total convencimiento de la necesidad de invertir en la producción rural con el fin de la revalorización de la actividad productiva, generar procesos de desarrollo local en el campo manabita.

Los fenómenos de migración están afectando la fuerza de trabajo agrícola y uno de los factores radica en la dependencia del productor al prestamista y al intermediario que han creado verdaderos sistemas comerciales exitosos sin hacer un pago justo a los / las productores.

- 1.- Procurar sujetarse al nivel de las inversiones incluidas en la propuesta.
- 2- Trabajar por asegurar el acopio del producto
- 3.- Invertir en el mejoramiento de los niveles de producción de cacao fino de aroma tipo nacional.
- 4.- Mantener las reglas claras a lo largo del proceso de comercialización
- 5.- Tener una política de apertura y comunicación con los socios y socias productores de cacao.
- 6.- Implementar correctivos y ajustes inmediatos frente a situaciones imprevistas.

Ing. Johnny S. Villafuerte H.
Estudiante
Diplomado Administración Empresarial

APROCA
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CACAO
 Km. 5 1/2 Via Chone-Flavio Alfaro, Manabi
 Tel. 593+5+2613871 e-mail:cacaomanaba@mail.com

INVERSIONES

CODIGO	DETALLE	CANT.	VALOR	DURACION AÑOS	PROVEDOR
inv. Inm	Inmuebles	Global	\$ 42,000.00	20	Construcciin Ardi Tel. 2612503
inv.mue	Maquinaria y equipos	Global	\$ 5,530.00	10	Comercial Bedoya - Chone Tel 2934552
inv.mue	Muebles y enseres de oficina	Global	\$ 572.00	10	Muebles Stylus - Portoviejo Tel 2620390
equ-ofic	Equipos de oficina	Global	\$ 1,240.00	3	Risc, Chone Tel 2613450
cap	Capital operativo para comercialización	Global	\$ 25,000.00	3	Financiadores
pre.ope	Total gastos constitucion	Global	\$ 7,058.00	10	CBS OKI , NATURIS, tramites varios
Total inversiones			\$ 81,400.00		

APROCA
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CACAO
Km. 5 1/2 Via Chone-Flavio Alfaro, Manabi
Tel. 593+5+2613871 e-mail:cacaomanaba@mail.com

PLAN DE INVERSIONES FIJAS

Codigo	Descripción	Cant.	Precio Unitario	Precio Total	Duración en años	Proveedor
Inv.inm.01.	Inmuebles					
Inv.inm.01.01	Tendal 400m. x 500m.	1	42000	\$ 42,000.00	20	Construcción Ardi Tel. 2612503
	Total Inmuebles			\$ 42,000.00		
Inv.mue.01	Maquinaria y equipos					
Inv.mue.01.01	Secadora artificial de cacao e instalación	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00	10	Comerc. Bedoya - Chone Tel 2934552
Inv.mue.01.02	Maquina seleccionadora de cacao e instalación	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00	10	Comerc. Bedoya - Chone Tel 2934552
Inv.mue.01.03	Maquina selladora de sacos	2	\$ 180.00	\$ 360.00	10	Comerc. Bedoya - Chone Tel 2934552
Inv.mue.01.04	Balanza con plataforma	2	\$ 450.00	\$ 900.00	10	Comerc. Bedoya - Chone Tel 2934552
Inv.mue.01.05	Medidor de humedad	1	\$ 70.00	\$ 70.00	10	Comerc. Bedoya - Chone Tel 2934552
	Total maquinarias			\$ 5,530.00		
Inv.mue.02.	Muebles y enseres de oficina					
Inv.mue.02.01	Escritorios ejecutivo sencillo	2	\$ 80.00	\$ 160.00	10	Muebles Stylus - Portov. Tel 2620390
Inv.mue.02.02	Sillas metalicas / tipo espera.	6	\$ 12.00	\$ 72.00	10	Muebles Stylus - Portov. Tel 2620390
Inv.mue.02.03	Mesa de reuniones y 8 sillas	1	\$ 340.00	\$ 340.00	10	Muebles Stylus - Portov. Tel 2620390
	Total muebles y enseres			\$ 572.00		
Equ-ofic.01.	Equipos de oficina					
Equ-ofic.01.01	Telefono convencional	1	\$ 40.00	\$ 40.00	3	Risc, Chone Tel 2613450
Equ-ofic.01.02	Computadora Clon / impresora matri. Epson Lx	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	3	Risc, Chone Tel 2613450
	Total equipos de oficina			\$ 1,240.00		
Total inversiones bienes muebles e inmuebles				\$ 49,342.00		

APROCA
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CACAO
Km. 5 1/2 Via Chone-Flavio Alfaro, Manabi
Tel. 593+5+2613871 e-mail:cacaomanaba@mail.com

FONDO DE COMERCIALIZACION				
Codigo	Descripción	Cantida	Fondo	Precio Total
CAP	Capital operativo para comercialización	global	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
	Total capital operativo			\$ 25,000.00

APROCA
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CACAO
 Km. 5 1/2 Via Chone-Flavio Alfaro, Manabi
 Tel. 593+5+2613871 e-mail:cacaomanaba@mail.com

GASTOS PRE OPERATIVOS

Codigo	Descripción	Cantidad	Valor	Precio Total	Duración años	Proveedor / Institución
Pre.ope.01.01	Gastos de constitución y organización					
Pre.ope.01.01.01	Preparación de Estatutos	1	\$ 400.00	\$ 400.00	10	Reuniones de socialización
Pre.ope.01.01.02	Inscripción Ministerio de bienestar social	1	\$ 40.00	\$ 40.00	10	Tramites
Pre.ope.01.01.03	Registro Unico de contribuyentes	1	\$ 40.00	\$ 40.00	10	Tramites
Pre.ope.01.01.04	Numero patronal del IESS	1	\$ 30.00	\$ 30.00	10	Tramites
Pre.ope.01.01.05	Impuestos bomberos, municipales, etc	1	\$ 45.00	\$ 48.00	10	Municipio de Chone / Bomberos Chone
	Total gastos constitucion			\$ 558.00		
Pre.ope.01.02.	Estudios y certificaciones					
Pre.ope.01.02.02.	Certificación orgánica	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	10	CBS OKO
Pre.ope.01.02.03.	Estudio de mercado de cacao	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	10	NATURIS
	Total estudios y certificaciones			\$ 6,500.00		
	Total inversiones			\$ 7,058.00		

