



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Implementación de un sistema de comercialización de café para la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” de la parroquia El Airo del cantón Espíndola para el año 2011.”

Trabajo de fin de carrera

AUTORES: *Merino Salazar Lady Diana.*

Girón Rosillo José Luis.

DIRECTORA: Ing. Landacay Torres Mireya del Cisne

Centro universitario Cariamanga- Ecuador

2012

Ingeniera:

Mireya del Cisne Landacay Torres

DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo, denominado: **IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN “MERCEDES DE JESÚS MOLINA” DE LA PARROQUIA EL AIRO DEL CANTÓN ESPÍNDOLA PARA EL AÑO 2011**, realizado por los profesionales en formación: **Merino Salazar Lady Diana y Girón Rosillo José Luis**; cumplen con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Junio de 2012

(f):

Cl:

CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotros: José Luis Girón Rosillo y Lady Diana Merino Salazar, declaramos ser autores del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja, y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos de tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

.....

Merino Salazar Lady Diana

1104143340

.....

Girón Rosillo José Luis

1104741408

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de fin de carrera son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

.....

Merino Salazar Lady Diana

.....

Girón Rosillo José Luis

DEDICATORIA

Me llena de mucha satisfacción culminar este trabajo que en gran parte les debo a personas que son muy importantes en mi vida, por eso quiero dedicar mi esfuerzo primero a Dios por regalarme la existencia, a mi esposo que me supo guiar con su sabiduría, inteligencia, comprensión y ayuda incondicional, a mi madre por su apoyo y sacrificio durante mis estudios, a mi familia, amigos y a mi mayor inspiración que es mi hija Milagritos.

Lady Diana Merino Salazar

Con el alma llena de satisfacción quiero dedicar el presente proyecto de investigación de manera muy especial a Dios y a la Virgen, quienes me han guiado por el sendero del bien, a mis padres por brindarme sus sabios consejos, a mis hermanos por apoyarme en todo momento, motivos que me han permitido alcanzar mi anhelado objetivo

José Luis Girón Rosillo

AGRADECIMIENTO

Eterno y sincero agradecimiento a nuestro Dios por darnos salud, inteligencia y quien es nuestra razón de ser.

Gratitud a nuestra directora de tesis Ing. Mireya del Cisne Landacay Torres por brindarnos su tiempo y conocimientos siendo un pilar fundamental en el desarrollo del presente trabajo.

Con todo aprecio agradecer a los directivos de la Universidad Técnica Particular de Loja “Extensión Cariamanga” y a todos quienes directa o indirectamente estuvieron involucrados en el progreso de este trabajo, así mismo a los socios y presidentes de la asociación “Mercedes de Jesús Molina” ya que nos brindaron su confianza para incluirnos en el proceso de mejoramiento y crecimiento de dicha institución.

LOS AUTORES

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	II
CESIÓN DE DERECHOS	III
AUTORÍA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
RESUMEN EJECUTIVO	X
INTRODUCCIÓN	XI
CAPÍTULO I	
1. GENERALIDADES	1
1.1. Identificación de la asociación “Mercedes de Jesús Molina”	1
1.2. Reseña histórica	1
1.3. Descripción de la asociación “Mercedes de Jesús Molina”	3
1.3.1. Misión	3
1.3.2. Visión	3
1.3.3. Objetivos	3
1.3.4. Valores organizativos	4
1.3.5. Filosofía	5
1.4. Organigrama estructural	5
1.5. Cobertura y localización	6
CAPITULO II	
2. PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN LA PARROQUIA EL AIRO	8
2.1. Cultivo del café	8
2.1.1. Plagas	10
2.1.2. Enfermedades	11
2.2. Origen y clasificación del café	11
2.2.1. Origen	11
2.2.2. Clasificación del café	12
2.3. Consumo del café	13
2.5. Zonas de producción	13
2.6. Importancia del café en el crecimiento económico	15

2.7.	Exportación del café	15
CAPÍTULO III		
3.	SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN.	18
3.1.	Estudio de mercado	18
3.1.1.	Metodología	18
3.2.	Análisis de resultados	19
3.3.	Marketing	28
3.3.1.	Producto	28
3.3.2.	Logotipo	29
3.3.3.	Empaque	29
3.3.4.	Precio	30
3.3.5.	Plaza	31
3.3.5.1.	Canales de comercialización	31
3.3.6.	Competencia	33
3.3.7.	Clientes	34
3.3.8.	Publicidad	34
3.3.9.	Estrategia de marketing y ventas	35
3.4.	Estudio técnico	36
3.4.1.	Capacidad instalada	36
3.4.2.	Localización del proyecto	36
3.4.3.	Macro localización	37
3.4.4.	Micro localización	38
3.4.4.1.	Recurso humano requerido	38
3.4.4.2.	Manual de funciones	38
3.5.	Estudio económico financiero	41
3.5.1.	Inversión	41
3.5.1.1.	Presupuestos sueldos y salarios	42
3.5.1.2.	Presupuesto publicidad y propaganda	44
3.5.2.	Activos fijos	44
3.5.3.	Activos diferidos	46
3.5.4.	Financiamiento	47
3.5.5.	Costos y gastos	48
3.5.6.	Ingresos	50
3.5.7.	Estado de pérdidas y ganancias	51

3.5.8. Flujo de efectivo	52
3.6. Evaluación Financiera	53
3.6.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	53
3.6.2. Valor actual neto (VAN)	53
3.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)	55
3.6.4. Relación costo- beneficio	56
3.6.5. Punto de equilibrio	57
3.6.6. Periodo de recuperación	59
3.7. Implementación y evaluación del sistema de comercialización	61
3.7.1. Cronograma	61
3.7.2. Evaluación	62
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	63
5. BIBLIOGRAFÍA.	68
6. ANEXOS.	69

RESUMEN EJECUTIVO

La parroquia El Airo del cantón Espíndola se ha caracterizado por sus suelos fértiles y hombres trabajadores dedicados en su mayoría a la agricultura, formando así, la Asociación de trabajadores autónomos “Mercedes de Jesús Molina” la cuál se dedica a la producción y comercialización de café, la existencia de estas asociaciones le resulta ventajoso para la economía del Ecuador.

La problemática que se aborda en esta investigación, está relacionada con el deficiente proceso de comercialización de café que dispone la mencionada asociación, lo que no permite a los pequeños productores de café de la asociación obtener un rendimiento real de su actividad muy sacrificada, por lo tanto la presente investigación tiene como objetivo implementar un sistema de comercialización para la asociación “Mercedes de Jesús Molina” que permita vender el café directamente a los compradores mayoristas, eliminando los intermediarios y la comercialización tradicional asegurando un mercado más estable y convincente, además se debe destacar que el presente proyecto de tesis no solo busca mejorar el sistema interno de la Asociación si no posicionarla en mercados privilegiados dentro y fuera de la provincia.

INTRODUCCIÓN

El Airo posee un clima templado, la temperatura promedio es de 21°C. Se encuentra a una altitud que oscila entre 1600 m.s.n.m. y 2500 m.s.n.m., presentando condiciones favorables para el cultivo de café con una calidad reconocida a nivel nacional.

La parroquia está conformada por cuatro barrios, como es El Laurel, La Huaca, El Tambo, y El Batán siendo el lugar donde se ubica la Asociación Mercedes de Jesús Molina, la misma que integra a trabajadores como socios de la organización con la finalidad de buscar nuevos mercados más justos para sus miembros.

Visible es la situación que ha venido sucediendo con la producción y comercialización de café en Ecuador, especialmente en el Airo; incluso se observa que solo unos cuantos se benefician de esta actividad, y no son exactamente los pequeños productores de café.

Es por eso que el tema desarrollado en esta tesis se centra en la implementación de un sistema de comercialización de café en la Asociación “Mercedes de Jesús Molina”, el mismo que permita a los campesinos obtener un ingreso digno que cubra los gastos realizados en la producción del café.

De tal manera se puede decir que este sistema de comercialización constituye una alternativa para la compra – venta del café, que difiere del comercio tradicional y que puede ser factible para mejorar la situación económica del caficultor asociado.

Considerando el problema existente, la implementación del nuevo sistema de comercialización de café tiene como objeto establecer una metodología, que una vez aplicada y tomando en cuenta la cultura organizativa del caficultor y sus necesidades en el proceso de comercialización, permita al productor aprovechar los beneficios verdaderos de sus cultivos.

Para llegar a conocer más a fondo la problemática de la comercialización, se procedió a realizar un estudio de campo una vez culminado, se realizó el análisis e interpretación de los datos en donde se pudo identificar aquellos aspectos que son necesarios cambiarlos para mejorar el sistema de comercialización que actualmente utilizaban los socios de la asociación.

Además, se conoció cuán importante es la comercialización que evita la mayor cantidad de intermediarios, y sobre todo tener un lugar adecuado para realizar todas las operaciones que demanda la comercialización del café en todos sus aspectos tanto logísticos como operativos.

La presente investigación está compuesta por tres capítulos que son de mucha importancia ya que van acorde al objetivo planteado para el presente proyecto.

El capítulo 1 hace referencia a la institución como lo es “Mercedes de Jesús Molina” La reseña histórica que es importante para conocer su constitución entre otras cosas, resalta también su misión, visión y objetivos.

En el capítulo 2 se presenta todo lo referente a la producción del café, en la parroquia El Airo, sus orígenes la relación e importancia y el impacto económico de este producto en la economía del país así como también de la provincia de Loja y del cantón Espíndola, la utilización del café y las diversas zonas de producción.

El capítulo 3 exterioriza lo concerniente al sistema de comercialización, para lo cual se procedió a recopilar información mediante la técnica de la encuesta, posteriormente el estudio técnico, en el que se elabora los canales de comercialización, así mismo se basa en un plan de marketing elaborado cuidadosamente para facilitar la comercialización del producto, relacionando precio, producto, competencia, plaza y publicidad. Dentro del mismo capítulo tenemos el estudio económico señalando así la inversión, la estructuración de los costos, el flujo de caja, el balance y la evaluación financiera que consta del VAN, TIR, costo-beneficio y tiempo de recuperación, para concluir este capítulo se presenta el cronograma, y evaluación del sistema de comercialización.

Finalmente se elaboró las conclusiones que permiten sintetizar los aspectos que sobresalen en el presente trabajo, y las recomendaciones que servirán como pilar para los involucrados en la asociación a la hora de poner en marcha dicho proyecto.

CAPÍTULO I

ASOCIACIÓN

“MERCEDES DE JESÚS MOLINA”

1. GENERALIDADES

1.1. Identificación de la asociación

La Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina” es una organización campesina que agrupa a la población productora de café de la parroquia El Airo en el cantón Espíndola, provincia de Loja.

Dicha organización, tiene como principal función agrupar a los productores y comercializadores de café de la zona, con la finalidad de obtener mejores resultados económicos para sus miembros.

Como asociación campesina, ha sido necesario mantener una estructura organizacional que permita delegar responsabilidades y tareas a los miembros, y así comprometer un trabajo en equipo con filosofía de participación activa de sus integrantes.

1.2. Reseña Histórica¹

El cantón Espíndola y específicamente la parroquia El Airo se ha caracterizado por ser una zona productora de café, producción que lamentablemente no ha sido aprovechada en su totalidad por el ineficiente sistema de comercialización que en la actualidad existe.

La escasa organización y visión de los productores de café de El Airo, son factores que afectan negativamente al proceso de comercialización del producto agrícola y así se minimiza la oportunidad de recibir el apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales en la localidad, tomando en cuenta esta situación, y la necesidad de estar unidos para hacer frente a los grandes retos que se les presentan en la actualidad a los agricultores , los mismos que tienen que ver con mejorar la productividad y así poder entrar con el producto a los mercados exigentes.

¹ Acta constitutiva de la Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina” Reseña Histórica (2005), pág 2.

En vista de eso se procede en el barrio El Batan, jurisdicción de la parroquia El Afro, cantón Espíndola provincia de Loja , a los diez y siete días del mes de abril de 1999, en el local de la casa comunal y previo aviso, se reúnen en asamblea general los habitantes del barrio con el objeto de constituir una Asociación de Trabajadores Autónomos la misma que les permita desarrollarse personalmente y como grupo, en la misma reunión se denomina a la entidad con el nombre de “Mercedes de Jesús Molina”.

A esta convocatoria asistieron los señores Juan Cordero, Rosalbina Cordero, José Cordero, Febres Cumbícus, María Flores, Lorenzo Jiménez, Marina Jiménez, Marta Jiménez, Antonio Jiménez, Gabriel Jiménez, Domingo Jiménez, Bélgica Jiménez, Tenisto Reyes, Sergio Reyes, Servio Reyes, los mismos que proceden a elegir como presidente de la asamblea al señor Segundo Gabriel Jiménez Torres, y como secretario al Sr. Servio Reyes, quienes encontrándose presentes aceptan la designación de sus cargos.

Además dicha sesión cuenta con la presencia de los funcionarios de la “Unión Cantonal de Organizaciones Campesinas y Populares de Espíndola” UCOCPE, quienes explican a los asistentes las distintas etapas que comprenden la organización de una asociación de esta índole.

Los requisitos que deben llenar el directorio provisional para la aprobación de los estatutos, así como la importancia que tendría la organización como asociación de trabajadores autónomos en la zona.

En la misma asamblea llevada a cabo resolvieron discutir y aprobar en tres sesiones distintas el proyecto de estatutos, que debería ser elaborado por el directorio provisional para someterlo a consideración del ministerio para la respectiva aprobación.

Habiendo cumplido la organización con los requisitos correspondiente el Ministerio de Bienestar Social procede con fecha 30 de noviembre del 2000 a concederles la

personería jurídica con el Acuerdo Ministerial No.1667, como Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina”

1.3. Descripción de la Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina”²

1.3.1. Misión

La Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina” del barrio El Batán, estará al servicio de sus socios, hombres y mujeres dedicados a la producción de café, y más productos alternativos que se dan en el sector, facilitando su respectiva comercialización en los mercados nacionales e internacionales generando valor agregado a los mismos a través de alianzas estratégicas con organizaciones, federaciones afines al café, que permita capacitar a sus socios y de esta manera apoyar las iniciativas y aspiraciones de los miembros de la asociación teniendo siempre en cuenta las normas orgánicas para conservar el medio ambiente.

1.3.2. Visión

En el año 2018 la asociación de trabajadores autónomos “Mercedes de Jesús Molina” del barrio El Batán será una asociación fortalecida consolidada y sostenible, que promueva la producción, comercialización de café y más productos alternativos de la zona, estableciendo alianzas estratégicas para mejorar la calidad de la producción asociativa y su respectiva comercialización mejorando de esta manera la calidad de vida de sus socios y vinculados.

1.3.3. Objetivos

❖ Objetivo General

² Acta constitutiva de la Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina” Reseña Histórica (2005).pag.4

Fortalecer el proceso productivo del café con orientación agroecológica y promover acciones conjuntas en cada uno de sus socios/as para mejorar la comercialización asociativa con visión empresarial

❖ **Objetivos Específicos**

- Mejorar el proceso productivo de café de acuerdo a las normas de protección del medio ambiente.
- Desarrollar sistemas de producción de café que permitan obtener un producto de calidad.
- Establecer canales de comercialización de café que permitan obtener mejores precios para sus socios.
- Incentivar a las familias de la zona a la producción asociativa de café orgánico.

1.3.4. Valores organizativos

Según consta en la reseña histórica de la asociación, se han establecido los valores organizacionales considerando el ámbito empresarial así como también el ámbito personal tomando en cuenta siempre que sean la base de la sostenibilidad en el presente y futuro de la asociación.

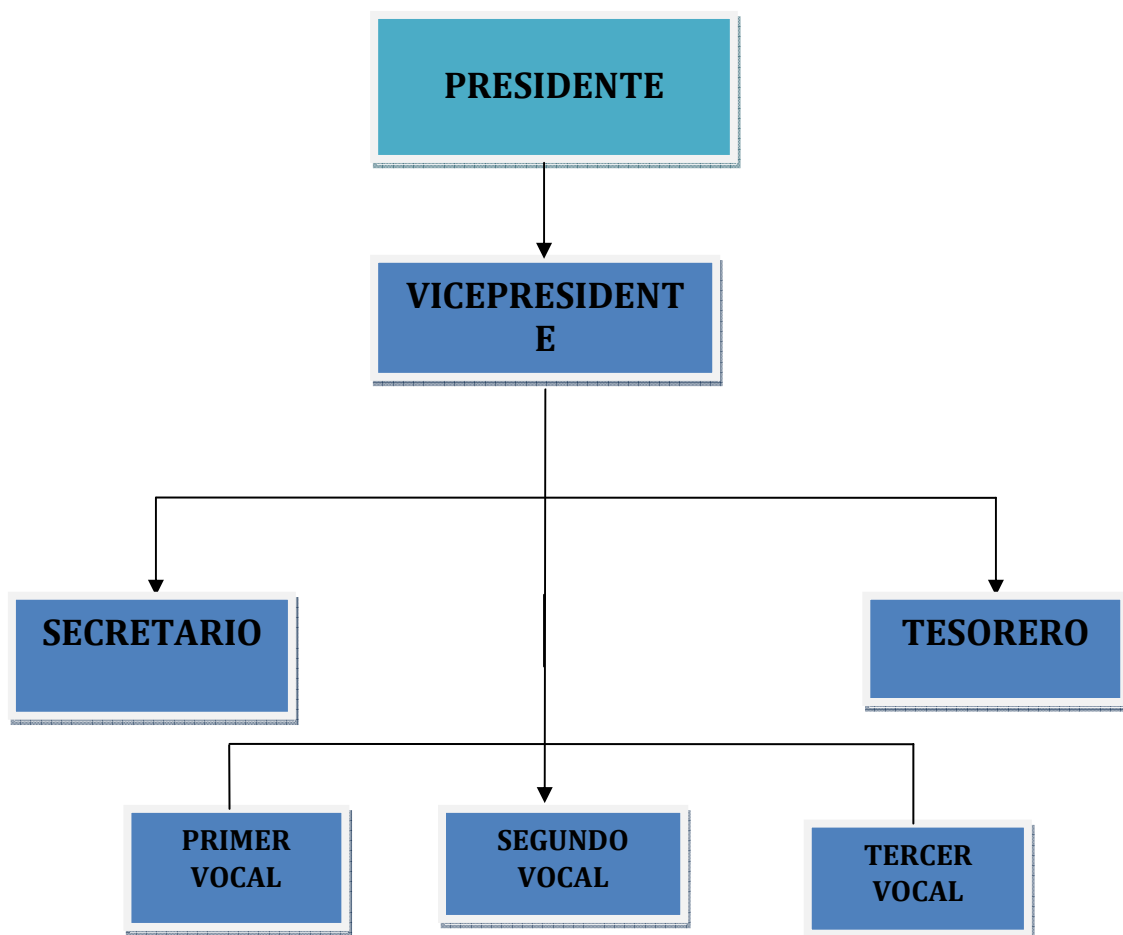
- Productividad
- Creatividad e Innovación
- Trabajo en equipo
- Integración
- Entusiasmo
- Ética
- Solidaridad
- Responsabilidad Social
- Confianza.

1.3.5. Filosofía

La Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina” tiene como filosofía institucional trabajar por una agricultura orgánica sostenible que vaya en beneficio de sus socios y con un sentido de protección al medio ambiente como base principal para la vida.

1.4. Organigrama estructural.

GRÁFICO # 1
ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS
“MERCEDES DE JESÚS MOLINA”



Fuente: Acta constitutiva de la Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina”

Elaborado por: José Girón y Lady Merino

1.5. Cobertura y Localización

La Asociación de Trabajadores Autónomos “Mercedes de Jesús Molina” cubre toda la zona de El Airo, esta entidad agrupa socios de diferentes barrios de la parroquia El Airo, la organización campesina pretende canalizar los recursos y producción de los socios y así fomentar el desarrollo equitativo de los caficultores.

Gráfico # 2

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA



Fuente: CANTON_ESPÍNDOLA

Elaboración: Lady Merino y José Girón

CAPÍTULO II

PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN LA PARROQUIA
EL AIRO

2. PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN LA PARROQUIA EL AIRO.

2.1. Cultivo del café.

El café



Fuente: café_imagenes.com

El café atraviesa un largo ciclo desde su siembra hasta su cosecha, y puede resumirse en las siguientes etapas: en la primera fase las semillas son seleccionadas de la planta de café y luego puestas sobre la tierra para que germinen durante mes y medio, solo las mejores plántulas son colocadas una por una sobre fundas de tierra , estiércol y fertilizantes hasta que estén listas durante un lapso de seis meses hasta que estén listas para pasar a la segunda fase que es el trasplante en la huerta durante la época de lluvias (Enero-Marzo). Se retira la envoltura plástica, se le aplica riego, fertilizantes, se deshierba la huerta y se establece un sistema de sombra con varias especies de árboles, especialmente nativos. Los cafetos crecen y después de aproximadamente dos años y medio empiezan a producir.³

Las características deseables de los cafetales para la selección de semillas son:

- Amplia adaptación a las diferentes zonas agroecológicas
- Elevada producción por planta
- Altura baja o mediana

³ *Plan de desarrollo de la parroquia El Airo 2005- 2015* pág. 8.

- Resistencia a plagas y enfermedades
- Reducido índice de frutos vanos
- Tamaño uniforme de granos

En el cultivo del café, la regulación de la sombra constituye una actividad vital, ya que el cafetal con sombra moderada produce más que el expuesto al sol. Además la sombra, o mejor dicho los arboles que la proporcionan, contribuyen a la biodiversidad, ya que atraen aves migratorias.

Los arboles ideales para asociarse con el café son los pertenecientes a las leguminosas como son el guabo y el porotillo, entre otras. Esta familia de plantas tiene como características que se asocian con bacterias fijadoras de nitrógeno y justamente el 50% de la productividad del cafetal depende de la cantidad de nitrógeno que pueda aprovechar del suelo, una planta de café produce 450g que equivale a cuarenta tazas de café.

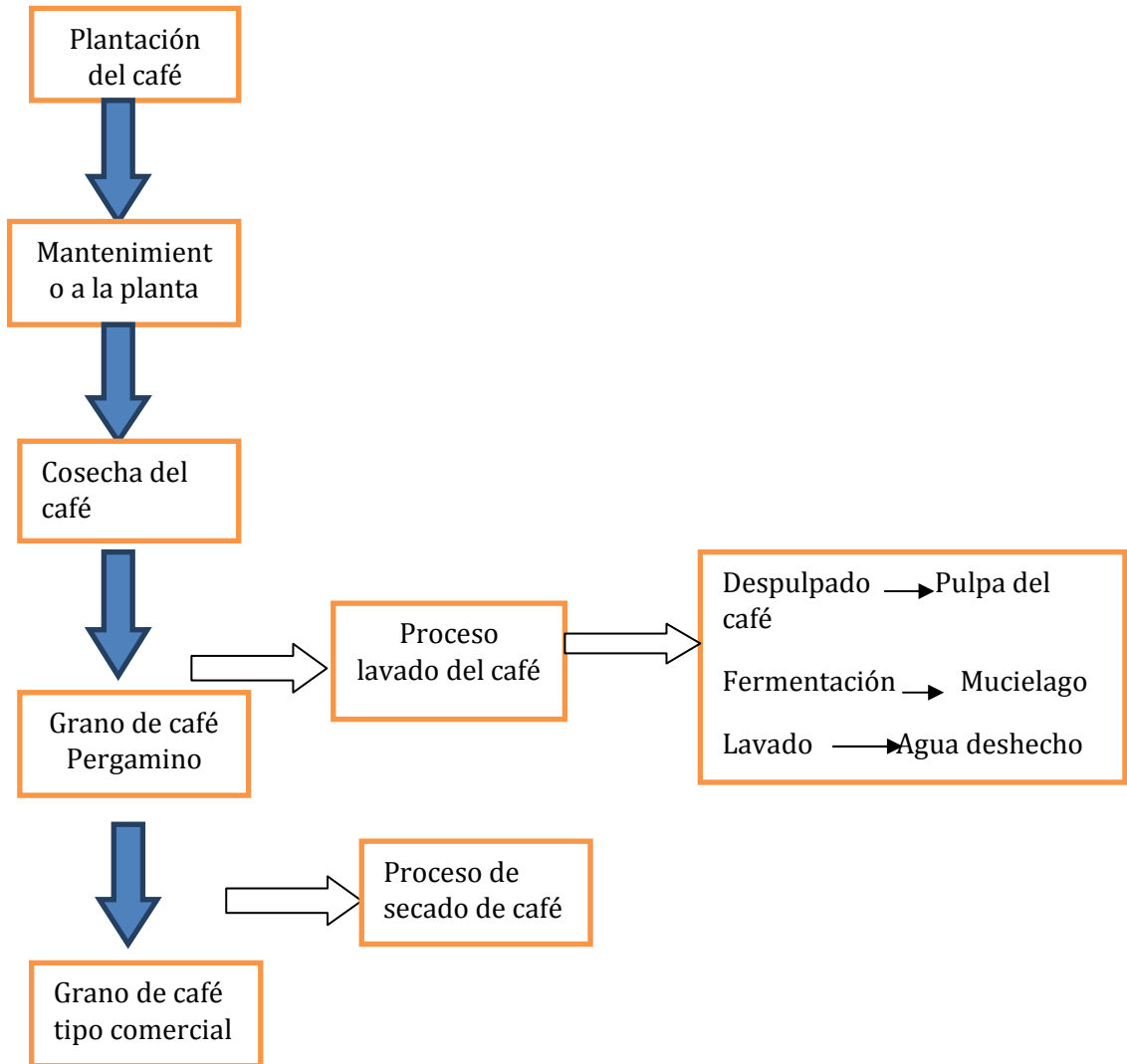
El café requiere de precipitación moderada, sol habitual, y se puede cultivar desde el nivel del mar hasta 2.000 m.s.n.m. pero el café especial se cultiva a mínimo de 1.300m.s.n.m.

El promedio normal de rendimiento de una hectárea de café oscila entre los siete a diez quintales según el cuidado que le dé el agricultor a la finca, esto provoca que el agricultor debe estar en constante monitoreo de su finca ya sea en la deshierba, como abonando las plantas de café para asegurar una buena cosecha y así poder cubrir los costos de producción del café⁴.

⁴ Programa de Producción sostenible de café PROCAFEQ 2010 pág 5

GRÁFICO # 3

DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL CAFÉ



Fuente: Plan de desarrollo de la parroquia El Airo 2005- 2015

Elaboración: Lady Merino y José Girón

2.1.1. Plagas

Entre las principales plagas que afectan considerablemente al café en rendimiento y calidad están:

- Broca
- Minador
- Taladrador de las ramas laterales
- Cochinillas de la raíz

2.1.2. Enfermedades

- Ojo de pollo
- Mancha de hierro
- Roya
- Gomosis
- Mal de talluelo

2.2. Origen y clasificación del café.

2.2.1. Origen.

El café luego de haberse descubierto en África llegó a Ecuador a la provincia de Manabí en 1830, setenta años después a la parroquia El Airo, para convertirse en la principal base económica para el sustento de las familias, desde los primeros años de producción del café existió un comercio irregular donde la mayoría de los caficultores no recibían el precio justo por el producto lo que ocasionó que los productores no obtengan un crecimiento económico por el cultivo del café.

Durante mucho tiempo el café se lo vendía en cascara o llamado también en bola, el cual tenía un proceso de secado muy rustico, el mismo que consistía en cosechar el café de la planta y luego se lo llevaba a la era de tierra en donde se combinaba con cualquier sustancia que este sobre ella.

Tuvieron que pasar varios años para que los productores llegaran a comprender la situación por la que estaban pasando, los precios bajaban, los comerciantes informales no les compraban el grano a precio justo, esto permitió que la gente se organice y surjan las asociaciones como lo es la asociación “Mercedes de Jesús Molina” con

personería jurídica el 30 de noviembre del 2000, con el fin de mejorar las oportunidades de mercado de los caficultores de la parroquia el Airo.

2.2.2. Clasificación del café

El café se puede clasificar de acuerdo a dos procesos de secado para ser llevado a la venta los mismos que detallamos a continuación:

❖ Café en cascara o en Bola

Para obtener este tipo de café se procede a cosechar el fruto desde el cafeto, luego es llevado directamente al tendal de tierra en donde está expuesto al sol durante 8 días, una vez que ya está seco es ensacado para su comercialización.

❖ Café despulpado o Lavado

Una de las particularidades del café es que este no madura uniformemente. Las mismas ramas pueden presentar simultáneamente bayas rojas maduras, verdes inmaduras, y negras demasiadas maduras. Para asegurar la calidad del café, las bayas deben ser cosechadas a mano, una por una y solo al estar de color rojo cereza⁵. Es por eso que cosechar un cafeto puede demorar varias semanas mientras el agricultor revisa los arbustos una y otra vez seleccionando solo las bayas maduras.

Una vez recolectado el café se realiza el boyado el mismo que consiste en sumergir el café en un recipiente con agua, en el cual se eliminan los frutos mal formados y todas las impurezas obtenidas en la cosecha, posteriormente para ser pasado el café en la despulpadora en donde se elimina una de las cuatro capas que cubren al grano de café. A continuación se ejecuta el fermentado el mismo que se realiza en tanques o recipientes apropiados por un periodo de 12 a 16 horas de acuerdo a la temperatura existente en el ambiente, luego de la fermentación se procede al lavado con la finalidad de deshacerse del mucilago o miel que cubre el grano del café. Finalmente, el grano aun con pergamino se expone al sol durante tres a cinco días en marquesinas hasta

⁵ Bayas: es.wikipedia.org/wiki/Baya

llegar a un nivel de humedad máximo 12%, después de pasar por este proceso está listo para ser vendido a la asociación.

2.3. Consumo de café.

El café en la parroquia El Airo tradicionalmente ha tenido un consumo moderado por que la mayoría de su producción se destina para la venta, solo un 5% de ella es reservada para el consumo del hogar en donde se lo puede ofrecer como taza de café solo, pero también existen preparaciones en las que se puede incluir el café con leche.

En la actualidad existen multitud de medicamentos con cafeína, tanto sola como asociada con otros principios activos como en el caso de los analgésicos. Aquellos medicamentos que sólo contienen cafeína están indicados oficialmente para casos de astenia (cansancio de origen intelectual o físico), aunque se suele recurrir a ellos cuando es necesario mantenerse despierto, como por ejemplo el caso de los transportistas y estudiantes.

Además el consumo de café ayuda a prevenir algunas enfermedades, en especial, las neurodegenerativas, como Parkinson o Alzheimer, ya que contribuye a conservar la memoria y aumenta el rendimiento físico y mental. También, por su alto contenido en antioxidantes, puede retardar el proceso de envejecimiento, por otra parte la cafeína dilata los bronquios, combate el asma, previene la diabetes y reduce el riesgo de desarrollar cirrosis hepática. Ayuda en la depresión, ya que es estimulante. Reporta energía y puede aliviar el dolor de cabeza al dilatar los vasos sanguíneos del cerebro. También es una rica fuente de potasio, magnesio y fluoruro.⁶

2.5. Zonas de producción.

En el Airo existen zonas con excelentes condiciones de producción de café, las mismas que están siendo aprovechadas por sus habitantes para producir el café

⁶ *es.wikipedia.org/wiki/Efectos_del_café_en_la_salud*

despulpado, el cual ofrece mejores precios para los agricultores que el café cereza, entre las variedades que se cultivan están, el café robusta el cual exhibe sabores sencillos , suaves y sin distinciones. Sin embargo contiene dos veces más cafeína que el arábigo, por otro lado está el café arábigo el cual requiere de un cuidado especial para prevenir enfermedades y se cultiva a una altura mínimo de 1300 m.s.n.m. por lo que el Airo en un lugar privilegiado por encontrarse entre los 1800 m.s.n.m. produciendo esta variedad de la cual se obtiene un café con aromas y sabores concentrados.

Entre las zonas productivas de café de El Airo se encuentran los siguientes lugares La Huaca, El Laurel, El Batan, El Tambo⁷

CUADRO # 1

HECTÁREAS DE CULTIVO DE CAFÉ EN EL AIRO

Zonas cafetaleras	Área total cultivada
La Huaca	70 ha
El Laurel	65ha
El Batan	76ha
El Tambo	80ha
Total	291 ha

Fuente: Plan de desarrollo Local de la Parroquia El Airo.

Elaboración: Lady Merino y José Girón

Las áreas cultivadas de café cada año van en aumento siendo así que para los próximos años se estime un crecimiento de un 10% de los cultivos de café para esta zona, debido al aumento de precio y siembra de café, teniendo así una considerable producción de café para la oferta a los mercados cafeteros.

⁷ Documentos de Café Turismo- cooffe work de la parroquia El Airo

2.6. Importancia del café en el crecimiento económico.

El cultivo del café representa en la parroquia El Airo el 80% de los ingresos, convirtiéndose así en el cultivo principal de su población, no existe otro producto que pueda generar mayores ingresos para la población, se podría decir que este producto es quien dinamiza la economía no solo de la parroquia El Airo sino también de toda una región ya que los agricultores al momento de vender su producto estos compran y consumen otros insumos dando movimiento a las zonas urbanas donde se compra el café, añadiendo a lo antes mencionado es importante señalar que el café es el segundo producto de importancia en el mercado internacional encontrándose entre los productos con mayor valor.

2.7. Exportación del café.

Entre los productos de exportación que tiene el Ecuador se encuentra el café uno de los productos con mayor salida dejando así muchos beneficios para el país, siendo las familias de los pequeños productores de café las primeras beneficiadas ya que la producción de café genera mucho empleo directo en los lugares que más necesita, así también es una fuente de trabajo para varias familias vinculadas a las actividades relacionadas con el comercio, agroindustrial artesanal, industria de soluble, transporte y exportación.

El caficultor nunca, vende directamente el café al exportador. Es el intermediario que recorre las zonas cafeteras en la época de cosecha. Es un elemento que no produce este se dedica de hacer llegar el producto a otros intermediarios que se encargan de exportarlo o darle un valor agregado, este actor en el comercio del café nada arriesga pero en cambio es el que realmente maneja a su antojo la etapa de comercialización interna. En tiempos de cosecha el caficultor acude al intermediario que puede ser un acopiador rural conectado con comerciantes mayoristas o un mayorista ligado a un

exportador, dependiendo de la ubicación que tenga el poblado en el cual está instalado el negocio del intermediario.

El café que sale de la zona del Airo en el 2010 tuvo como destino los países de Francia, Japón, Inglaterra, EEUU, siendo estos los mayores demandantes y por ende sus consumidores son quienes piden mayor cantidad de café proveniente de estos lugares por su calidad y aroma. La Producción anual de la zona se encuentra entre 300 a 400 quintales de café, nivel que va en aumento cada año.

CAPÍTULO III

SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

3. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN.

3.1. Estudio de Mercado.

3.1.1. Metodología

Para realizar el presente análisis de mercado, fue necesario emplear el método investigativo, analítico- sintético y descriptivo, de igual forma entre las técnicas para la recopilación de información se utilizó la encuesta, y la entrevista, para lo cual se han elaborado cuestionarios, los mismos que están dirigidos a las siguientes personas:

- Productores de café que pertenecen a la asociación
- Presidente de la asociación y
- Compradores del café de la asociación

La asociación “Mercedes de Jesús Molina” actualmente cuenta con un total de 18 socios productores de café razón por la cual se procedió a entrevistar a todos los socios, así mismo es importante destacar que se encuestó a dos organizaciones dedicadas a la compra- venta de café PROCAFEQ (Asociación Agroartesanal de Café de Altura de productores de café de Espíndola y Quilanga) y APROCAIRO (Asociación Agroartesanal de Café de Altura del Airo), los mismos que adquieren el café de la asociación en grandes cantidades y de forma activa.

En este aspecto es necesario indicar que las preguntas están elaboradas considerando los objetivos establecidos en la investigación, por lo tanto, cada interrogante ayudó a definir datos relacionados con la problemática y posteriormente con la propuesta que es de implementar un sistema de comercialización para la asociación “Mercedes de Jesús Molina” en la parroquia el Airo.

Es importante señalar que en la actual investigación no se determinó muestra, ya que las unidades de análisis (productores-compradores y presidente de la asociación) constituyen un número reducido como para determinar muestra, por lo tanto se toman en cuenta la totalidad de la población en los tres casos:

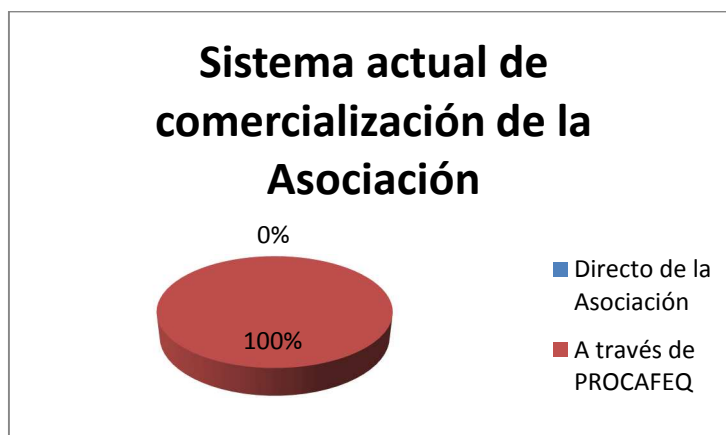
- Productores = 17 encuestados (ver Anexo #1)
- Presidente = 1 encuestado (ver Anexo #2)
- Compradores = 2 encuestados (ver Anexo #3)

3.2. Análisis de resultados

Implementar un sistema de comercialización exige procesos continuos de investigación y actualización, mediante el transcurso de este estudio se obtienen datos que ayudan a la asociación a conocer el actual sistema de comercialización, la producción real de café, condiciones para mejorar tanto la producción como la comercialización, nuevas formas de comercializar, etc.

En lo concerniente al sistema de comercialización se obtuvo los siguientes resultados:

Gráfico # 4



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

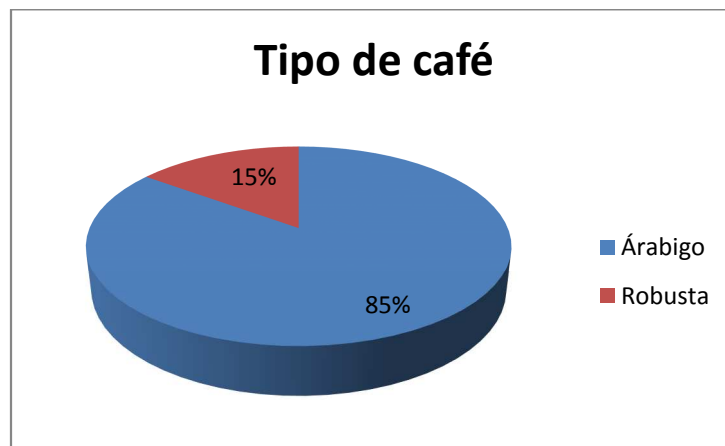
Como se observa en el gráfico # 2, el café que produce la asociación “Mercedes de Jesús Molina” es comercializado en su totalidad (100%) a través de la Asociación Agro artesanal de Productores de Café de Altura de Espíndola y Quilanga (PROCAFEQ),

Asociación que compra el producto y a su vez utiliza intermediarios para su venta a nivel regional y nacional.

En este aspecto es importante señalar que PROCAFEQ, se encarga de comprar a todos los caficultores de la zona, por lo que la comercialización del producto hasta cierto punto es de tipo monopolista. Además se debe indicar lo que el presidente manifiesta, que los socios conocen plenamente los procesos actuales de comercialización (Ver gráfico 1 anexo 4), siendo así, los socios en su mayoría no están conformes con el sistema vigente, lo que representa un 90% en desacuerdo y el 10% que están conformes con el sistema de comercialización (Ver gráfico 2, anexo 4).

En lo que respecta al tipo de café, los datos de estudio de campo señalan que hay dos variedades de café que se dan en la zona (arábiga y robusta), pero el que tiene mayor aceptación en el mercado es de tipo arábigo, como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico # 5



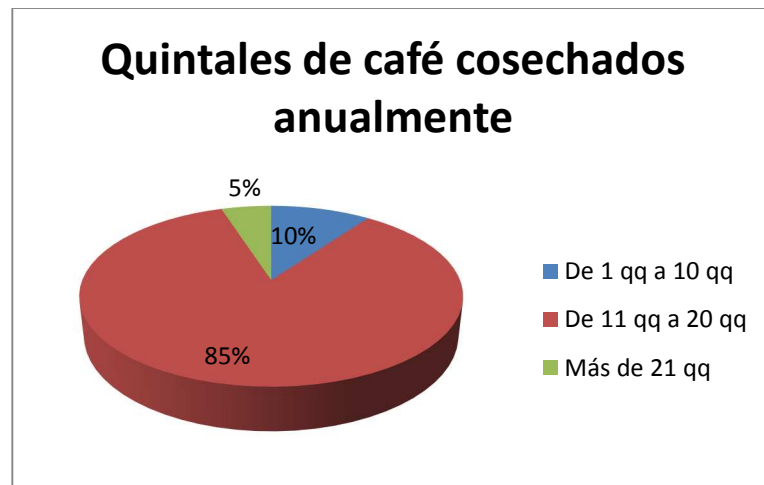
Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

De la información recopilada se puede decir que el 85 % de café es de tipo arábigo, lo que significa que más de las tres cuartas partes de la producción de café es de esta variedad, siendo esta clase, una de las más demandadas por su aroma y sabor.

En este aspecto hay que destacar que las características del suelo y los conocimientos de los productores han incidido en la tendencia de siembra del café mencionado. De tal manera que el 15% de producción de este grano lo dedican al tipo de café robusta. Para conocer exactamente la producción de café disponible para la comercialización, es elemental conocer la cantidad del producto que se obtiene anualmente.

Gráfico # 6



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

Según los datos obtenidos que se presentan en el gráfico N°6, el 85% de los productores cosechan anualmente entre 11 a 20 quintales de café.

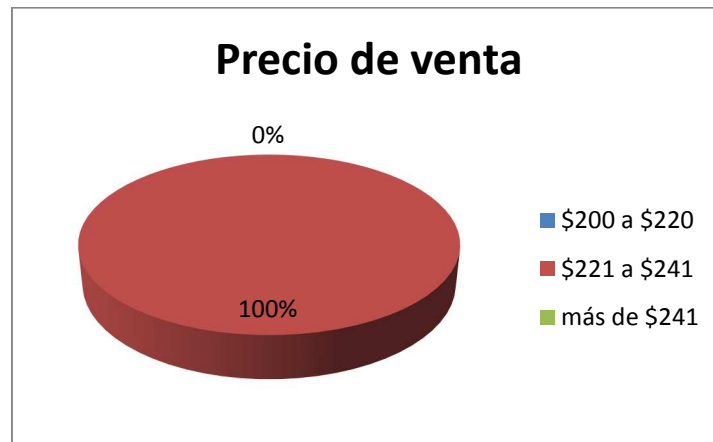
En cambio otro grupo de productores 10%, señalan que su producción anual está entre 1 a 10 quintales, finalmente un 5%, opina que cosecha más de 21 quintales de café anuales.

Las razones por las que varía el volumen de producción de café en algunos productores, es debido a que ciertos miembros de la asociación poseen más hectáreas de terreno para el cultivo, en cierto nivel el manejo técnico a sus plantaciones también influye para obtener más rendimiento en la cosecha.

Haciendo referencia al precio de venta del quintal de café, el 100% de los productores indican que el precio oscila entre los \$221 y \$ 240 dólares, parámetro que permite

fluctuaciones del precio debido al nivel de producción y a la calidad del producto como se observa en el siguiente grafico:

Gráfico # 7



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

De esta manera, en lo que se refiere a la conformidad con el precio del café, se puede decir que la variable precio es una de la más importantes dentro del presente estudio, los productores generalmente se sienten motivados y con expectativa de seguir produciendo cuando el precio que reciben es el adecuado o sienten conformidad por el precio recibido.

En este aspecto, el 85% de los productores manifiestan que no están conformes con el precio recibido, lo que evidencia una problemática que debe ser minimizada en la propuesta de comercialización. En cambio el 15% de los socios, están conformes con el precio recibido (Ver gráfico 3, anexo 4) esto implica que existe cierta satisfacción, la misma que a mediano o largo plazo puede cambiar debido a las oscilaciones de precios que se dan en el mercado.

Gráfico # 8

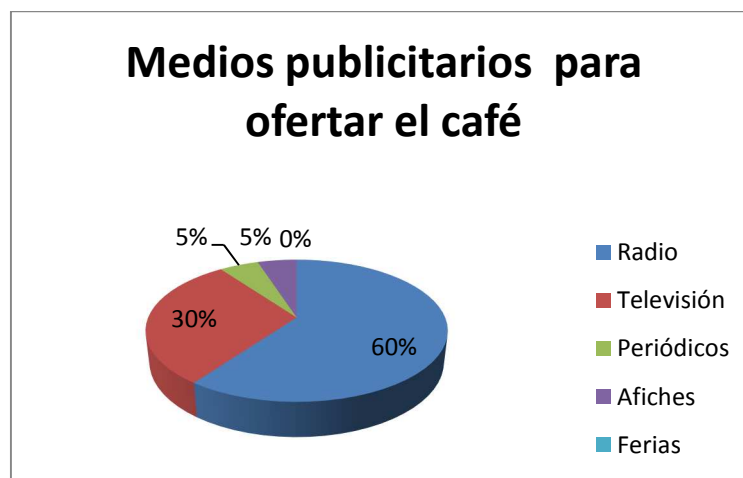


Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

La asociación “Mercedes de Jesús Molina” no tiene un plan de inversión en publicidad, consideran que no ha sido necesario porque su producto por si solo se ha promocionado, el sistema de comercialización propone implementar un plan de publicidad razón por la cual los siguientes resultados facilitan los medios publicitarios que se pueden utilizar.

Gráfico # 9



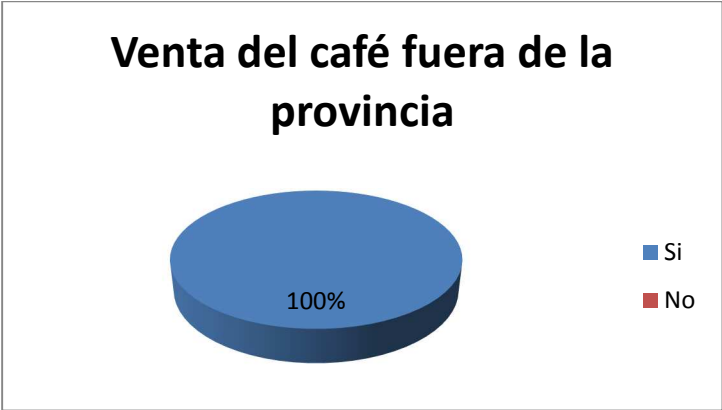
Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

La información obtenida indica que el 60% de los productores encuestados opina que la radio es una alternativa muy interesante para promocionar el producto, el mismo que permite llegar a un gran número de personas, pero tiene una limitante en cuanto a poder observar la presentación del producto. En cuanto el 30% sugiere la utilización de la televisión, además un 5% de entrevistados piensa que una buena alternativa para promocionar el café sería en periódicos, en igual porcentaje el 5% prefiere que la publicidad sea a través de afiches.

Del mismo modo los productores manifiestan en el siguiente gráfico la idea de vender el café fuera de la provincia, en el cual el 100% de los socios están de acuerdo.

Gráfico # 10

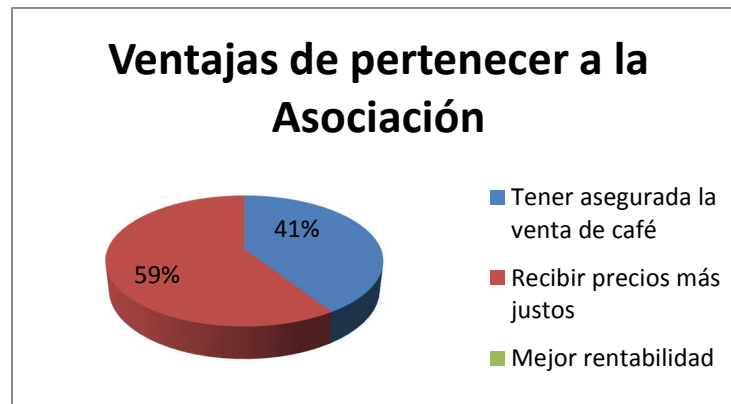


Fuente: Investigación propia
Elaboración: Lady Merino y José Girón

Además el presidente de la Asociación ratifica que sería importante establecer un mecanismo que permita a mediano plazo posicionar el producto en otros lugares, ya que esto motivaría a los socios a incrementar la producción y así se logrará generar más fuentes de trabajo y con ello desarrollo para la parroquia.

El presidente de la asociación ha expuesto que pertenecer a una organización siempre va a ser más ventajoso, puesto que influyen factores que son necesarios para el crecimiento de los socios, en aspectos de mejoramiento de ingresos y con ello de un mejor nivel de vida.

Gráfico # 11



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

El 41% de los productores opinan que tener asegurada la venta del café es una ventaja significativa, mientras que el 59% cree que la ventaja más representativa al pertenecer a la asociación sería recibir precios más justos por la venta del café.

Además los productores dentro de la misma encuesta indican los datos sobre los factores necesarios para apoyar la labor del productor, los cuales se detallan a continuación: el 18% es que el precio del quintal sea pagado de acuerdo al mercado, un 47% que el pago sea oportuno, y el 35% restante manifiesta que se apoye con capacitaciones (Ver gráfico 4, anexo 4).

También es necesario resaltar la opinión de los compradores en la encuesta en donde revela que la calidad del café que le ofrece la asociación es excelente, lo que significa que tiene una buena imagen ante sus compradores (Ver gráfico 5, anexo 4).

Para poner en marcha el plan de publicidad es necesario conocer si la asociación cuenta con algún tipo de financiamiento externo como se observan los datos en el siguiente gráfico.



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

El presidente exterioriza que la “Asociación Mercedes de Jesús Molina” no dispone de algún tipo de financiamiento externo.

Mediante la encuesta que se realizó a las organizaciones que adquieren el café de la asociación manifiestan que estarían dispuestos a colaborar con la asociación como se muestra a continuación:

Gráfico # 13

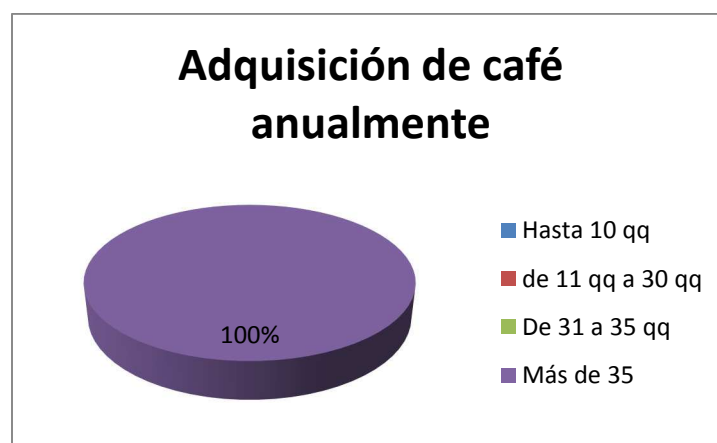


Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

Los compradores (100%) indican que pueden colaborar con el asesoramiento técnico, trayendo especialistas que apoyen la labor de los productores en el campo, este tipo de beneficio debe ser aprovechado al máximo. Por tanto los directivos de la asociación “Mercedes de Jesús Molina” se comprometen a encaminar las acciones para concretar dicha ayuda, sería importante trabajar en conjunto entre compradores y productores, para que se establezcan las condiciones necesarias y se consolide esta alianza.

Gráfico # 14



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón

Desde el punto de vista de la demanda se ha considerado el criterio de los dos compradores entrevistados (PROCAFEQ y APROCAIRO) los cuales coinciden (100%) que están dispuestos a comprar una cierta cantidad de café la misma que está por encima de los 35 quintales de café, estos resultados nos dan la pauta para conocer que existe una demanda insatisfecha, permitiendo establecer una perspectiva de que cantidad se puede producir y que posiblemente se venderá,

3.3. MARKETING

La asociación Mercedes de Jesús Molina utilizará un plan de marketing y un conjunto de estrategias, para la operatividad encaminadas a la satisfacción del cliente potencial, mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y así poder ofrecer un producto que satisfaga completamente las necesidades del cliente.

3.3.1. Producto

Existen dos variedades de café que se dan en la zona (arábigo y robusta), pero el que tiene mayor demanda en el mercado es el de tipo arábigo, por lo tanto se comercializará esta clase de café en cantidad.

CAFÉ LAVADO



Fuente: café_imágenes

Elaboración: Lady Merino y José Girón

3.3.2. Logotipo:



Aroma y sabor

- Llevará el nombre de: AIRCAFE
- Tiene una combinación de colores que hacen referencia al café.
- Es una combinación entre Airo (parroquia donde se produce y el nombre del producto).

3.3.3. Empaque:

- Costal o Sacos de quintal: para ser comercializado a través de los intermediarios (venta al por mayor)

Estos sacos serán elaboradas con tela ordinaria, siendo así resistentes para evitar que el producto se deteriore y pueda llegar a su destino final en perfectas condiciones, en la parte posterior llevara el logo y los datos de la asociación

Datos:

Logotipo:

Nombre de la asociación: Mercedes de Jesús Molina.

Dirección: Cantón Espíndola, parroquia el Airo, barrio el Batán



Fuente: café_imágenes

3.3.4. Precio

La variable precio ha sido uno de los principales factores que han incidido en el descontento de los productores de este producto por lo tanto se han establecido algunas estrategias para maximizar el mismo y así mejorar o motivar a los socios a incrementar la producción.

- ✓ Reducir los costos de producción: a través del asesoramiento técnico que los compradores están dispuestos a ofrecer y lógicamente debe ser gestionada con instituciones públicas y/o privadas.
- ✓ Vender el producto directamente a los grandes mercados regionales o nacionales y tiendas mayoristas
- ✓ Hacer respetar los precios fijados por el COFENAC a través del Ministerio competente, este precio varía de acuerdo a muchos factores, actualmente el precio del café es de \$230,55 por quintal, precio que ha sido considerado en el estudio financiero.

El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), es una institución de derecho privado con finalidad social y pública, creado mediante la emisión, por parte del Congreso Nacional, de la Ley Especial del Sector Cafetalero, publicada en el Registro Oficial N 657 del 20

de Marzo de 1995. La citada Ley, le faculta al COFENAC, la organización, dirección y definición de la Política Cafetalera Nacional.⁸

CUADRO # 2

PRECIOS MÍNIMOS REFERENCIALES	
TIPO DE CAFÉ	Precio
Arábigo Lavado	\$ 230.55
Arábigo Natural	\$ 210.55
Robusta Natural	\$ 91.69
Tostado y/o Molido	\$ 179.83

Fuente: Actas de fijación de precios - MAGAP – MIPRO

Para poder establecer el precio del café se considera como base el costo unitario de producción (\$ 159.00), al mismo se le adiciona un margen de utilidad del (45%) porcentaje que ha sido proporcionado por la asociación “Mercedes de Jesús Molina”, obteniendo así el precio de venta al público (P.V.P), como se muestra en la siguiente fórmula:

Costo Unitario de Producción + Margen de utilidad= Precio de Venta al Público

\$159.00 +45% = P.V.P

\$159.00 + \$71.55 =**\$ 230.55**

3.3.5. Plaza

3.3.5.1. Canales de comercialización.

⁸ COFENAC. Consejo Cafetalero Nacional-Café exportadores ecuador- Café ecuador

Un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario.

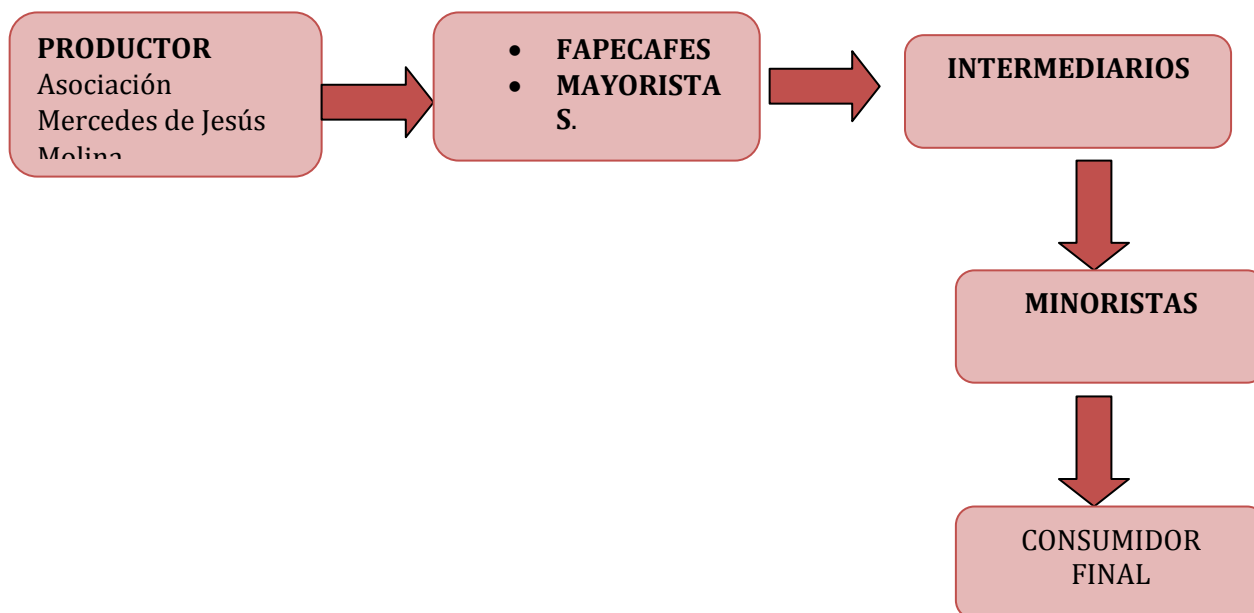
Actualmente la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” utiliza el sistema de comercialización tradicional, en el cual el productor no hace cosecha seleccionada y entrega el café en bola, al que los intermediarios hacen el proceso de secado y pilado lo que tiene un costo de \$1,00 por quintal, en esta zona los intermediarios no implementan estrategias de calidad ni se ponen de acuerdo para nivelar los precios, los pequeños productores no tienen oportunidad de vender el café en grandes volúmenes, por no tener poder de negociación, el café comprado por los intermediarios locales posteriormente es vendido a los intermediarios mayoristas o directamente a exportadores que pertenecen a las grandes organizaciones cafetaleras, para que estos realicen el debido proceso y hacer llegar a los minoristas y estos a los consumidores finales.

Por esta razón la actual propuesta establece que se utilizará un canal de comercialización que evite en su generalidad a los intermediarios locales, desechando la comercialización tradicional para entrar a trabajar directamente con las organizaciones que se dedican a comprar el café en grandes volúmenes, con precios justos y estándares de calidad estos pueden ser: FAPECAFES, CORECAF, entre otros, organizaciones formadas por asociaciones cafetaleras del sur del país en lo que comprende a la provincia de Loja.

FAPECAFES: Federación de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur, la misma que abarca a (PROCAFEQ) Asociación Agro artesanal de Productores de Café de Altura de Espíndola y Quilanga, y demás organizaciones dentro de la provincia de Loja.

CORECAF: Corporación Ecuatoriana de cafetaleros, abarca a las grandes asociaciones dedicadas a la producción del café.

Gráfico # 15
Canal de comercialización para la
Asociación “Mercedes de Jesús Molina”



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.3.6. Competencia

Espíndola por ser un sector con grandes posibilidades de producir variedades de granos, existen organizaciones como CAFECOM, APROCAIRO, PEOCAFEQ, dentro del Cantón Espíndola, así como también hay en los demás cantones de la provincia de Loja que están dedicadas a la producción y comercialización del café, en este caso dichas organizaciones se convierten en competencia directa para la asociación “Mercedes de Jesús Molina”, pero la calidad, presentación, empaque serán una de las fortalezas con las que se competirá a nivel de la provincia, las mismas que harán la diferencia en la propuesta planteada.

Es necesario estar permanentemente preparados para competir con productores de otras zonas geográficas, por lo tanto se debe trabajar fuertemente en mejorar la calidad del café y paulatinamente ir reduciendo los costos para mantener una ventaja competitiva.

Como ya se pronunció anteriormente la ventaja competitiva en este caso es la calidad del café que ofrece la asociación, ya que los proveedores del producto (café) son los mismos productores miembros activos de la asociación.

3.3.7. Clientes

Mediante los datos recopilados en la encuesta se determinó que es necesario comercializar directamente el producto a los mayoristas locales y regionales, con lo cual se está eliminando un intermediario que existía en el anterior sistema de comercialización. Con ello, se logrará mejorar la utilidad en las ventas obtenidas y así las ganancias para los productores.

Esta asociación está dirigida a satisfacer las necesidades de todos los clientes, categorizados en grupos de intermediarios y clientes industriales, son consumidores importantes que están en función a variables como frecuencia y volumen de compras.

3.3.8. Publicidad

Para posicionar el producto tanto en mercados regionales como nacionales se ha creído conveniente llevar a cabo un plan de publicidad para lo cual se han determinado los medios que tienen mayor sintonía y se ha establecido la frecuencia que se pasarán las menciones.

- Radio Ecuasur: se pasarán 3 cuñas diarias, los horarios son en el transcurso del noticiero de la mañana 7H00, a las 12 del día y en la noche a las 19H00.
- Cariamanga TV: se realizará durante los primeros meses, una vez al día en horario de las 12H00 en el espacio del noticiero.

- Diario Horizonte Calvence: con respecto a la prensa escrita esta saldrá una vez al mes en las páginas que contiene comercio y producción.

CUADRO # 3
PUBLICIDAD

Detalle	Costo mensual	Costo total
Radio (Ecuasur)	65,00	780,00
Televisión (Cariamanga TV)	75,00	900,00
Publicidad en periódicos	25,00	300,00
Total Publicidad		1980,00

Fuente: cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.3.9. Estrategias de Marketing y Ventas.

Una debilidad de la asociación “Mercedes de Jesús Molina” es no contar con estrategias de marketing, es por esto que la propuesta actual de comercialización presenta estrategias de marketing y de ventas dirigidas al mercado objetivo, de una manera efectiva, creando así una imagen de prestigio sobre el producto que se está ofreciendo, estas se basan en desarrollar una clara identificación del producto y el mercado meta, como se ve a continuación:

- La publicidad será dirigida directamente a interesados en la comercialización del café.
- Visitar a las organizaciones dedicadas a la producción y comercialización para ofrecer el café que produce la asociación “Mercedes de Jesús Molina” como son:

FAPECAFES.- Federación de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur.

PROCAP.- Asociación Agroartesanal de Productores de Café de Altura de Puyango.

APECAM.- Asociación de Pequeños Exportadores de Café Especial de Marcabellí.

APECAP.- Asociación de Productores Ecológicos de Café de Altura de Palanda.

3.4. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico es analizar y determinar la forma más adecuada de comercializar el producto, así mismo identificar las características necesarias de las instalaciones, la localización y la organización técnica requerida para el desarrollo adecuado del proyecto.

3.4.1. Capacidad Instalada

Para este caso la capacidad instalada se mide en función de la cantidad de producto para almacenamiento, la infraestructura del lugar es de 70 m².

3.4.2. Localización del proyecto

Para una localización óptima del proyecto es necesario tomar en cuenta ciertos factores que intervienen como lo es:

La disponibilidad de la mano de obra, el Cantón Espíndola específicamente la parroquia el Airo cuenta con personal que puedan desarrollar esta labor ya que la mayoría de las familias que viven en este sector se dedican a la agricultura en especial la producción del café.

Disponibilidad de infraestructura y vías de comunicación: El cantón Espíndola esta unido al resto de la provincia por la vía panamericana que por Cariamanga conecta con Macará pasando por Sozoranga, posee los servicios eléctrico y telefónico así mismo los servicios de transporte los ofrecen la cooperativa de transportes Loja y la Unión

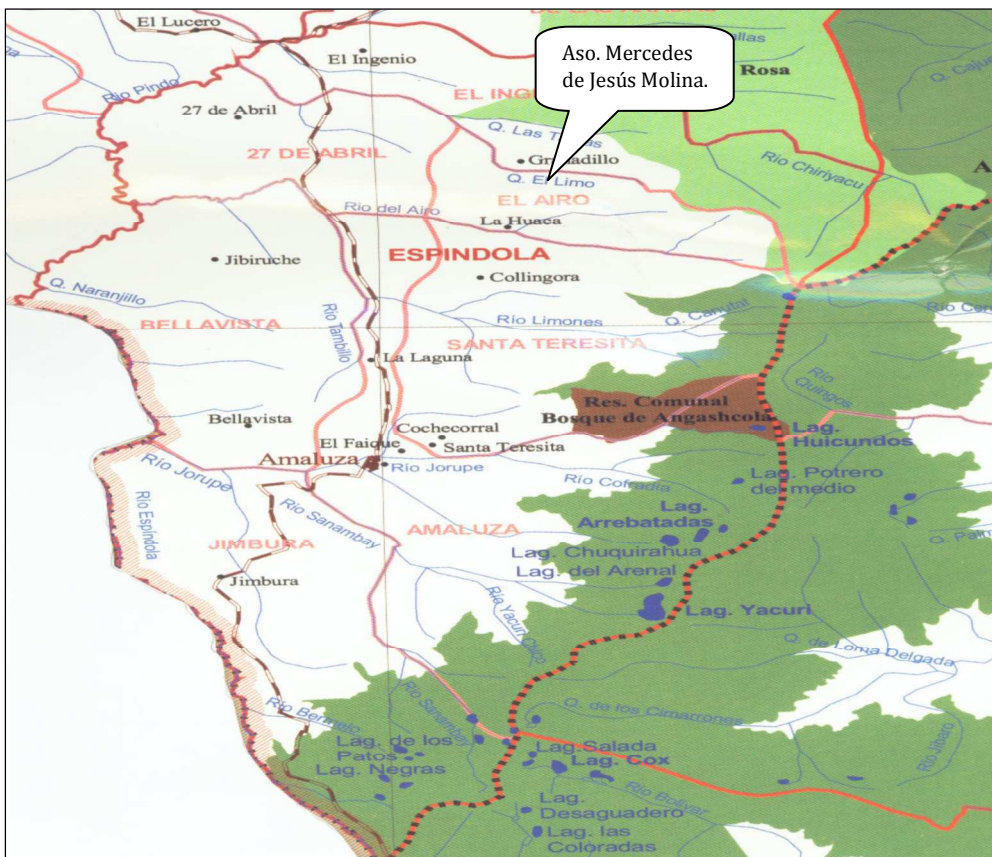
Cariamanga, cabe mencionar que el acceso a las vías que comunican con estas zonas cafetaleras son accesibles.

3.4.3. Macro localización

La Asociación estará ubicada en la parroquia el Airo, cantón Espíndola, provincia de Loja, la misma que se encuentra formando parte de la Región Sur del Ecuador

GRÁFICO # 14

MAPA DEL CANTÓN ESPÍNDOLA



Fuente: Mapa del Cantón Espíndola, Provincia de Loja.

Autores: Lady Merino y José Girón

3.4.4. Micro localización

Para que la asociación, tenga mayor aceptación por parte de los socios esta debe estar ubicada en un lugar estratégico donde los productores puedan llegar con facilidad a entregar el café.

En este aspecto se ha hablado con el presidente de la Junta Parroquial, quién se ha comprometido en facilitar las instalaciones de la casa Comunal en el barrio El Batán de la parroquia El Airo para que funcionen las oficinas y bodegas que serán utilizadas por la asociación.

3.4.4.1. Recurso humano requerido

La Asociación “Mercedes de Jesús Molina” requiere contratar personal para el desempeño laboral en la oficina que funcionara en la casa comunal de la parroquia como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO # 4
RECURSO HUMANO REQUERIDO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Gerente-Contador
1	Trabajador –Vendedor

Fuente: Asociación “Mercedes de Jesús Molina”

Elaboración: Lady Merino y José Girón

3.4.4.2. Manual de funciones

En el presente manual se define las funciones precisando las actividades y responsabilidades, como también las autoridades relacionadas con la organización del

negocio con el propósito de cumplir con las políticas, objetivos y normas, está dirigido a los miembros que conforman la Asociación, las cuales constituyen un elemento útil de apoyo para el cumplimiento de las responsabilidades concedidas.

CUADRO # 5
MANUAL DE FUNCIONES
GERENTE- CONTADOR

INFORMACION BÁSICA	
1. PUESTO	Gerente-Contador
2. JEFE	
NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de controlar la parte administrativa, llevar la contabilidad de la Asociación, y presentar los reportes financieros.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Es el representante legal de la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” 2. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y las metas propuestas. 3. Implementar una estructura administrativa que contengan los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. 4. Evaluar mensualmente el desarrollo del personal en este caso Bodeguero-Vendedor. 5. Elaborar un cronograma de capacitación a los productores de la Asociación en lo que concierne a producción del café. 	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Licenciado en contabilidad y auditoria
EXPERIENCIA	Mínimo de 1 año de experiencia
APTITUDES	Facilidad de comunicación, responsabilidad.
OTROS	Principios éticos y morales

Fuente: Asociación “Mercedes de Jesús Molina”

Elaboración: Lady Merino y José Girón

CUADRO # 6
MANUAL DE FUNCIONES
TRABAJADOR-VENDEDOR

INFORMACION BÁSICA	
3. PUESTO	Trabajador –Vendedor
4. JEFE	Comisión en ferias y comercialización
NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de controlar las entradas y salidas de mercadería en la oficina, y las ventas.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<p>6. Controlar el almacenamiento de la mercadería y las ventas</p> <p>7. Ofrecer al cliente una atención personalizada.</p> <p>8. Mantener en orden su equipo de trabajo, reportando cualquier anomalía al Gerente.</p> <p>9. Elaborar estrategias de negociación con el cliente.</p> <p>10. Diseñar reportes de mercadería y ventas.</p>	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
ESTUDIOS	Segundo o tercer nivel
EXPERIENCIA	De 0 a 1 año
APTITUDES	Facilidad de comunicación, Habilidad expresiva, responsabilidad.
OTROS	Principios éticos y morales
HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO	
Computadora, sumadora, balanza.	

Fuente: Asociación “Mercedes de Jesús Molina”

Elaboración: Lady Merino y José Girón

3.5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

3.5.1. Inversión.

La inversión inicial son todos aquellos gastos en los que tiene que incurrir la empresa para que esta pueda tener el máximo crecimiento económico y productivo, una vez realizado el análisis para la implementación del sistema de comercialización para la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” la inversión del proyecto se contempla en tres grupos como son activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo, los mismos que se detallan a continuación:

**CUADRO N° 7
COMERCIALIZADORA DE CAFÉ
INVERSIÓN INICIAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	2,134.00
<i>Muebles y Enseres</i>	
Escritorios	250.00
Sillas	72.00
Archivadores de 4 gavetas	180.00
Sub Total	502.00
<i>Equipos de computación</i>	
Computadoras de escritorio	750.00
Impresora	75.00
Sub Total	825.00
<i>Equipos de Oficina</i>	
Teléfono	12.00
Sumadora	65.00
Sub Total	77.00
<i>Maquinaria y Equipo</i>	
Balanza	650.00
Medidor de humedad	80.00
Sub Total	730.00
ACTIVOS DIFERIDOS	965.00
Contactos con nuevos clientes (para vender el producto a través de tiendas mayoristas.)	200.00
Capacitación del personal para atención al cliente	150.00
Trámites legales	80.00

Instalación de seguridad	100.00
Instalación- sistema contra incendios	200.00
Instalación- sistemas de comunicación (Teléfono)	65.00
Instalación de internet	90.00
Otros	80.00
CAPITAL DE TRABAJO	9830.40
Costo de compra	
Costo de compra del café	8586.00
Costos de operación	
Mantenimiento activos fijos	30.00
Sueldos y salarios trabajador(vendedor)	412.64
Sub total	442.64
Gastos de Administración	
Sueldos y salarios Gerente	489.78
Servicios básicos	55.23
Suministros y Materiales de Oficina	34.00
Materiales de Aseo de Limpieza	27.75
Transporte	35.00
Viáticos	45.00
Sub total	686.76
Gastos de Venta	
Publicidad	115.00
Sub total	115.00
TOTAL	12929.40

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

El cuadro de inversión inicial contiene los desembolsos que se necesita para poner en marcha el actual sistema de comercialización como son: presupuesto para los muebles y enceres, equipo de computación, equipo de oficina, maquinaria y equipo, suministros y materiales, Activos diferidos y Capital de trabajo (ver detalles en anexo 5)

3.5.1.1. Presupuesto sueldos y salarios

la Asociación Mercedes de Jesús Molina tiene previsto establecer la oficina en donde se realizarán las actividades de comercialización, como es la venta del café, entre otras, por esta razón es conveniente para un mejor desempeño y organización en administración, contratar un gerente y un trabajador, a los cuales se les realizó el cálculo de sueldo, considerando el salario básico actual y las provisiones sociales que por ley corresponden.

- **Sueldos y salarios Gerente**

**CUADRO # 8
CÁLCULO TOTAL SUELDO PARA GERENTE**

ESPECIFICACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
BASICO	350.00	4200.00
APORTE PATRONAL	42.53	510.30
FONDO DE RESERVA	29.17	350.00
DECIMO TERCER SUELDO	29.17	350.00
DECIMO CUARTO	24.33	292.00
VACACIONES	14.58	175.00
TOTAL REMUNERACION ANUAL	489.78	5877.30

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

- **Sueldos y salarios Trabajador.**

**CUADRO # 9
CALCULO TOTAL
PRESUPUESTO SUELDO TRABAJADOR**

ESPECIFICACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
BASICO	292.00	3504.00
APORTE PATRONAL	35.48	425.74
FONDO DE RESERVA	24.33	292.00
DECIMO TERCER SUELDO	24.33	292.00
DECIMO CUARTO	24.33	292.00
VACACIONES	12.17	146.00
TOTAL	412.64	4951.74

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.5.1.2. Presupuesto Publicidad y Propaganda.

Es importante indicar que la asociación invertirá en publicidad como lo manifestaron los productores y presidente, para lo cual se pasará en Radio Ecuasur 1 cuña diaria por un mes lo que tiene un valor de \$2,00 por día, también se utilizará los servicios de televisión como es Cariamanga TV, el mismo tiene un costo de \$3,00 por día durante un mes, y finalmente la prensa escrita como lo es un periódico de la localidad (Horizonte Calvence) y su costo es de \$25 una vez al mes.

**CUADRO # 10
PRESUPUESTO PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

ESPECIFICACIONES	Valor mensual	Cantidad anual	Valor Anual
Radio (Ecuasur)	30.00	12	360.00
Televisión (Cariamanga TV)	60.00	12	720.00
Prensa (Diario la Hora)	25.00	12	300.00
TOTAL	115.00		1380.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.5.2. Activos fijos

En los ACTIVOS FIJOS se indica que no existirá compra de edificios, ya que la casa comunal de la parroquia será el lugar donde implante la oficina para llevar a cabo los procesos administrativos, bodega, procesamiento y comercialización del café, en el siguiente cuadro se detallan las depreciaciones y el mantenimiento de los activos fijos (ver cuadro 9 en anexo 4)

CUADRO # 11

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

Asociación “Mercedes de Jesús Molina”

Activo	Valor	Compra cuarto año	Valor Residual inversión inicial	Deprec . anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Equipo de Computación	825.00	1850.00	82.50	247.50	247.50	247.50	247.50	589.17	589.17	589.17				
Equipo de Oficina	77.00		7.70	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93	6.93
Muebles y Enseres	502.00		50.20	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18	45.18
Maquinaria y equipo	730.00		73.00	65.70	65.70	65.70	65.70	65.70	65.70	65.70	65.70	65.70	65.70	65.7
Sub total	2,134.00	1,850.00	213.40	365.31	365.31	365.31	365.31	706.98	706.98	706.98	117.81	117.81	117.81	117.81

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

En lo que se refiere al cálculo de depreciación de activos fijos, se utilizó la fórmula de depreciación en línea recta, considerando el 10% del valor residual.

$$DA = \frac{\text{valor del bien} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

Los equipos de computación tienen una duración de 3 años de vida útil, por lo tanto como el proyecto es para 5 años, para el cuarto se prevé una compra.

3.5.3. Activos diferidos

Los activos diferidos están compuestos por los gastos de dinero que se realizan previo a la ejecución del proyecto, los cuales se especifican a continuación.

**CUADRO # 12
ACTIVOS DIFERIDOS**

ESPECIFICACIONES	Valor mensual
Contactos con nuevos clientes (para vender el producto a través de tiendas mayoristas)	200.00
Capacitación del personal para atención al cliente	150.00
Trámites legales	80.00
Instalación de seguridad	100.00
Instalación- sistema contra incendios	200.00
Instalación- sistemas de comunicación (Teléfono)	65.00
Instalación de internet	90.00
Otros	80.00
TOTAL	965.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 13

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

Activo	Valor	Amortización anual
Amortizaciones	965.00	193.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

El total de activos diferidos se los multiplica por el 20% y ese resultado se lo amortiza durante 5 años.

3.5.4. Financiamiento

Según asamblea ordinaria de socios que conforman la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” se estableció en forma unánime que para ejecutar el proyecto cada socio aportará con 3 quintales de café dando un total de 54 quintales a un precio de \$159,00 por quintal, resultando un valor total de \$ 8586,00 dólares, así mismo para cubrir los demás desembolsos que permiten poner el proyecto en marcha, cada socio aportará en efectivo \$ 241,30 siendo 18 socios miembros de la asociación se obtiene un resultado de \$ 4343,40 como se detalla a continuación en el cuadro.

CUADRO # 14

FINANCIAMIENTO

CAPITAL INICIAL	INVERSIÓN POR SOCIO	INVERSIÓN INICIAL
Capital en efectivo	\$ 241,30	\$ 4343,40
	54 qq * \$159,00	\$8586,00
TOTAL		12929,40

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.5.5. Costos y Gastos

En la proyección de gastos se hace un desglose de todos los gastos de administración, ventas y operación que se desembolsaron durante la vida útil del proyecto aquí también se incluyen depreciaciones y amortizaciones, que aun cuando no son desembolsos de dinero estas representan un gasto para la empresa.

Para la proyección de gastos se consideró el 5.53 % de inflación, información que fue emitida por el Banco Central del Ecuador a Noviembre del 2011.

CUADRO # 15
RESUMEN DE COSTO DE COMPRA DEL CAFÉ

AÑO	DEMANDA N° qq	COSTO DE COMPRA	VALOR TOTAL
1	324	159	51516
2	356	162	57801
3	392	165	64853
4	431	169	72765
5	474	172	81642

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 16**ASOCIACIÓN “Mercedes de Jesús Molina”****DETALLE DE COSTOS Y GASTOS**

COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE COMPRA	51516.00	63084.56	70428.46	78648.83	87851.51
Costo de compra del café	51516.00	57800.95	64852.67	72764.69	81641.99
GASTOS DE OPERACIÓN	5006.74	5283.61	5575.79	5884.13	6209.53
Mantenimiento activos fijos	55.00	58.04	61.25	64.64	68.21
Sueldos Trabajadores (Vendedor)	4951.74	5225.57	5514.54	5819.49	6141.31
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	7352.56	7759.16	8188.24	8641.05	9118.90
Sueldos y Salarios Gerente	5877.30	6202.31	6545.30	6907.26	7289.23
Suministros y Materiales de oficina	71.50	75.45	79.63	84.03	88.68
Materiales de aseo y limpieza	51.00	53.82	56.80	59.94	63.25
Servicios básicos	662.76	699.41	738.09	778.90	821.98
Transporte	420.00	443.23	467.74	493.60	520.90
Viáticos	270.00	284.93	300.69	317.32	334.86
GASTOS DE VENTAS	1380.00	1456.31	1536.85	1621.84	1711.52
Publicidad	1380.00	1456.31	1536.85	1621.84	1711.52
GASTOS QUE NO REPRESENT. DESEMB.	558.31	558.31	558.31	899.98	899.98
Depreciaciones	365.31	365.31	365.31	706.98	706.98
Amortizaciones	193.00	193.00	193.00	193.00	193.00
TOTAL	65813.61	78141.95	86287.65	95695.82	105791.44

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.5.6. Ingresos.

En los ingresos se detallan los valores, producto de la venta del café, al cual se incrementó el 10% en la demanda de cada año.

CUADRO # 17

CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

RESÚMEN TOTAL DE VENTAS DE CAFÉ			
AÑO	DEMANDA N° qq	VALOR qq	INGRESO TOTAL
1	324	230.55	74698
2	356	235.16	83811
3	392	239.86	94036
4	431	244.66	105509
5	474	249.55	118381

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

Para determinar la demanda de los diferentes años se incrementó el 10% en cada periodo así mismo para determinar el costo de cada quintal se calculó con un incremento del 2%, en el siguiente cuadro se observa una proyección de los ingresos anuales para los 5 años.

CUADRO # 18

Proyección de los Ingresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	74698.20	83811.38	94036.37	105508.81	118380.88

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

En este rubro está definida la actividad operativa del proyecto en el primer año conformado por los ingresos y los gastos.

CUADRO # 19

ASOCIACIÓN “Mercedes de Jesús Molina”

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Ventas	74698.20
(-) Costo de compra del café	51516.00
Utilidad bruta en ventas	23182.20
(-) Costos de operación	5006.74
Mantenimiento activos fijos	55.00
Sueldos Trabajadores (Vendedor)	4951.74
(-) Gastos Administrativos	7352.56
Sueldos y Salarios Gerente	5877.30
Suministros y Materiales de oficina	71.50
Materiales de aseo y limpieza	51.00
Servicios básicos	662.76
Transporte	420.00
Viáticos	270.00
(-) Gastos de Ventas	1380.00
Publicidad	1380.00
(=) UTILIDAD BRUTA	9442.90
(-) Depreciación	365.31
(-) Amortización	193.00
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. A LA RENTA	8884.59
(-) 25% impuesto a la renta	2221.15
UTILIDAD NETA	6663.45

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.5.8. Flujo de efectivo.

El flujo de efectivo mide la capacidad del proyecto en este caso de comercialización del café, para generar el efectivo, este rubro servirá para evaluar si el proyecto es factible o no, consta de las entradas y salidas de dinero producto de las ventas y costos que genera la actividad del proyecto.

CUADRO # 20
ASOCIACIÓN “Mercedes de Jesús Molina”
FLUJO DE EFECTIVO

FLUJO DE EFECTIVO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		74698.20	83811.38	94036.37	105508.81	118380.88
(-) Costo de compra del café		51516.00	57800.95	64852.67	72764.69	81641.99
(=) UTILIDAD BRUTA		23182.20	26010.43	29183.70	32744.11	36738.89
(-) Gastos de operación		5006.74	5283.61	5575.79	5884.13	6209.53
(-) Gastos Administrativos		7352.56	7759.16	8188.24	8641.05	9118.90
(-) Gastos de Ventas		1380.00	1456.31	1536.85	1621.84	1711.52
(-) Depreciación		365.31	365.31	365.31	706.98	706.98
(-) Amortización		193.00	193.00	193.00	193.00	193.00
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. A LA RENTA		8884.59	10953.04	13324.51	15697.12	18798.97
(-) 25% impuesto a la renta		2221.15	2738.26	3331.13	3924.28	4699.74
UTILIDAD NETA		6663.45	8214.78	9993.38	11772.84	14099.23
Depreciación		365.31	365.31	365.31	706.98	706.98
Amortización		193.00	193.00	193.00	193.00	193.00
Aporte Propio	-\$ 12,929.40					
Valor de Salvamento						213.40
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 12,929.40	7221.76	8773.09	10551.69	12672.82	15212.60

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.6. EVALUACION FINANCIERA

Para determinar si el proyecto es factible o no de realizar, es importante aplicar la evaluación financiera, para lo cual se vale de cálculos primordiales como: (VAN-TIR- periodo de recuperación, Relación Beneficio Costo, Punto de Equilibrio y periodo de recuperación).

3.6.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Aspecto muy importante dentro de la evaluación financiero, permite conocer la tasa de riesgo que asume el proyecto a ejecutar, esta sirve para los diferentes cálculos de los indicadores financieros.

CUADRO # 21
FACTOR DE DESCUENTO

Se considera lo siguiente:		
Inflación=	5,53	
Tasa pasiva=	4,53	
Riesgo=	8,37	
Total=	18,43%	0,1843

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.6.2. Valor actual neto (VAN)

Se refiere al valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Se consideran los siguientes criterios.

- ❖ Si el VAN es positivo, se acepta el proyecto, es decir es conveniente financieramente.
- ❖ Si el VAN es negativo, no conviene financieramente llevar a cabo el proyecto.
- ❖ Si el VAN es cero, es indiferente el proyecto, en ese caso la decisión queda a criterio del inversionista.
- ❖ Para calcular el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{FNA} / (1 + \text{Factor de descuento})^n$$

De donde:

VAN: Valor Actual Neto

FNA: Flujo neto anual

n= Año de inversión

CUADRO # 22
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	%	VAN
0	-12929,40		-12929,40
1	7221,76	0,1843	6097,91
2	8773,09	0,1843	6255,03
3	8773,09	0,1843	5281,62
4	12672,82	0,1843	6442,08
5	15212,60	0,1843	6529,73
VAN			17676,97

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

El VAN del presente proyecto asciende a \$ 17676,97 mayor a 0, por lo tanto el proyecto debe aprobarse.

3.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés a la cual se descuenta los flujos de efectivo generados por el proyecto durante su vida útil, para que se igualen con la inversión.

Criterio que se utiliza para tomar decisiones de aceptación o rechazo del proyecto:

- ❖ Si la TIR es $>$ que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- ❖ Si la TIR es $<$ que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.
- ❖ Si la TIR es $=$ que el costo de oportunidad o de capital, será criterio del inversionista.

CUADRO # 23

VAN a una Tasa Mínima y a una Tasa Máxima

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	TASA MIN.86%	VAN	TASA MÁX87%	VAN
0	-12929,40		-12929,40		-12929,40
1	7221,76	0,69	4273,23	0,70	4248,09
2	8773,09	0,69	3071,70	0,70	3035,67
3	10551,69	0,69	2186,06	0,70	2147,71
4	12672,82	0,69	1553,55	0,70	1517,32
5	15212,60	0,69	1103,49	0,70	1071,42
VAN			-\$ 741,36		-\$ 909,19

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

$$TIR = \text{Tasa inferior} + (\text{Tasa mayor} - \text{Tasa inferior}) * \frac{VAN(-)}{VAN(-) - VAN(+)}$$

$$TIR = 0,69 + (0,70 - 0,69) * \frac{-741,36}{741,36 - 909,19}$$

$$TIR = 0,69 + 0,01 * \frac{-741,36}{-167,83}$$

$$TIR = 0,69 - 4,41738$$

$$TIR = 0,69 - 0,0442$$

$$TIR = 0,65$$

$$TIR = 0,65 * 100$$

$$\mathbf{TIR = 65 \%}$$

La TIR del proyecto asciende a 65 %, es mayor que el costo de oportunidad del capital (18,43%), esto demuestra que la inversión si genera un rendimiento importante, por lo tanto debe ejecutarse.

3.6.4. Relación costo - beneficio

Permite conocer el porcentaje de devolución monetaria que ofrece el proyecto por su inversión.

Se obtiene utilizando la siguiente fórmula:

$$\mathbf{BC= Ingresos Actualizados / Gastos Actualizados}$$

CUADRO # 24

Ingresos y Costos Actualizados						
Año	Ingreso	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Gastos	Factor de Actualización	Gastos Actualizados
1	74698,20	0,1843	13766,88	65813,61	0,1843	12129,45
2	83811,38	0,1843	15446,44	78141,95	0,1843	14401,56
3	94036,37	0,1843	17330,90	86287,65	0,1843	15902,81
4	105508,81	0,1843	19445,27	95695,82	0,1843	17636,74
5	118380,88	0,1843	21817,60	105791,44	0,1843	19497,36
			87807,09			79567,92

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

$$C/B = 1,10$$

El Costo beneficio del proyecto es de \$ 1,10 lo que significa que, por cada dólar invertido, vamos a tener un rendimiento de \$ 1,10 en tal virtud si se puede poner el proyecto en marcha.

3.6.5. Punto de equilibrio

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los gastos del proyecto, a este nivel no existe ni pérdida ni ganancia.

CUADRO # 25

INGRESOS

INGRESOS			
Producto	Cant	Precio	Total Ingreso
Valor por venta de quintales de café	324	230,55	74698,20
Total			74698,20

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 26

COSTOS FIJOS

Detalle	Total
Sueldo Gerente	5877,30
Sueldo trabajadores	4951,74
Amortización	193,00
Depreciación	365,31
Total	11387,35

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 27

COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES	
Detalle	Total
Costo de compra del café	51516,00
Suministros y Materiales	71,50
Suministros de Aseo y Limpieza	51,00
Publicidad	1380,00
Servicios básicos	662,76
Transporte	420,00
Viáticos	270,00
Mantenimiento activos fijos	55,00
Total	54426,26

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

En función del número de unidades vendidas:

$$PE = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{11387,35}{230,55 - 167,98}$$

$$PE = \frac{11387,35}{62,57}$$

PE = 182 quintales de café a vender

3.6.5. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación es el tiempo necesario para que el proyecto de implementación de la comercializadora pueda recuperar su inversión inicial.

CUADRO # 24
Flujos de Caja
Actualizados y Acumulados

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	%	VAN
0	-12929,40		-12929,40
1	7221,76	0,1843	6097,91
2	8773,09	0,1843	6255,03
3	10551,69	0,1843	6352,39
4	12672,82	0,1843	6442,08
5	15212,60	0,1843	6529,73
TOTAL			18747,73

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{suma de los primeros flujos}}{\text{Flujo neto que supera la inversión}}$$

$$PRC = 2 + \frac{12929,40 - 6097,91}{8773,09}$$

$$PRC = 2 + \frac{6831,49}{8773,09}$$

$$PRC = 2 + 0,77868681$$

$$PRC = 2,78 \quad 2 \text{ años}$$

$$PRC = 0,78 \quad 9 \text{ mes}$$

$$PRC = 0,36 \quad 10 \text{ días}$$

El proyecto se recuperará en 2 años, 9 meses, 10 días; tiempo mínimo de 5 años, en el cual se está evaluando el proyecto; por lo tanto es aceptado.

3.7. Implementación y evaluación del sistema de comercialización

3.7.1. Cronograma

**CUADRO # 25
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA
ASOCIACIÓN “Mercedes de Jesús Molina”**

ACTIVIDADES	Junio		Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
Presentación del Proyecto a todos los socios.	■																	
Reunión de todos los socios y el presidente, para poner en práctica la propuesta.		■																
Adecuar las instalaciones o la oficina de la casa comunal para mejorar la comodidad de sus socios.			■															
Visitar a los supermercados, tiendas en donde se va a vender el producto a nivel de cantón y provincia para luego hacerlo fuera de la provincia.				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Análisis de los resultados obtenidos por la implementación del mencionado sistema de comercialización																	■	
Evaluación																	■	

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

3.7.2. Evaluación.

Para poder ejecutar el proyecto de comercialización es necesario hacer una evaluación y un control entre lo planificado y lo ejecutado, antes y después del proceso de investigación, lo cual servirá como punto de referencia para que los integrantes de la asociación se den cuenta si en realidad hay una diferencia cualitativa y cuantitativa en el proyecto implantado.

Mediante una reunión entre el presidente y los productores de la asociación se hace un análisis comparativo entre los datos que tienen que ver con la producción, fluctuación del precio y evolución de las ventas, para contrastar los resultados previos al proceso con los datos posteriores y así conocer la eficacia a corto o mediano plazo. Así mismo una evaluación al plan de marketing al final del año para conocer las áreas en las que se debe mejorar si es necesario o continuar con las actividades que arrojan buenos resultados, esta información será valiosa para realizar las modificaciones o ajustes adecuados.

Para concluir con la evaluación se debe hacer una revisión completa en el estudio económico y los indicadores financieros para saber si permanecen los resultados o hay alguna alteración.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Como resultado del presente trabajo se concluye lo siguiente:

- ✓ El actual proyecto pretende ofrecer un sistema de comercialización para la “Asociación Mercedes de Jesús Molina”, que permita determinar la calidad y cantidad de café que se puede vender anualmente que es de 324 qq anualmente.
- ✓ La Asociación Mercedes de Jesús Molina ha tomado la atinada decisión de implementar un sistema de comercialización que cumpla con el objetivo planteado como es el de fortalecer el proceso productivo del café, para el mejoramiento y crecimiento de la Asociación antes mencionada.
- ✓ De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, se concluye que una gran parte 85% de consumidores compran café de tipo arábigo en gran cantidad, mientras que el 15% restante, adquiere café robusta.
- ✓ Debido a que el cantón Espíndola es uno de los sectores con gran producción de café, se concluye que existen Asociaciones dedicadas a la producción y comercialización de café, tales son PROCAFEQ. CAFECOM, APROCAIRO, las que representan competencia para la Asociación.
- ✓ En este proceso investigativo se ha descubierto la necesidad de diseñar planes de marketing (precio, plaza, publicidad) y de presupuesto, realizando un análisis de la competencia y los consumidores.

- ✓ La inversión que se requiere para poner en marcha el proyecto de comercialización es de \$ 12929,40.

- ✓ El proyecto es factible puesto que el Valor actual neto (VAN) es \$17676,97 mayor a cero por lo tanto debe aprobarse el proyecto, así mismo la Tasa interna de retorno (TIR) asciende a 65% y la inversión se recuperará en el tiempo de 2 años, 9 meses y 10 días.

- ✓ Se concluye que es importante la implementación del sistema de comercialización ya que la asociación “Mercedes de Jesús Molina” tendrá beneficios como: la venta del café al por mayor y a precios justos, así mismo posicionarse en mercados que aseguren un futuro comercial, entre otros.

RECOMENDACIONES

Según los resultados obtenidos mediante el desarrollo de la investigación es conveniente plantear las siguientes recomendaciones

- ✓ Que el presidente mediante una reunión con todos los socios de la Asociación difunda la propuesta del sistema de comercialización, el mismo que abarca un plan de marketing que viabilice su posicionamiento total en el mercado.
- ✓ Realizar capacitaciones sobre la producción de café de tipo arábigo para que así los productores se decidan por la producción específicamente de esta especie, siendo esta una de las variedades con mayor demanda.
- ✓ Aprovechar al máximo el optimismo de los socios que pertenecen a la asociación como también del presidente, los mismos que están dispuestos a colaborar con la propuesta de implementar un sistema que mejore el funcionamiento y facilite la comercialización del café beneficiando a la asociación y a los involucrados en ella.
- ✓ Se debe incentivar a los productores que aun no son parte de la asociación, dando a conocer las ventajas de pertenecer a la asociación las que incluyen venta segura del café, precios justos, esto con la finalidad de que formen parte de ella y así tener café en gran volumen y poder satisfacer la demanda existente.
- ✓ Es necesario evaluar la posibilidad de comercializar el café fuera de la provincia esto a través de campañas publicitarias por los medios masivos como son radio, televisión entrando así a posicionarse en un mercado a nivel nacional.

- ✓ Se recomienda capacitar al personal encargado de las ventas para que pueda llegar a una gran parte de organizaciones dedicadas a la compra-venta de café y con facilidad ofrecer el café que produce la asociación “Mercedes de Jesús Molina”, con la finalidad de ampliar el número de compradores, teniendo así más alternativas de precios a la hora de vender el café.

BIBLIOGRAFÍA.

- ✓ Actas de constitución de la Asociación “Mercedes de Jesús Molina”
- ✓ Actas de reuniones de la asociación “ Mercedes de Jesús Molina”
- ✓ COFENAC. *Consejo Cafetalero Nacional-Café exportadores ecuador- Café ecuador.*
- ✓ Chang. R.; (1996). *Mejora Continua de Procesos*, Editorial Granica. Editorial McGraw.
- ✓ Documentos de Café Turismo- coffee work de la parroquia El Airo.
- ✓ Kaplan. R.; (2000). *La Organización Enfocada en la Estrategia.*
- ✓ Koontz.; (1998). *Administración una Perspectiva Global.*
- ✓ *Producción sostenible de café PROCAFEQ 2010 pág 5*
- ✓ Saltos N., L, Vásquez, (2010). *Ecuador y su realidad*, fundación José Peralta
- ✓ Thompson.; (2004). *Administración Estratégica.*

PAGINAS WEB

- ✓ Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Comercializaci%C3%B3n_agr%C3%ADcola
- ✓ Disponible en: [http://www.fapecafes.org.ec/index.php?page=tipos-de-cafes.](http://www.fapecafes.org.ec/index.php?page=tipos-de-cafes)
- ✓ Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Arch. Latte_ art.jp](http://es.wikipedia.org/wiki/Arch._Latte_art.jp)
- ✓ Disponible en: [http://café_imagenes.com.](http://café_imagenes.com)
- ✓ *Disponible en: es.wikipedia.org/wiki/Efectos_del_café_en_la_salud*
- ✓ Disponible en: *Bayas: es.wikipedia.org/wiki/Baya*

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Dirigida a los productores.

Objetivo: Implementar un sistema de comercialización del café en la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” de la parroquia el Airo.

Lugar y fecha: Cariamanga 23 de septiembre del 2011

ENCUESTA #.....

1.- ¿Cuántos quintales de café Usted cosecha anualmente?

- a) 1 a 10 qq ()
- b) 11 a 20 qq ()
- c) Más de 21 qq ()

2.- ¿Qué tipo de café produce?

- a) Arábigo ()
- b) Robusta ()
- c) Otros (especifique).....

3.- ¿Actualmente qué medio de comercialización para vender el café utiliza?

- a) A través de la Asociación ()
- b) Directamente ()
- c) Intermediarios ()
- d) Otros ()

Especifique.....

4.- Según la alternativa que escogió en la pregunta anterior ¿cree usted que es el medio de comercialización más idóneo?

- a) SI ()
- b) NO ()

Porque.....
.....

5.- ¿Cuál es el precio que recibe usted por su producto?

- a) 200 a 220 dólares ()
- b) 221 a 240 dólares ()

c) Más de 241 dólares ()

6.- ¿Está usted conforme con el precio que recibe por el producto?

a) SI ()

b) NO ()

7.- Qué factores sería necesarios para apoyar su labor de productor?

a) Precio del quintal de acuerdo al mercado ()

b) Pago oportuno ()

c) Apoyo a los productores con capacitación ()

d) Financiamiento ()

d) Otros ()

Cuáles.....

8.- ¿Cuál debería ser el canal o medio para comercializar el café?

a) tiendas ()

b) supermercados ()

c) piladoras ()

d) otros ()

GRACIAS

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Dirigida al presidente.

Objetivo: Implementar un sistema de comercialización del café en la Asociación "Mercedes de Jesús Molina" de la parroquia el Airo.

Lugar y fecha: Cariamanga 23 de septiembre del 2011

ENCUESTA #.....

1. ¿Actualmente que sistema utiliza la asociación para comercializar el café?

a) Directo de la asociación. ()

b) A través de FAPECAFÉS ()

c) A través de CAFECOM ()

d) Otros Intermediarios ()

Especifique.....

2. ¿Considera que los miembros de la asociación están conformes con el sistema utilizado?
- a) SI ()
- b) NO ()
- Porque?.....
-
3. ¿Invierte la asociación en publicidad para comercializar el producto?
- a) SI ()
- b) NO ()
- Porque?.....
-
4. ¿Quiénes conforman la asociación conocen plenamente los procesos de comercialización del producto?
- a) SI ()
- b) NO ()
- Porque?.....
-
5. ¿Si utiliza la publicidad para ofertar el café, que medio considera que es el más competente?
- a) Radio ()
- b) Televisión ()
- c) Periódico ()
- d) Afiches ()
- e) Ferias ()
- f) Otros ()
6. ¿Le gustaría que el café que vende la asociación se comercializara fuera de la provincia?
- a) SI ()
- b) NO ()
- Porque?.....
-
7. ¿Qué tipo de café tiene más aceptación en el mercado?
- a) Arábigo ()
- b) Robusta ()
- c) Otros ()
- Especifique.....
-
8. ¿La asociación recibe financiamiento externo?
- a) SI ()
- b) NO ()
9. Cuáles son los ingresos que percibe anualmente la organización por la venta del café
- a) Hasta 5000 dólares ()
- b) De 5001 hasta 10000 ()
- c) Más de 10000 ()
10. ¿Cuál de estas ventajas considera que es más representativa para los productores al ser parte de la asociación?
- a) Tener asegurada la venta de café ()

- b) Recibir precios más justos ()
- c) Mejor rentabilidad ()
- d) Otras ()

Especifique.....

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Dirigida a los compradores.

Objetivo: Implementar un sistema de comercialización del café en la Asociación “Mercedes de Jesús Molina” de la parroquia el Airo.

Lugar y fecha: -----

ENCUESTA #.....

1. ¿Qué tipo de café adquiere?
 - a) Arábigo ()
 - b) Robusta ()
2. ¿A qué organización adquiere usted el café?
 - a) Mercedes de Jesús Molina ()
 - b) PROCAFÉ ()
 - c) APROCAIRO ()
3. ¿Cuál es el precio que paga usted por el quintal de café?
 - a) 200 a 220 dólares ()
 - b) 221 a 240 dólares ()
 - c) Más de 241 dólares ()
4. ¿Qué cantidad de café usted compra anualmente?
 - a) Hasta 10 qq ()
 - b) 11 a 30 qq ()
 - c) 31 a 35 qq ()
 - d) Más de 35 qq ()
5. Considera usted que la calidad de café que le ofrecen es:
 - a) Mala ()
 - b) Buena ()
 - c) Excelente ()
6. Le gustaría obtener el café directamente de:
 - a) La asociación ()
 - b) ()
 - c) De productor a comerciante ()
 - d) De otros intermediarios ()

7. ¿Está conforme con proceso actual de compra?
a) SI ()
b) NO ()
Porqué.....
8. ¿Estaría dispuesto a colaborar con la asociación para mejorar la calidad del café?
a) SI ()
b) NO ()
9. En caso de que en la pregunta anterior su respuesta es positiva ¿en qué aspectos colaboraría?
a) Asesoramiento técnico ()
b) Apoyo financiero ()
c) Con publicidad ()
d) Con propaganda ()
e) Asesoría comercial ()
f) Transporte ()
g) Otros ()
Especifique.....
10. ¿Considera que se debe mejorar el proceso de comercialización del café?
a) SI ()
b) NO ()

Gracias

ANEXO 4

Gráfico # 1



Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

Gráfico # 2



Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

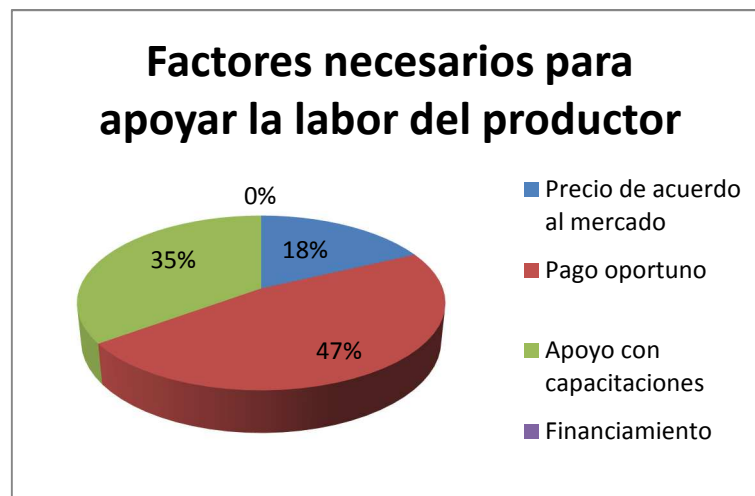
Gráfico # 3



Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

Gráfico # 4



Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

Gráfico # 5



Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

ANEXO 5

CUADROS DEL PRESUPUESTO PARA INVERSIÓN INICIAL MENSUAL

CUADRO # 1
PRESUPUESTO MUEBLES Y ENCERES

ESPECIFICACIONES	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Escritorios	1	250.00	250.00
Sillas	6	12.00	72.00
Archivadores de 4 gavetas	1	180.00	180.00
Sub Total			502.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 2
PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

ESPECIFICACIONES	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Computadoras de escritorio	1	750.00	750.00
Impresora	1	75.00	75.00
Sub Total			825.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 3
PRESUPUESTO EQUIPO DE OFICINA

ESPECIFICACIONES	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Teléfono	1	12.00	12.00
Sumadora	1	65.00	65.00
Sub Total			77.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

**CUADRO # 4
PRESUPUESTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

ESPECIFICACIONES	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Balanza	1	650.00	650.00
Medidor de humedad	1	80.00	80.00
Sub Total			730.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

**CUADRO # 5
PRESUPUESTO
SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA**

ESPECIFICACIONES	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor mensual	Cantidad anual	Valor Anual
Resma de hojas papel bond	1	3.50	3.50	3	10.50
Caja de esferos	1	3.50	3.50	2	7.00
Caja de clic	1	0.50	0.50	2	1.00
Goma grande	1	0.80	0.80	2	1.60
Caja de grapas	1	0.70	0.70	2	1.40
Carpetas folder	12	0.35	4.20	2	8.40
Borrador liquido	1	0.80	0.80	2	1.60
Tooners de tinta para imprimir	1	8.00	8.00	2	16.00
Flash memory	1	12.00	12.00	2	24.00
TOTAL		30.15	34.00		71.50

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

**CUADRO # 6
PRESUPUESTO
MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA**

ESPECIFICACIONES	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor mensual	Cantidad anual	Valor Anual
Escobas	1	1.50	1.50	2	3.00
Trapeadores	1	1.50	1.50	2	3.00
Basurero	1	10.00	10.00	1	10.00
Franelas	1	1.50	1.50	2	3.00
Desodorisantes	1	8.00	8.00	2	16.00
Fundas para basura	50	0.05	2.50	2	5.00
Papel higiénico	1	2.75	2.75	4	11.00

Sub total			27.75		51.00
------------------	--	--	--------------	--	--------------

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 7

Forma de aportación inicial de quintales de café para ejecutar el negocio

Costo del café	Cantidad inicial	Costo unitario	Valor mensual
18 socios aportarán con 3 quintales cada uno	54	159	8586.00
Sub total	54		8586.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 8

Compra del café al primer año de ejecución del proyecto

Costo de compra del café	Cantidad anual	Costo unitario	Valor anual
Costo de compra del café	324	159	51516.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 9

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

ESPECIFICACIONES	Valor mensual	Cantidad anual	Valor Anual
Agua	5.23	12	62.76
Luz	25.00	12	300.00
Teléfono	25.00	12	300.00
TOTAL	55.23		662.76

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón.

CUADRO # 10

MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

ESPECIFICACIONES	Valor mensual	Cantidad anual	Valor Anual
Equipos de oficina	5.00	1	5.00
Equipos de computación	25.00	2	50.00
TOTAL	30.00		55.00

Fuente: Cotización

Elaboración: Lady Merino y José Girón