

**EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA PARA LA COMERCIALIZACIÓN
DE LA ANADARA TUBERCULOSA O CONCHA DESDE EL MUNICIPIO DE
FRANCISCO PIZARRO (NARIÑO) HACIA LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL
ECUADOR PERIODO 2006-2007**

MARIA SOLANYE MOSQUERA PRECIADO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
SAN JUAN DE PASTO
2007**

**EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA PARA LA COMERCIALIZACIÓN
DE LA ANADARA TUBERCULOSA O CONCHA DESDE EL MUNICIPIO DE
FRANCISCO PIZARRO (NARIÑO) HACIA LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL
ECUADOR PERIODO 2006-2007**

MARIA SOLANYE MOSQUERA PRECIADO

**Trabajo de grado para optar al título de
Economista**

**Asesor
JOSE EVELIO AGUIÑO BORJA
Economista
Especialista en Finanzas**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
SAN JUAN DE PASTO
2007**

Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado, son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Artículo 1° del acuerdo Número 32 de octubre 11 de 1966 emanada del Honorable consejo directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Noviembre de 2007

DEDICATORIA

A dios por darme la fortaleza para seguir adelante, a mi esposo José Evelio Aguiño Borja y a mi hijo Carlos David por su apoyo incondicional.

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCIÓN	18
1. TÍTULO	19
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	21
3. MARCO DE REFERENCIA	21
3.1 MARCO TEÓRICO	25
3.2 MARCO LEGAL	25
3.2.1 De Las Regulaciones, Procedimientos Y Trámites Del Sector De Comercio, Industria Y Turismo (Ley 962 De 2005)	27
3.2.2 Requisitos para exportar al ecuador	28
3.3 MARCO CONTEXTUAL	30
3.3.1 Ubicación geográfica del municipio de Francisco Pizarro	33
3.3.2 División Política y administrativa	34
3.3.3 Historia	35
3.4. MARCO CONCEPTUAL	35
4. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	36
5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	37
6. OBJETIVOS	38
6.1 OBJETIVO GENERAL	38

6.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	38
7.	JUSTIFICACIÓN	39
8.	COBERTURA DEL ESTUDIO	41
9.	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	42
9.1.	TIPO DE ESTUDIO	42
9.2	FUENTES DE INVESTIGACIÓN	42
9.3	TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS	42
9.4	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	43
10.	ESTUDIO DE MERCADO	44
10.1	EL PRODUCTO	44
10.2	ANÁLISIS DE ATRACTIVIDAD	45
10.3	DISTRIBUCIÓN GEOGRAFICA DEL MERCADO DE CONSUMO DEL PRODUCTO CONCHA	46
10.4	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	46
10.5	ROYECCIÓN DE LA DEMANDA	50
10.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
10.6.1	Exportaciones	51
10.6.2	Procedimientos para exportar la concha	52
10.6.3	Canales De Comercialización	53
10.7	LOS PRECIOS	54
10.8	TRANSPORTE	56
10.9	PUBLICIDAD	58
10.10	COMPETENCIA	58

11.	ESTUDIO TÉCNICO	60
11.1	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	60
11.1.1	Producción	60
11.1.2	vías de comunicación	60
11.1.3	Facilidad de servicio	60
11.2	TAMAÑO DEL PROYECTO	61
11.2.1	Capacidad de almacenamiento	61
11.2.2	Disponibilidad de Materia primas	61
11.3	INGENIERIA DEL PROYECTO	61
12.	ESTUDIO ECONÓMICO	63
12.1	INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS	63
12.2	COSTOS DE PRODUCCIÓN	64
12.3	CAPITAL DE TRABAJO	66
12.4	INGRESOS	72
12.5	ESTADO ECONÓMICO O DE RESULTADO	75
12.6	BALANCE	74
13.	DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL PRODUCTO CONCHA	76
13.1	JUNTA DIRECTIVA	76
13.1.1	Naturaleza Y Objeto De La Junta Directiva	76
13.1.2	Funciones Generales De La Junta Directiva	76
13.2	GERENCIA GENERAL	76

13.2.1 Naturaleza y objeto de la Gerencia General	76
13.2.2 Funciones generales del gerente	77
13.3 UNIDAD ADMINISTRATIVA	77
13.3.1 Naturaleza Y Objeto De La Unidad Administrativa Y Financiera	77
13.3.2 Funciones	77
13.4 SECCIÓN PERSONAL	77
13.4.1 Funciones	77
13.5 SERVICIOS GENERALES	78
13.5.1 Funciones	78
13.6 DIVISIÓN FINANCIERA	78
13.6.1 Naturaleza Y Objeto De La División Financiera	78
13.6.2 Funciones De La División Financiera	78
13.7 UNIDAD COMERCIAL	78
13.7.1 Naturaleza Y Objeto De La Unidad Comercial	78
13.7.2 Funciones	78
14. EVALUACIÓN ECONÓMICA	80
14.1 MÉTODO DEL VALOR PRESENTE NETO	80
14.2 MÉTODO DE LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)	81
14.3 RENTABILIDAD REAL (RR)	82
14.4 TASA VERDADERA DE RENTABILIDAD (TVR)	83
14.5 RENTABILIDAD REAL AJUSTADA (RRA)	83
14.6 MÉTODO DE LA RELACIÓN BENEFICIO / COSTO	83

14.7	MÉTODO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN	84
14.8	ÍNDICES FINANCIEROS	86
14.8.1	Índice De Liquidez	86
14.9	PRUEBA ÁCIDA	87
14.10	ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO	87
14.11	ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	88
14.12	ÍNDICES DE RENTABILIDA	88
14.12.1	Margen De Utilidad Sobre Las Ventas	88
14.12.2	Retorno Sobre la inversión (ROA)	88
14.12.3	Retorno sobre el patrimonio. (ROE)	89
15.	FINANCIACIÓN	90
16.	LA MEDICION DEL RIESGO	91
	CONCLUSIONES	94
	RECOMENDACIONES	96
	BIBLIOGRAFÍA	98

LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO	34

LISTA DE GRÁFICOS

	Pag.
Gráfica 1. PARTICIPACIÓN CONSUMO DE CONCHAS DE LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR	47
Gráfica 2. FLUJOGRAMA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CONCHA	53
Gráfica 3. GRÁFICA PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO	71

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. CONSUMO ANUAL DE CONCHAS DE LAS FAMILIAS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR	46
Cuadro 2. PARTICIPACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE LA COSTA PACIFICA COLOMBIANA Y PUERTOS EN LA DEMANDA DEL ECUADOR	47
Cuadro 3. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA	49
Cuadro 4. CAPTURA ANUAL DE CONCHA EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO (NARIÑO)	51
Cuadro 5. PRECIO DE VENTA DE LOS INTERMEDIARIOS DEL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO EN ESMERALDA	55
Cuadro 6. COSTO ANUAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DE LA ZONA RURAL A LA URBANA EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO	56
Cuadro 7. COSTO ANUAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DEL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO HASTA TUMACO	56
Cuadro 8. COSTO ANUAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DE TUMACO AL ECUADOR	57
Cuadro 9. COSTO TOTAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DE PIZARRO AL ECUADOR	57
Cuadro 10. INVERSIONES EN PUBLICIDAD	58
Cuadro 11. PRODUCCIÓN	60
Cuadro 12. INVERSIONES DEL PROYECTO	63
Cuadro 13. COSTO DE EMPAQUES	64
Cuadro 14. COSTO DE MATERIA PRIMA EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO	65
Cuadro 15. COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	65

Cuadro 16. GASTOS ADMINISTRATIVOS	66
Cuadro 17. COSTO DE GASOLINA ANUAL	66
Cuadro 18. DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	67
Cuadro 19. DEPRECIACIÓN ANUAL	67
Cuadro 20. COSTO DE NAYLON ANUAL	67
Cuadro 21. DOTACIÓN ANUAL	68
Cuadro 22. COSTOS EN TERMINOS FOB Y CIF	68
Cuadro 23. COSTOS FIJOS	69
Cuadro 24. COSTOS VARIABLES	69
Cuadro 25. CÁLCULO DEL P.DE EQUILIBRIO A TRAVEZ DEL COSTO FIJO	71
Cuadro 26. INGRESOS ANUALES DE LA EXPORTACION DE CONCHA	72
Cuadro 27. UTILIDAD ANTES DE INTERES E IMPUESTOS	73
Cuadro 28. ESTADO ECONÓMICO PROYECTADOS	74
Cuadro 29. BALANCE PROYECTADO	75
Cuadro 30. BALANCE 2007	75
Cuadro 31. RENTABILIDAD REAL	83
Cuadro 32. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	85
Cuadro 33. CÁLCULO DEL EBITDA	86
Cuadro 34. ÍNDICE DE LIQUIDEZ	86
Cuadro 35. ENDEUDAMIENTO SOBRE EL CAPIITAL	87
Cuadro 36. MARGEN DE UTILIDAD SOBRE VENTA	88
Cuadro 37. CÁLCULO DEL ROA	89
Cuadro 38. CÁLCULO DEL ROE	89

Cuadro 39. SIMULACIONES DE RIESGO	92
Cuadro 40. SIMULACIONES DE RIESGO.	92

RESUMEN

El trabajo de grado consiste en mirar la viabilidad económica y financiera de comercializar el producto concha desde el municipio de Francisco Pizarro hacia los principales mercados del Ecuador. El estudio muestra que los intermediarios minoristas y mayoristas del municipio son los más favorecidos en comparación con los concheros ya que son los que obtienen la mayor rentabilidad por la venta del producto en el Ecuador. Al hacer los respectivos cálculos de los indicadores económicos y financieros el proyecto muestra que es viable comercializar el producto de manera económica y financiera dado que durante la vida útil del proyecto, el VAN es positivo, y la TIR es de 685% lo que indica que el proyecto es rentable, por lo tanto los potenciales inversionistas y socios podrán invertir en el proyecto. De igual manera el periodo de recuperación de la inversión se da en el primer año más exactamente en los primeros tres meses de operación de la empresa lo que hace más atractivo el proyecto.

La empresa entraría al mercado mejorando el precio de compra del producto a los concheros con el fin de contrarrestar a los intermediarios ilegales y además retribuir el esfuerzo de las personas que se dedican a esta actividad ya que son los menos favorecidos.

Se estima que partir del año 2007 hasta el 2010 la oferta se incrementa siempre y cuando se descontamine la bahía y las personas dedicadas a esta actividad tomen conciencia de no capturar las que todavía no han logrado reproducirse. Ya que son unas de las principales causas de que el esfuerzo de captura de las personas dedicadas a la actividad haya disminuido y por consiguiente los ingresos del capturador.

Una vez constituida la empresa esta debe trabajar mucho la parte organizativa del sector y concientizar a los concheros de la importancia de preservar la especie la cual se ha visto amenazada por los derrames de crudo que han contaminado la bahía y especialmente los manglares en donde nace, crece y se reproduce dado que en el municipio de Francisco Pizarro 3.508 personas derivan sus sustento de esta actividad.

Este es un proyecto que merece una inversión, para incentivar al sector de los concheros ya que se generarían nuevos empleos y la posibilidad de que las personas dedicadas a la actividad mejoren su calidad de vida.

ABSTRACT

The grade work consists on looking at the economic and financial viability of marketing the product shell from the municipality of Francisco Pizarro toward the main markets of the Ecuador. The study shows that the intermediary retailers and wholesalers of the municipality are the most favored in comparison with the concheros since they are those that obtain the biggest profitability for the sale of the product in the Ecuador. When making the respective calculations of the economic and financial indicators the project it shows that it is viable to market the product in an economic and financial way since during the useful life of the project, the VAN is positive, and the TIR is therefore of 685% what indicates that the project is profitable, the potential investors and partners will be able to invest in the project. In a same way the period of recovery of the investment is given more exactly in the first year in the first three months of operation of the company that he/she makes more attractive the project.

The company would enter to the market improving the purchase price from the product to the concheros with the purpose of to counteract the illegal middlemen and to reward the effort of people that you/they are devoted since to this activity they are also the less favored ones.

Is considered that to leave of the year 2007 up to the 2010 the offer is increased provided you descontamine the bay and people dedicate to this activity they take conscience of not capturing those that have not still been able to reproduce. Since they are some of the main causes that the effort of people's capture dedicated to the activity has diminished and consequently the revenues of the captor.

Once constituted the company this he/she should work a lot the organizational part of the sector and to inform to the concheros of the importance of preserving the species which has been threatened by the spills of raw that you/they have contaminated the bay and especially the swamps where is born, grow and she reproduces since in the municipality of Francisco Pizarro 3.508 people derives their sustenance of this activity.

This is a project that it deserves an investment, to motivate to the sector of the concheros since new employments and the possibility they would be generated that people dedicated to the activity improve their quality of life.

INTRODUCCIÓN

Con la presente investigación se pretende conocer y mostrar la viabilidad económica y financiera de comercializar la Anadara Tuberculosa o concha la cual se vende en el mercado de las principales plazas del Ecuador en forma viva, es decir sin ningún tipo de transformación que genere valor agregado, para ello es necesario tener en cuenta los diferentes componentes para mirar su viabilidad económica y financiera de comercializar el producto, como son **el estudio de mercado** el cual nos permite cuantificar y analizar la oferta, la demanda, los precios y la comercialización, de ello se lograra concluir con el comportamiento del mercado, dicha información se obtendrá de fuentes primarias. **En el estudio técnico** se priorizara la localización de la empresa, tamaño e ingeniería del proyecto, **en el estudio económico** se ordena la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y se elaboraran los cuadros analíticos que sirven de base para la **evaluación económica**, se determinan los costos totales y la inversión del proyecto, se calcula el capital de trabajo sus indicadores para saber si el proyecto es viable de manera económica y financiera. Se buscara la mejor organización de la posible empresa una vez los indicadores muestren realmente el alcance de los objetivos. La planeación financiera es necesaria lo cual permite una racionalidad para ayudarles a los directivos financieros a evitar sorpresas y a pensar como reaccionar a situaciones inevitables.

Se calcula la cantidad mínima donde la empresa no tiene ganancias, donde tan solo cubre los costos totales, es decir el punto de equilibrio. Por ultimo se hará el análisis de riesgo donde muestra una relación directa con la teoría financiera donde a mayor riesgo mas utilidades, este criterio es importante de tener en cuenta por la inestabilidad de la economía ecuatoriana que a primera vista puede hacer ver riesgosa la inversión, pero que todo inversionista vive con este riesgo. Sin duda alguna con ello se tendrá las bases sólidas para que los posibles socios y municipio tomen la decisión de invertir en el proyecto.

Para realizar esta investigación se tuvo en cuenta información primaria obtenida de los capturadotes de concha, intermediarios mayoristas tanto del municipio de Francisco Pizarro como del Ecuador y fuentes existentes como textos especializados de evaluación económica y financiera.

1. TÍTULO

Evaluación económica y financiera para la comercialización de la Anadara Tuberculosa o concha desde el Municipio de Francisco Pizarro (Nariño) hacia los principales mercados del Ecuador periodo 2006-2007.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el municipio de Francisco Pizarro la situación socioeconómica de los concheros es precaria, por que el esfuerzo de captura por parte de estas personas es muy bajo por causa de los derrames de crudo que han contaminado la bahía y especialmente los manglares en donde nace crece y se reproduce la especie, además los precios de compra del producto por parte de los intermediarios locales son muy bajos, situación que ha permitido que en promedio sus ingresos no alcancen para el sustento diario y su calidad de vida vaya en franco deterioró. Esta actividad es combinada con la pesca y la agricultura. Los abuelos tan solo la capturaban para su alimentación, pero a medida que los comerciantes Ecuatorianos llegaron al municipio en los años de 1960, se empezó a comercializar al vecino país, que por cierto es donde mas se consume, en las década del 60 al 90 el promedio de captura era bastante alto, una persona podía extraer de los manglares hasta 1000 conchas es decir 10 cientos, hoy en día una persona logra en promedio 100 conchas diarias a un precio de \$ 7.000.

Lo cierto es que el número de concheros a aumentado significativamente en las décadas del 90 y 2000, dado la disminución de los sembríos en la agricultura a consecuencia del maremoto y por que dicha actividad es de pan coger, además la actividad de la concha le permite tener dinero, una vez termina la faena diaria. Cuando la actividad de la pesca no es la mejor la mayoría de los pescadores se dedican a capturar la concha.

Las personas dedicadas a esta actividad son de etnia negra y unos pocos indígenas desplazados esta actividad es realizada por niños con edades entre 8 a 15 años, hombres y mujeres adultos con edades de 15 a 45 años, la gran mayoría son personas analfabetas y se encuentran desprotegidos de todos los servicios sociales como salud educación entre otros. Los intermediarios locales los someten a los precios que ellos estipulan dado a que son personas con un bajo nivel educativo y pleno desconocimiento del mercado, cuando la concha es mediana estos la compran a un precio de \$ 5.000 en el municipio pero este intermediario la vende revuelta en las principales plazas del Ecuador a un precio de 9 dólares obteniendo mayores ganancias.

El nivel de captura se ha agudizado por las continuas contaminaciones del hombre y los derrames de petróleos que han ocasionado la muerte de especies que habitan en los manglares como la *Anadara tuberculosa*, pero con el apoyo de las instituciones y la capacitación de las comunidades sobre la importancia de preservar el medio ambiente el daño será cada vez menor.

3. MARCO DE REFERENCIA

3.1 MARCO TEÓRICO

“Bivalvo, nombre común de cualquier molusco que tenga la concha dividida en dos mitades articuladas por el borde, branquias especializadas en la alimentación y cabeza reducida. Los Bivalvos pertenecen a la clase *Bivalvia* (también llamada Pelecípodos). Se conocen más de 6.000 especies, incluyendo algunas tan conocidas como la almeja, el berberecho, el mejillón, la ostra, la concha de peregrino o vieira y el teredo. Todas ellas son acuáticas, y la mayoría son marinas, pero las formas de agua dulce son también comunes. La longitud de los bivalvos varía desde 1 hasta 10 cm, pero la almeja tropical gigante alcanza los 1,35 m y puede llegar a los 200 Kg. de peso.

La envoltura típica de los bivalvos está dividida en dos conchas o valvas, la derecha y la izquierda, articuladas dorsalmente por una charnela con un ligamento flexible. Las valvas se cierran por la acción de uno o dos músculos fijados a sus caras interiores. Está formada por una capa exterior quitinosa, una capa intermedia de calcita o aragonito, y una capa interior laminada que, en algunas especies, es de nácar. Dos lóbulos de tejido llamados el manto, segregan la concha, formando una espaciosa cavidad en torno al cuerpo.

No existe una cabeza diferenciada, pero en un extremo de la cavidad del manto hay una boca, y detrás de ésta se encuentra un pie empleado para la locomoción. El pie puede también segregar un manojito de fibras, o biso, que el animal emplea para fijarse en un lugar determinado, una roca, por ejemplo. El animal se alimenta mediante un par de branquias, situadas en su parte trasera, capturando pequeñas partículas suspendidas en el agua. Presenta dos tubos, llamados sifones, que absorben y expelen agua y un sistema nervioso sencillo. Las vieras tienen ojos sencillos en el borde del manto, pero los sentidos están poco desarrollados.

Este diseño corporal básico presenta diversas modificaciones. Las ostras se fijan de forma permanente sobre un sustrato (base sobre la que vive un organismo) por una valva y pierden el pie al desarrollarse. Los mejillones se fijan al sustrato por medio del biso. Las vieras nadan cerrando bruscamente las valvas. Algunos bivalvos se entierran profundamente en la arena o el barro. Los que así lo hacen tienen a menudo largos sifones. Los dátilos de mar y los teredos tienen una envoltura modificada en forma de órgano raedor con el que horadan la roca o la madera.

La reproducción suele ser sexual, con sexos separados. El esperma y los huevos son liberados en el agua, donde tiene lugar el desarrollo. El joven bivalvo, o larva,

nada hasta encontrar un hábitat apropiado. En ocasiones, no obstante, se omite la fase larvaria, y los nuevos individuos se desarrollan en la cavidad del manto del adulto.

Hay varias especies de bivalvos importantes para el hombre como fuente de alimento y como presa de peces como el rodaballo y el bacalao. La cubierta se utiliza también para multitud de fines, incluyendo la fabricación de botones. El cultivo de ostras es una industria importante en muchas partes del mundo, no sólo con fines alimenticios, sino también por las perlas que sus mantos segregan en torno a los objetos u organismos intrusos. Unos pocos bivalvos constituyen plagas, sobre todo los teredos, que horadan la madera y dañan o destruyen muelles y barcos.

Los Bivalvos aparecen por primera vez en el registro fósil a finales del cámbrico, hace más de 500 millones de años. No se ha llegado a adoptar universalmente clasificación alguna de las especies vivas, pero la siguiente división en cuatro órdenes, basada en la estructura de las branquias, es muy utilizada. El orden *Protobranchia* está compuesto por bivalvos pequeño y primitivo con branquias sencillas. El orden *Septibranchia* está compuesto por bivalvos que capturan pequeños animales por medio de la succión producida por una branquia modificada. El orden *Filibranchia* presenta una branquia hipertrofiada con filamentos no fusionados. Este orden incluye las ostras, los mejillones y las conchas de peregrino o vieiras. El orden *Eulamelibranchia* presenta una branquia fusionada en una lámina continua. Este orden incluye el mejillón de agua dulce, la mayoría de las almejas y los teredos.

El término *Bivalvo* se aplica también a algunos gasterópodos, a los crustáceos ostra codos y a los braquiópodos.”¹

La comercialización del producto en un comienzo para los pequeños intermediarios era muy riesgosa, dado que la gran mayoría entraban al vecino país con sus embarcaciones de forma ilegal, dado que el colombiano por los problemas de droga en la mayoría de países vecinos son catalogados como personas peligrosas, esta situación le permitía a estos comerciantes llegar hasta la ciudad de San Lorenzo, donde los comerciantes mayoristas Ecuatorianos recibían el producto y lo distribuían a las Principales ciudades del Ecuador, como Quito, Ibarra, esta situación les generaba perdidas dado a que el transporte terrestre era muy largo y el producto llegaba deshidratado y los índices de mortalidad eran del 20%”²

¹ Enciclopedia Microsoft. Encarta 2004

² Instituto nacional de pesca del ecuador

La forma de comercio, se presentaba a través del intercambio, es decir que los comerciantes colombianos vendan el producto en la moneda ecuatoriana es decir el sucre, cuando esta moneda se revaluaba resultaba costoso comprar en el Ecuador, por lo tanto estos preferían cambiar los sures a peso lo cual le permitía tener mayores ganancias, cuando ocurría lo contrario es decir una devaluación, los comerciantes preferían comprar con los sures mercancías ecuatoriana como, arroz, aceite, sal y galletas, estos productos se vendían a los supermercados y tiendas. Con la apertura económica fue posible comercializar de una manera ágil y oportuna directamente con las principales ciudades, lo cual permitió que el índice de mortalidad disminuyera al 1.5% y a la vez los comerciantes ecuatorianos pudieran comprar los productos en nuestros municipios a los minoristas colombianos a unos precios favorables, lo cierto es que esta situación no mejoro las condiciones de vida de las personas que capturan el producto, los favorecidos fueron los capturadores Ecuatorianos, donde en épocas de vedas en el Ecuador estas personas se desplazan a estos municipios Colombianos, la producción es vendida al intermediario colombiano, donde el precio de venta del capturador al minorista es de \$ 6000. Y este ultimo lo vende al mayorista Ecuatoriano a \$ 11.000, el mayorista lo vende entre 9 y 12 dólares en las plazas ecuatorianas, lo cual esta sujeto al tipo de cambio, del peso frente al dólar, la ganancia bruta del mayorista oscila entre el 90% y mas, dado que la moneda que hoy circula es el dólar.

Ecuador empieza a implementar la dolarización en los años 1999, esto con el fin de parar la hiperinflación y lograr la estabilidad macroeconómica, esta situación le permite a los comerciantes tanto minoristas como mayoristas estar al tanto de la política cambiaria.

“Las sociedades de comercialización internacional son aquellas sociedades nacionales mixtas que tienen como objeto la comercialización y venta de productos Colombianos en el exterior, los cuales pueden ser adquiridos en el mercado interno o pueden ser fabricados por productores socios.”³

“Para cumplir con su objeto social estas empresas deben tener vigente en el registro de comercializadoras internacionales del ministerio de comercio exterior. Además, estas sociedades pueden contemplar entre sus actividades la importación de bienes e insumos para abastecer el mercado interno o para la fabricación de productos exportables.”⁴

³ Revista Fedequinas, Edición N. 25 Septiembre – Octubre de 2002, Pág. 24 - 27

⁴ Ministerio de comercio exterior, decreto 093 del 20 enero de 2003

Unas de las formas de generar empleo en el municipio de Francisco Pizarro es a través de la formación de cooperativas por tal razón hay que destacar la importancia que tiene el cooperativismo en las comunidades y como surge este.

El cooperativismo surge con la revolución industrial, cuyos procesos produjo sustanciales cambios tanto económicos como sociales, debido a la instauración del trabajo en la fábrica, el uso de sistemas mecánicos, nuevos medios de transporte, aplicación de la ciencia y los conocimientos empíricos al sistema de producción; generándose un desplazamiento de la mano de obra por la máquina, muchos de los desplazados optaron por nuevas alternativas como las ideas y realizaciones cooperativas.

“En efecto, el apareamiento de la teoría cooperativa y de unos ciertos métodos de organización social en el siglo XIX, expresaron los problemas y grados de desarrollo científico social e ideológico de las nuevas fuerzas sociales fraguado dentro de las experiencias de la revolución industrial”⁵

“En esa época histórica, el cooperativismo aparece como una expresión espontánea y original en el seno de la comunidad, dentro de un contexto de convulsión social y económica, pero como una característica opuesta al entorno como son: Tipo de sociedad justa, democracia y solidaridad.”⁶

Estas formas modernas de organización y empresarial la desarrollaban los diferentes gremios artesanales como también las organizaciones económicas de diversa índole, bajo la dirección de Robert Owen y William King. Uno de los primeros intentos para organizar el sistema cooperativo fue el de Owen, cuyos programas estaban encaminados a lograr una política económica mas justa, que equilibraba el beneficio de la empresa entre el capital y el trabajo.

“El establecimiento de comunidades cooperativas en la producción y el consumo colectivo permitió mejorar salarios para sus obreros, horario de trabajo justo, vivienda saludable, atención y servicios asistenciales extensivos a los familiares y participación de las utilidades de la empresa”.⁷

“Las cooperativas cumplen con una doble función, por un lado desempeñan una función social y por el otro una económica, habría por consiguiente que distinguir en la asociación cooperativa dos elementos conjuntos, primero, una asociación de personas que han reconocido y continúan reconociendo, de una parte la similitud de algunas de sus necesidades y de la otra la

⁵ GARCIA, Antonio. Cooperación Agraria y Estrategia de Desarrollo. Siglo XXI editores. 2ª. Edición

⁶ PINEDA SUAREZ, Carlos. Cooperativismo Mundial: 150 años.

Ediciones Antropos. Bogota, 1994. P. 29

⁷BURGOS María. Cooperativismo y Cooperativa. Ediciones Cultural. Bogota, 1962. P. 40

posibilidad de satisfacerlas mejor por una empresa colectiva que por medios individuales; y segundo, una empresa común cuyo objetivo particular responde precisamente a las necesidades que deben satisfacer.”⁸

“Por lo tanto ellas pretenden lograr objetivos muy generales, como lo son: mejorar las condiciones de vida de sus asociados, elevación de su nivel educativo y cultural, la practica de la justicia económica y social, entre otros, desde este punto de vista la rentabilidad del capital pasa a segundo termino, adquiriendo mayor importancia la satisfacción de las necesidades del grupo propietario.”⁹

Las cooperativas satisfacen las necesidades socio-económicas de la población mediante la producción y distribución de bienes y servicios en el campo agropecuario, industrial y de servicios, estas sociedades cooperativas se pueden clasificar jurídicamente en dos grandes grupos, las cooperativas especializadas, o sea aquellas que se organizan para atender una necesidad económica, social, y cultural; y las multinacionales e integrales que incluyen en su objeto varias necesidades y realizan dos o mas actividades conexas o complementarias entre si.

En cuanto a su clasificación según actividad económica, encontramos aquellas cuyo objetivo es organizar y adelantar la producción de bienes industriales, artesanales, agropecuarios, etc.; otras cuya actividad es la comercialización de los productos elaborados por las cooperativas de producción o por sus afiliados; las cooperativas de transportadores, consumo, educación, ahorro y crédito entre otras, cuyo fin esta orientado a satisfacer las necesidades básica de sus asociados.

3.2 MARCO LEGAL

“Las asociaciones de comercialización internacional, se deben constituir mediante escritura pública, en algunas de las formas jurídicas establecidas en el código del comercio. La constitución deberá hacerse siempre teniendo en cuenta los requisitos de que trata el artículo 1 del decreto 1740 de 1994, modificado parcialmente por el decreto 093 del 20 de enero del 2003, don de se argumenta lo siguiente”.¹⁰

⁸ POVEDA SUAREZ, Carlos. Op. Cit. P. 132

⁹ PALACIOS, Nicolás. La administración en las empresas de la economía solidaria. Ediciones USTA. Universidad Santo Tomas. Bogota. 1994. P. 74

¹⁰ “Colombia, ministerio de comercio exterior, pagina Web

1. RAZON SOCIAL: Es obligatorio incluir dentro de la razón social la expresión “sociedad de comercialización internacional” o en su defecto la sigla “CI”
2. OBJETO SOCIAL PRINCIPAL: Deberá comenzar con el texto: Que tenga por objeto principal la comercialización y ventas de productos colombianos en el exterior, adquiridos por el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas, el resto del objeto social lo redacta la empresa de acuerdo con sus intereses particulares.
3. Registrar la sociedad ante la cámara de comercio de tal manera que en el certificado de existencia y representación legal aparezca la razón social y el objeto social principal tal como se constituyo en el punto anterior.
4. Obtener el NIT ante la DIAN (O LA CAMARA DE COMERCIO), de tal manera que el texto de la razón social coincida con lo inscrito en el certificado de existencia y representación legal.
5. Inscribir la “CI” en el registro Nacional de exportaciones en el MINCOMEX, de manera que los textos de la razón social y el objeto social coincidan con el certificado de existencia y representación legal.
6. Diligenciar completamente el formulario de solicitud de inscripción como una sociedad de comercialización internacional “CI”
7. Elaborar el documento de estudio de mercado

Para obtener el registro se debe solicitar por escrito al ministerio, grupo zonas francas y comercializadoras internacionales, la inscripción de la empresa como una sociedad de comercialización internacional acompañando la solicitud con los siguientes documentos:

- a- Original del certificado de existencia y representación legal vigente
- b- Fotocopia de NIT si lo expidió la DIAN
- c- Copia del registro Nacional de exportaciones actualizado
- d- Original de estudio de mercado
- e- Original de formulario de inscripción como sociedad de comercialización internacional.
- f- Oficio suscrito por el representante legal en donde certifique que hasta la fecha de la sociedad de inscripción en el registro de comercializadora internacional si / no se han expedido compras exentas de IVA Y/O reterfuente y si / no se han expedido certificados al proveedor CP conforme a lo estipulado en el decreto 093 de 2003, modificadorio del decreto 1740 de 1194

g- Manifestación del representante legal en el sentido de que ni ella ni sus representantes han sido sancionados por infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias o de comercio exterior, durante los cinco (5) años anteriores a la representación de solicitud

h- Oficio suscrito por el representante legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el registro de "CI, SI / NO la empresa es usuario industrial de bienes y/o servicios en zona franca.

i- Para agilizar el proceso de registro, la empresa puede adjuntar a la solicitud certificaciones escritas de proveedores, en donde conste tiempo de relación comercial, tipo de contacto o negociación, formas de pago pactadas, productos proveer y autorización para exportarlos.

El ministerio puede practicar visitas en cualquier momento a las instalaciones de la empresa "CI" y se comunicara con los proveedores relacionados en el formulario de solicitud de inscripción

3.2.1 De Las Regulaciones, Procedimientos Y Trámites Del Sector De Comercio, Industria Y Turismo (Ley 962 De 2005):

- ARTÍCULO 59.

RACIONALIZACION DE AUTORIZACIONES Y VISTOS BUENOS PARA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES:

En un término no superior a seis (6) meses a partir de la promulgación de la presente ley, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo coordinará con las entidades correspondientes la consolidación de información sobre vistos buenos previos y autorizaciones estatales a las cuales se encuentran sometidas las importaciones y exportaciones y promoverá la racionalización de los mismos a través de los mecanismos correspondientes acordes con la Constitución Política. Sin perjuicio de las facultades que le corresponde a cada una de las autoridades en el ámbito propio de sus competencias.

Dentro de los tres (3) meses siguientes a la vigencia de la presente ley, las autoridades en las cuales recaigan las competencias sobre vistos buenos y autorizaciones establecerán un esquema de ventanilla y formulario único, que reúna las exigencias y requerimientos de las entidades competentes para la realización de las operaciones de comercio exterior, de tal manera que la respuesta al usuario provenga de una sola entidad, con lo cual se entenderán surtidos los trámites ante las demás entidades.

PARÁGRAFO 1. Todo acto de creación de vistos buenos o autorizaciones para importaciones o exportaciones deberá informarse al momento de su expedición al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

PARÁGRAFO 2. Las entidades ante las cuales los importadores o exportadores deban inscribirse previamente para obtener vistos buenos o autorizaciones para realizar sus operaciones deberán establecer mecanismos para facilitar la consulta de dichas inscripciones o publicarlas Vía Internet y no podrán exigir nuevamente tal inscripción antes sus oficinas ubicadas en los puertos, aeropuertos y zonas fronterizas del país.

3.2.2 Requisitos para exportar al Ecuador. REGISTRO DE FIRMAS EN EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (Trámite por una sola ocasión)

a) Personas naturales

- Cédula de ciudadanía
- Registro Único de Contribuyente (RUC)

b) Personas Jurídicas

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Comunicación del Representante Legal en el que consten nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación

c) Instituciones del Sector Público

- Código de catastro
- Oficio del Representante Legal en el que consten el Código de catastro, los nombres y apellidos y los números de las cédulas de Ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación.

TRAMITES DE EXPORTACIÓN:

A) obtención del visto bueno del formulario único de exportación en la banca privada autorizada por el Banco Central del Ecuador.

- Presentar la declaración de exportación, en el **Formulario Único de Exportación FUE** (original y cinco copias).
- Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.
- No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una **"lista de bultos" (packing list)**, especialmente cuando se

embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.

- Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.

- El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

a) Cuando los productos a exportarse, estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.

b) Cuando los productos a exportarse sean perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de *venta en consignación*.

En estos casos, si se permite que se hagan embarques parciales, dentro del plazo de los 15 días.

B) PROCEDIMIENTO ADUANERO

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la Aduana los trámites para el aforo, mediante la correspondiente declaración y el embarque de los productos.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercancías se embarcan directamente, una vez cumplidas las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

No se permite la salida de la mercancía si el FUE no está respectivamente legalizado.

La Declaración de las mercaderías a exportarse se presenta en la Aduana por parte del interesado, en un plazo, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los siguientes documentos:

- i) Declaración Aduanera (Formulario Único de Exportación)
- ii) Factura comercial, en original y cuatro copias
- iii) Original o copia negociable de la documentación de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, según corresponda).

Los exportadores están obligados a vender en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios, sean o no corresponsales del Banco Central.

Certificados Sanitarios

Certificado Ictiosanitarios para productos del mar y sus derivados, lo confiere el instituto Nacional de Pesca del Ecuador (INPE)

Certificado de calidad: Para productos de mar y derivados lo confiere el Instituto Nacional de Pesca del Ecuador

3.3 MARCO CONTEXTUAL

Según el censo general 2005 realizado por el DANE el municipio de Francisco Pizarro cuenta con una población de 11.453 habitantes de los cuales el 51% se encuentra ubicado en el casco urbano, es decir 5.841 personas y 5.611 en la zona rural representando el 49% del total de la población.

El municipio cuenta con suficientes recursos hídricos necesarios para abastecer la demanda de uso domestico agrícola. Dada su posición geográfica, las fuentes que satisfacen algunas necesidades provienen de chorros donde hay loma como en el casco urbano, hay que destacar que el municipio no cuenta con alcantarillado, las excretas son botadas al río, contaminando las aguas que en su mayoría es consumida por los pobladores de la zona rural perjudicando enormemente la población infantil, en cuanto al tratamiento final de las basuras el problema ambiental no escapa al municipio, tal es el caso que para la disposición final de las basuras en el municipio no existe un sitio definido por lo tanto la colocación final de las basuras se hace en el río o en terrenos abiertos ocasionando graves problemas ambientales. Es necesario mencionar que el sistema de electrificación se da a través de la planta eléctrica ya que no existen sistemas de interconexión, en el municipio no existen vías carreteables, únicamente existen vías marítimas y fluviales. El transporte de pasajero y carga se realiza principalmente con el municipio de Tumaco, por vía marítima mediante embarcaciones de madera que viajan diariamente donde el precio es de \$ 15.000 por persona, en el campo de las

telecomunicaciones con el avance de los celulares en el municipio hay puestos de venta de minuto por celular lo que hace que haya una constante comunicación con el resto del país.

En cuanto a vivienda según cifras del DANE el número de vivienda en 1993 era de 1.431 viviendas. Donde en el casco urbano existían 721 viviendas lo que representa el 49.6%, en la zona rural existían 721 viviendas lo que representa el 50.4%, el crecimiento urbano se proyecta hacia la zona sur de la cabecera municipal debido a que las tierras son firmes y no corren riesgo de inundaciones cuando la marejada es alta.

En Salud en el casco urbano del municipio existe un Centro de Salud que presta el servicio de Medicina general, Laboratorio, Partos, Odontología, Urgencias, Promoción y Prevención. El laboratorio existente es donación de Global Humanitaria, se necesita equipamiento y ampliación a un centro de Salud de mayor nivel con médicos especializados en enfermedades tropicales; materiales quirúrgicos y sala de quirófanos de parto, camas, medicamentos, sillas de rueda baños, capacitación al personal y actualización en rayos x, además se ve la necesidad de construir una casa médica y una sala cuna.

La educación en el municipio presenta en términos generales una serie de problemas, como el deterioro de la infraestructura de los centros educativos, dotación didáctica desactualizada, unidades sanitarias en mal estado y falta de equipamiento. Existe un total de 17 establecimientos educativos de los cuales 14 se ubican en la zona rural y 3 en el casco urbano, en Educación Primaria actualmente el municipio cuenta con 13 escuelas ubicadas estratégicamente en la zona rural y 2 en el casco urbano la única que no posee escuela es la vereda los Brazos, en la educación secundaria en el municipio funciona el Colegio señor del mar, el colegio nocturno Francisco Pizarro y el colegio San pedro del vino estos colegios necesitan de Laboratorio de Química, Dotación de Mobiliarios, Renovación de la biblioteca; En educación superior no existen establecimientos universitarios, en la actualidad la Universidad Mariana ha ampliado su cobertura llegando a los municipios mas lejanos; en la modalidad de larga distancia y carreras en Licenciatura que favorecen a un gran numero de Docentes en toda la región. En Recreación y Deporte el equipamiento urbano del municipio es deficiente, no cuenta con una infraestructura deportiva adecuada, factor que limita las prácticas deportivas, para las prácticas de fútbol se cuenta con una cancha prestada, se practica el baloncesto en un polideportivo en pésimas condiciones. Es necesaria la construcción del estadio municipal. En el municipio de Francisco Pizarro no existe la casa de la cultura, la comunidad viene reclamando su construcción y funcionamiento. Las fiestas más representativas son las del Señor del Mar, los reyes magos, los carnavales entre otras.

Su población es AFROCOLOMBIANA en un 98% y un 2% de mestizos; los bailes típicos son: Danzas, Bambucos y Currulao. La tradición oral juega un papel muy importante en este aspecto; las adivinanzas, los cuentos, las poesías, las décimas,

los mitos y leyendas son aprendidos de generación en generación, entre los más destacados están: La tunda, la Pata sola, el Duende, el Riviel y la Dentona. El 90% de la población profesa la religión Católica y el 10% restante los componen los testigos de Jehová y Alianza Cristiana.

En el municipio de Francisco Pizarro aunque la base de la economía del municipio no es la actividad agrícola muchas familias de la zona rural derivan su sustento diario de esta actividad. La actividad pesquera es la base de la economía del municipio, su práctica es tradicional donde la captura de las diferentes especies una vez comercializadas solo alcanzan para el sustento diario obteniendo el mayor beneficio los intermediarios, también es necesario resaltar que otra fuente de sustento es la extracción de la concha ya que son 877 concheros los que se dedican y viven de esta actividad, el cual es un producto que se comercializa con el vecino país del Ecuador. En esta actividad al igual que en la pesca los mayores beneficiados son los intermediarios. Los diferentes productos que se cultivan son: Plátano, Arroz, Cítricos, Cacao, Coco, Mamey, Borojo. Estos cultivos son de pan coger, los campesinos para buscar mayor rentabilidad desean diversificar cultivos como son: Caña, Yuca.

La comercialización de estos productos es muy difícil debido a la escasez de transporte fluvial y a la sedimentación del río Patia ocasionado por el desbordamiento del canal naranjo. Sus instrumentos de trabajo son rudimentarios lo que hace que disminuya su productividad y por lo tanto se disminuye sus ingresos, se hace necesario la implementación de paquetes tecnológicos para lograr una mayor productividad con lo cual aumentarían sus ingresos, logrando mejorar su nivel de vida.

La pesca artesanal es la principal fuente de ingresos de las familias del casco urbano del municipio, el 65% de la población se dedica a la pesca. No existen organizaciones a nivel de los pescadores, las labores las realizan de forma individual, no existen instalaciones adecuadas para la conservación de los productos, viéndose en la obligación de vender a los intermediarios quienes tienen embarcaciones y lugares especiales para conservar el marisco.

Las principales especies que se capturan son: Peladas, Buriques, Pargos, Corvina, Picuda, Cotudos, la captura de langostino se realiza con embarcaciones menores y unas redes especiales, de mallas electrónicas.

En cuanto al sector comercial este se compone de tiendas, algunos graneros, ventas ambulantes y bares. El comercio de este municipio es incipiente, la mayor parte de los productos de la canasta familiar se adquieren en el municipio de Tumaco para luego ser revendidos, este mayor valor agregado no contribuye al crecimiento económico del municipio.

El sector agroindustrial no se ha desarrollado por cuanto no existe transformación de materias prima, lo que generaría mayor valor agregado y la posibilidad de generar empleo en el municipio. En lo relacionado al turismo es una de las potencialidades con que cuenta el municipio por su ubicación geográfica y estratégica, los principales sitios turísticos son: La isla del gallo, Cascajal, Estero de Sala honda y el Barrio la Playa entre otros. La infraestructura es mínima y no existen programas de promoción de las potencialidades turísticas que tiene el municipio.

Sector forestal: En la década de los años 70 el municipio de Francisco Pizarro se constituyo en uno de los principales centros de explotación y abastecimiento de madera. En la actualidad los bosques se encuentran sobre explotados y la oferta de madera ha disminuido significativamente, existen cuatros aserrios que movilizan alrededor de 10.000M³/ mes de maderas de diferentes espacios.

“La maquinaria de los aserrios esta muy deteriorada lo que ocasiona desperdicios y perdidas de materia primas. La oferta de trabajo en este sub. Sector es mínimo y se realiza en forma temporal y transitoria.”¹¹

3.3.1 Ubicación geográfica del municipio de Francisco Pizarro. Son cinco las regiones que conforman el Departamento de Nariño entre ellas tenemos:

- La región Central, con centro en Pasto
- La región Sur fronteriza, con centro en Ipiales
- La región de la costa pacifica, con centro en Tumaco
- La región Occidental, con centro en Tuquerres
- La región Norte con, centro en la Unión

“El municipio de Francisco Pizarro hace parte del pacifico biogeográfico. Se sitúa entre las fronteras con Panamá por el norte, y con el Ecuador por el sur con longitud aproximada de 1300 kilómetros, correspondiente a la costa sobre el Océano Pacífico al occidente. Sobre el mar Caribe posee también costa en una longitud de 350 kilómetros, con sus correspondientes áreas marinas. Por el oriente tiene como limite la cresta de la cordillera occidental e incluye las serranías del Baudo y Darien, la cuenca del río Atrato y San Juan y finalmente la Zona del alto Sinu y San Jorge, por sus similitudes biofísica”.¹²

¹¹ Plan de Desarrollo 2002-2004 Municipio de Francisco Pizarro

¹² Plan de desarrollo Estratégico de Nariño Pladenar 1994-1998

Francisco Pizarro, se encuentra localizado al Nor-Occidente del Departamento de Nariño, a 2 grados, 0.3 minutos 37 segundos de latitud norte y 78, grados 39 minutos, 29 segundos de longitud Oeste, con respecto al meridiano de Greenwich. Distante 270 Km., de la capital del Departamento de Nariño, con una superficie cercana a las 64.000 Has. Su temperatura media de 28 grados centígrados, y la altitud metros sobre el nivel del mar es de 123, distancia de referencia es de 30 Kilómetros de Tumaco, y a 442 de San Juan de Pasto Capital del Departamento.

El municipio limita: Al Sur con la bahía de Tumaco, al Oriente con los municipios de Roberto Payan y Mosquera, al Occidente con el Océano Pacífico y al Norte con el municipio de Mosquera y el Océano Pacífico. Su extensión municipal es de 2.340 Km², extensión área urbana de 50.73% Km² y el área rural con una extensión de 49.27 Km².

“Su territorio es plano y el suelo está conformado por partículas arcillosas de poca estabilidad, el municipio cuenta con importantes Ríos como Zanja Seca, Patia, Curay, Llanaje y Brazo largo. En cuanto a su formación ecológica esta se encuentra cubierta por bosque húmedo tropical conformado por manglar y guadalupe que contribuye con la biodiversidad del pacífico Colombiano.”¹³

3.3.2 División Política y administrativa. Según su división política y administrativa del municipio de Francisco Pizarro esta dividido o distribuido por una cabecera municipal, corregimientos y veredas de la siguiente manera:

Tabla 1 DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO

CABECERA MUNICIPAL	CORREGIMIENTOS	VEREDAS
Salahonda	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas Blancas • Novillal • Caimito • Vuelta del Gallo • Ramos • Bajo San Ignacio • San Pedro del Vino • Yari • Isla del Gallo 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueblo Nuevo • Pajonal • Cachimbal • Nueva Unión • Los brazos • Balsal • Salahondita • Almejero

¹³ Nariño 93 años

3.3.3 Historia. Respeto a la fundación de Francisco Pizarro (Salahonda) se dice que llegaron de Panamá los primeros aventureros españoles que se acercaron en una isla despoblada conocida como la isla San Miguel del gallo. Para el año de 1526 existió un grupo de indígenas que habitaban la isla, ante las múltiples desavenencias decidieron marcharse a tierra firme, es decir al frente de la isla en el sitio llamado Santa Bárbara.

El municipio de Francisco Pizarro fue fundado por el conquistador BARTOLOME RUIZ, de quien se dice que llegó con su familia a ocupar este territorio, como punto estratégico por la visibilidad, de igual forma este sitio de asentamiento gozaba de todas las comodidades necesarias para la vivienda cotidiana como leña, agua, terreno apto para la agricultura. Sin embargo las crónicas atribuyen el descubrimiento a FRANCISCO PIZARRO, ya que el fue informado por Bartolomé Ruiz, de la existencia de esta isla a su paso hacia Perú.

La población de Salahonda, en su mayoría eran negros cimarrones y negros que adquirieron su libertad después de la abolición de la esclavitud, y existió antes que Tumaco como asentamiento y lugar de fuga de los esclavos de las minas de oro. El nombre de Salahonda proviene de dos palabras:

-Sala = Mar

-Honda= Profundidad, en lenguaje indígena.

El municipio de Francisco Pizarro se legaliza con la ordenanza N0 052 de noviembre 30 de 1971 y se inaugura como municipio el 22 de febrero de 1975.

3.4 MARCO CONCEPTUAL

La concha o “Piangua” como se conoce en Colombia, Ecuador y Costa Rica, se encuentra también en Perú y en México, en donde se le conoce con los nombres “de concha negra” y “pata de mula” respectivamente, La piangua, *Anadara tuberculosa* es un molusco bivalvo asociado a las raíces del mangle, y es la especie más explotada de los manglares del Pacífico Colombiano. Se estima que anualmente se extraen más de 20 millones de unidades de concha de Colombia con destino a Ecuador. En la costa del departamento de Nariño, una población superior a las 6200 familias ubicadas en zonas de manglares derivan su sustento del aprovechamiento indiscriminado de la concha, lo cual ha llevado a que esta especie se encuentre en la lista de invertebrados marinos Colombianos en situación vulnerable. Teniendo en cuenta esta situación se crea la WWF Colombia la cual es una organización conservacionista de carácter internacional que inicio sus labores en Colombia desde 1964 la cual tiene como objetivo la conservación de los manglares y del bienestar de quienes se dedican a la extracción del molusco Piangua (*Anadara tuberculosa*).

4. D IAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

La escasa organización del sector sin duda alguna, les ha permitido a los intermediarios minoristas y mayoristas tanto del Ecuador y Francisco Pizarro, aprovechar el mayor lucro o ganancia. Los precio de compra son bajos comparados con los precio de venta por parte de los intermediarios en las plazas del Ecuador donde este oscila entre 9 y 12 dólares, las 100 conchas, mas aun que si el tipo de cambio le es favorable sus ganancias se duplican, teniendo en cuenta que las 100 conchas son compradas por estos en municipios Colombianos a un precio de \$ 7.000, si cumple la talla mínima, si esta por debajo de la talla mínima el precio baja hasta \$ 5.000. Para solucionar este problema se debe organizar a estas personas y crear una empresa que comercialice el producto directamente al vecino país, es decir en los puertos de San Lorenzo y Esmeralda, por barco y canoas. Al darse esta posibilidad el precio de venta del capturador o conchero aumentaría hasta \$ 10.000 por cada cien conchas, dado que influiría mucho la tasa representativa del mercado.

En el municipio de Francisco Pizarro 877 personas se dedican a la actividad de la concha lo que representa el 7.66% del total de la población. Del total de concheros en promedios 4 personas derivan su sustento diario, es decir, que 3.508 personas dependen de la actividad de la concha representando el 30.63% del total de la población.

Fuente: Esta investigación

5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cual es la viabilidad económica y financiera para comercializar el producto concha de una forma organizada con Ecuador, especialmente en los puertos de San Lorenzo y Esmeraldas?

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad económica y financiera para la comercialización del producto concha desde el Municipio de Francisco Pizarro hacia los principales mercados del Ecuador.

6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el comportamiento de las principales variables como son la demanda, oferta, precio del mercado de la ANADARA TUBERCULOSA O CONCHA en el Municipio de Francisco Pizarro y el Ecuador.
- Realizar la valoración económica y financiera para los comerciantes minoristas y mayoristas que exportan el producto hacia el Ecuador, aplicando indicadores económicos como VPN, TIR, TVR, R, RRA, RR, Punto de Equilibrio, Retorno de la inversión, Relación costo beneficio.
- Establecer los requisitos que se deben cumplir para crear en el Municipio de Francisco Pizarro una empresa exportadora de la ANADARA TUBERCULOSA O CONCHA.

7. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de grado es de gran interés para los intermediarios minoristas y mayoristas, para los potenciales inversionistas, gobierno local, y para los concheros, es decir, personas que se dedican a extraer de los manglares la concha, por que a través de el se podrá conocer los aspectos legales que se deben cumplir de acuerdo a la reglamentación expedida por los Ministerios de comercio y agricultura para que se pueda llevar a cabo la comercialización legal del producto concha con el vecino país del Ecuador y de esta manera eliminar a los intermediarios ilegales. Además se lograría comercializar el producto que cumpla con la talla mínima.

Esta restricción de legalidad para los intermediarios generara la posibilidad de crear la empresa exportadora del producto concha, que sin duda beneficiara a las personas menos favorecida del sector en el municipio de Francisco Pizarro.

En este municipio , se evidencia la falta de organización, lo que ha permitido el atraso en las comunidades, situación que ha beneficiado a los intermediarios minoristas y mayoristas que comercializan la concha, esto ha sido una gran oportunidad para las empresas y particulares tanto internos como externos para explotar a las personas y recursos naturales de una forma irracional, la comercialización y exportación de la concha se hace sin ningún control , situación que ha permitido que se sobre explote la especie, desde luego acompañado por el derrame de crudo que a contaminado la bahía lo cual a agudizado mas el problema, parte de la solución a este problema es descontaminar la bahía y repoblar los manglares, para lograr a mediano plazo unos mejores esfuerzos de captura de concha en el Municipio ; el repoblamiento debe ser una política local y regional que debe contar con el apoyo de las diferentes organizaciones y del sector. En 1990 el esfuerzo mínimo de captura era de 250 a 300 unidades diarias, pero siempre los precios de compra que manejan los intermediarios han sido bajos, permitiéndoles tener grandes márgenes de ganancias, estos están ubicados en el municipio comprando la concha que cumple con la talla mínima (55mm), la que no cumple con la talla se vende precosida a las pesqueras o a intermediarios a un menor precio, en muchos casos cuando la gran mayoría de la producción esta por encima de la talla mínima esta se revuelve con la grande pero es comprada a un menor precio por el intermediario, pero este la vende al precio de mercado en el Ecuador, esta situación esta empeorando el problema porque muchas de estas conchas no alcanzan su estado de madurez para poder reproducirse, para solucionar este problema es urgente el control por las autoridades locales con el decomiso para llevarlas a su hábitat para continuar con su ciclo biológico y a la ves concientizar al conchero del papel activo que debe afrontar para ser parte de la solución del problema. Para ello se debe pensar seriamente en implementar vedas en sectores críticos de los manglares o raiceros,

especialmente donde la producción a comercializar no cumple con la talla mínima y la captura esta por debajo del promedio diario.

Las organizaciones de este sector al igual que las otras son importantes, ya se empezó constituyendo y organizando los grupos de concheros en el Municipio , donde la capacitación ha jugado y jugara un papel importante, al igual que la investigación para incursionar en la comercialización del producto hacia los mercados internacionales como el Ecuatoriano y Peruano, el éxito de esta comercialización depende en gran medida del mercado interno , donde sus compras vayan en aumento y esto gracias a que las personas dedicadas a esta actividad vendan la producción a la empresa.

La creación de la empresa exportadora tendrá un aporte significativo a la sociedad y especialmente al sector de los concheros en el municipio de Francisco Pizarro de manera que al constituirse la empresa se estaría brindando oportunidades de empleos y la opción de mejorar los precios de compra del producto para los concheros, permitiendo a si mejorar sus ingresos, situación que generaría que estas personas se vean motivadas a realizar su trabajo con mayor entusiasmo y la oportunidad de optimizar su calidad de vida.

8. COBERTURA DEL ESTUDIO

- a. Temporal. periodo 2006-2007
- b. Espacial (Municipio de Francisco Pizarro Zonas de mar Hojas blancas, Favorita, Isla del gallo, Almejero, Rompido, Llanaje)
- c. Variables (oferta, demanda, precios, tipo de cambio, VPN, TIR, TVR, R, RRA, RR, Punto de Equilibrio, Retorno de la inversión y Relación costo beneficio).

9. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

El método de la investigación consiste en el análisis de los aspectos económicos y financieros que permitan comercializar el producto concha desde Francisco Pizarro hacia las principales ciudades del Ecuador.

9.1. TIPO DE ESTUDIO

Se realizara un estudio descriptivo de los capturadores y comercializadores para analizar que tan viable económica y financieramente es comercializar la Anadara tuberculosa o concha del Municipio de Francisco Pizarro hacia el vecino país del Ecuador.

9.2 FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Fuentes Primarias

Son fuente primarias las personas que se dedican a esta actividad como los concheros, los cuales permiten cuantificar la oferta, y los compradores tanto de Colombia como del Ecuador que permiten cuantificar la demanda final del producto. De igual manera los intermediarios minoristas y mayoristas son las que se dedican a exportar el producto hacia las principales ciudades del Ecuador.

Fuentes Secundarias

Están conformadas por los textos especializados de evaluación económica y financiera, documentos de comercio exterior y paginas en Internet.

9.3 TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS

Para la información económica y financiera, se acudirá a las fuentes primarias, los cuales son los capturadores, intermediarios minoristas y mayoristas a los cuales se les realizara una encuesta con el fin de identificar la cuota de mercado de cada uno de ellos, sus diferentes costos e inversiones, el promedio de captura del municipio y el calculo real de los diferentes indicadores, como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) , la verdadera tasa de rentabilidad (TVR) índice de retorno sobre la inversión, relación costo beneficio, rentabilidad real, rentabilidad sobre las ventas.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA POBLACIONES FINITAS

$$n = \frac{Z^2 (P \cdot Q \cdot N)}{e^2(N-1) + Z^2(P \cdot Q)}$$

Z = Confiabilidad del 95% es decir 1.64

P = probabilidad que el evento ocurra 05

Q = Probabilidad que el evento no ocurra 05 (1-p)

e = Error de estimación 01

N = Población a investigar (877)

N-1= factor de corrección por finitud.

n = Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{(1.64)^2 (05) (05) (877)}{(01)^2(877-1) + (1.64)^2 (05) (05)} = 63$$

n = 63 capturadores del producto concha.

9.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información proveniente de la encuesta se le aplicaran las técnicas estadísticas necesarias para obtener cuadros y gráficos, permitiendo mirar la participación real de cada uno de los intermediarios minoristas y mayoristas en el mercado, de igual forma hacer simulaciones para mirar el impacto de las variables como el tipo de cambio, del dólar frente al peso, lo cual impacta en las ganancias y rentabilidad.

En cuanto a la investigación de mercado, esta información se recolecta a través de los, capturadores, intermediarios minoristas y mayoristas tanto de Colombia como del Ecuador, de igual forma de esta información obtener los verdaderos costos y gastos de comercializar este producto y dar cuenta si es factible comercializar el producto.

10. ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio del mercado en este proyecto consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad de estas tres importantes ciudades del Ecuador están dispuestas a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para 5 años. El mercado ha sido definido como el área en la cual convergen las fuerzas del mercado es decir la oferta y la demanda, a través del cual se establece un precio único.

10.1 EL PRODUCTO

La concha es un molusco que vive en los manglares, la cual se captura de forma artesanal y su extracción se hace metiendo las manos en medio de las raíces de los manglares, además hay que hacer largas caminatas entre los raiceros de los manglares y utilizar guantes para poder capturar entre 100 o 115 conchas, del 100% de la producción el 90% se comercializa en forma viva, los machos y hembras que no cumplen con la talla para su comercialización se venden en forma precocida a las diferentes pesqueras en Tumaco, algunos capturadores la utiliza para su consumo por que no tiene como comprar otros bienes de consumo como el pollo o la carne debido a sus bajos ingresos que le reporta dicha actividad.

Foto 1. Concha



Fuente: Instituto nacional de pesca del Ecuador (INPE)

El producto se comercializa en forma viva de Colombia hacia las principales plazas (plazas de Quito, Esmeralda y Guayaquil) del mercado del Ecuador, en este país se este empezando a comercializar en su mercado interno en forma de enlatados a un precio de 3.0 dólares, esta forma de comercializarse genera valor agregado al producto y la posibilidad de generar mas empleo en el sector en este país.

10.2 ANÁLISIS DE ATRACTIVIDAD

La concha colombiana es un producto muy apetecido para el consumo interno de los diferentes estratos de las principales ciudades del Ecuador, como son Guayaquil, Quito y Esmeralda, el mayor consumo se da en la ciudad de Guayaquil, con un 45% muy de cerca le sigue la ciudad de Quito con un 40% y con un 15% la ciudad de esmeralda. Para los intermediarios ecuatorianos es atractiva por su menor precio de compra, situación que permite incrementar sus ganancias porque el precio de compra es de tres dólares en Colombia y el de venta en el ecuador oscila entre 9 y 12 dólares lo cual les reporta unas ganancias brutas de más del 100%.

Entre los atributos de la concha colombiana están: Los bajos precios, su mayor tamaño, alto valor nutritivo, su resistencia, color y diferentes formas de preparación para el consumo. Entre ellas se encuentran el arroz de concha, el cebiche de concha, la sopa de concha, la concha frita, el seco de concha y también sirve como uno de los insumos para hacer la casuela de mariscos. Además las familias de los hogares ecuatorianos prefieren el producto por su alto nivel afrodisíaco; la concha es un producto que se puede preparar en cualquier momento del día y ofrece ala ama de casa salir de la rutina con otras alternativas en la preparación y presentación en sus platos.

La concha colombiana así como tiene atributos también presenta desventajas porque esta puede llegar deshidratada a las plazas de mercado del ecuador debido a que esta no puede ser almacenada en los centros de acopios adecuados, es decir, donde le puede llegar el agua salada y ser rehidratadas para conservarse por un mayor tiempo. Dentro de los aspectos que justifican la creación de una empresa comercializadora de concha es que el 100% de los concheros y los grupos organizados y por organizar vendieran el producto a un mayor precio con el fin de incrementar sus ingresos ,y parte de las utilidades de la empresa sean destinadas en programas sociales para los concheros especialmente en salud, vivienda y educación ya que la gran mayoría son personas analfabetas, y un 60% de ellos no cuentan con un carné del régimen subsidiado y sus viviendas se encuentran en las peores condiciones de hacinamiento debido a que sus ingresos percibidos por la actividad son muy mínimos y a duras penas les alcanza para subsistir pero esto se debe a que el nivel de captura comparados con años anteriores se ha reducido significativamente, si comparamos el conchero colombiano con el conchero del ecuador nos damos cuenta que el conchero ecuatoriano percibe mayor ingreso respeto al colombiano debido a que un conchero ecuatoriano captura en promedio al día 200 unidades a un precio de 6 y hasta 7 dólares el ciento de concha y teniendo en cuenta el tipo de cambio de 1.900 pesos por dólar este cuadriplica sus ingresos mientras que el conchero colombiano captura en promedio 100 conchas a un precio de 7.000 pesos percibiendo menos ingresos por la actividad diaria.

La empresa debe maximizar sus utilidades pero también de optar por brindar y mejorar la calidad de vida de los concheros, a través de estrategias que permita la capacitación y concientización de cuidar los manglares y preservación de la especie para que no lleguen a estar en vía de extinción ya que los derrames de crudo en la bahía costera han afectado los manglares ocasionando la muerte de estas especies y al mismo tiempo su habitat.

10.3 DISTRIBUCION GEOGRAFICA DEL MERCADO DE CONSUMO DEL PRODUCTO CONCHA

Cuadro 1: CONSUMO ANUAL DE CONCHAS DE LAS FAMILIAS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR

Ciudad	Familia	Consumo de concha bimensual	Semanas al año	Demanda total estimada al año
QUITO	214.286	25 conchas	26	139.285.900
GUAYAQUIL	285.714	25 conchas	26	185.714.100
ESMERALDA	28.571	25 conchas	26	18.571.150

Fuente: Instituto nacional de pesca del Ecuador (INPE)

Como se aprecia en el cuadro 1, el consumo en estas ciudades es significativo, Francisco Pizarro aporta al consumo en Quito con el 6% del total, en Guayaquil, con el 5% en Esmeralda con el 16%. La exportación de Francisco Pizarro hacia el Ecuador para el consumo es de 20.414.806 conchas en promedio, de este valor el 45% se exporta a Guayaquil, representando en 9.186.663 conchas, para Quito el 40% es decir se exportan 8.165.922 conchas del total y para Esmeralda un 15% lo que equivale a 3.062.221 para el consumo.

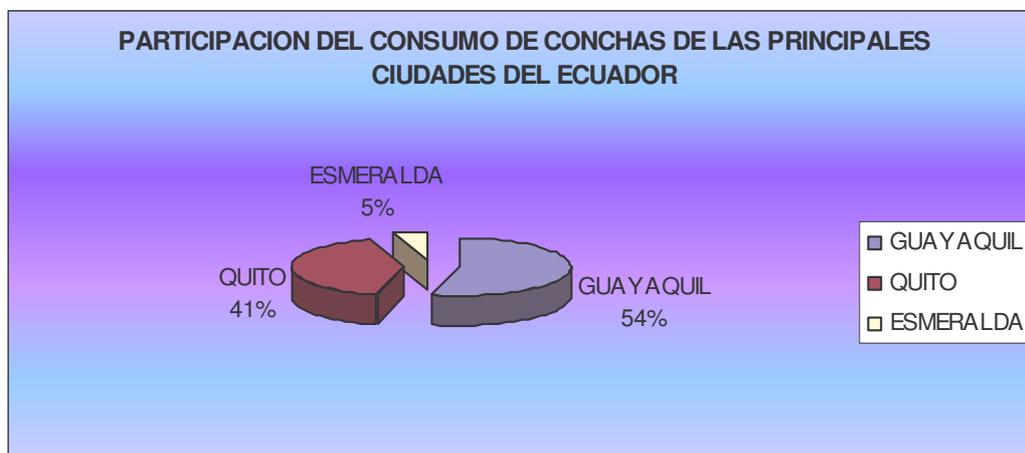
En Colombia el consumo de la concha en las principales ciudades es escaso, este es atribuido, porque es un molusco de carne negra y además por su desconocimiento en la preparación de este producto, la ciudad de mayor consumo es Cali, dado que allí habitan población negra de la costa pacifica, especialmente de Tumaco y Buenaventura, personas que si saben preparar el producto y conocen de sus bondades afrodisíacas.

10.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda en estas tres principales ciudades es de 343.571.150 conchas en promedio al año, donde Quito tiene una participación en este consumo del 41%,

Guayaquil el 54% y Esmeralda el 5%. El 80% de este producto, lo consumen en forma de ceviche, el restante 20% en las otras diferentes formas como son: fritas, sudadas y arroz de concha. El factor cultural es altamente influyente para que se consuma este producto, dado que las familias demandantes en un 90% dicen que consumen este producto por ser muy afrodisíaco. En un 70% el producto se demanda en las plazas de mercado y 30% restante en el restaurante y cevicherías de las ciudades del Ecuador. Las familias demandan 25 conchas como mínimo cada dos meses, teniendo en cuenta que el costo de vida en el Ecuador es alto al igual que el desempleo.

Grafica 1. PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO DE CONCHAS DE LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR



Fuente. Esta investigación

Cuadro 2. PARTICIPACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE LA COSTA PACIFICA COLOMBIANA Y PUERTOS EN LA DEMANDA DEL ECUADOR

	CONCHAS	PARTICIPACION
DEMANDA EN ECUADOR	343.571.150	100%
TUMACO	49.161.900	14%
FRANCISCO PIZARRO	20.414.806	6%
TOLA Y MOSQUERA	54.662.924	16%
TOTAL	124.239.630	36%
MUISNE	34.357.115	10%
EL MORRO	41.228.538	12%
BOLIVAR	37.792.827	11%
PONGALILLO	27.485.692	8%
JELI	51.535.673	15%
HUALTALCO	27.485.692	8%
TOTAL	219.885.536	64%

Fuente: Instituto Nacional de Pesca del Ecuador (INPE)

Teniendo en cuenta los datos suministrados por el INPE, en el cuadro 1.1, del total de la demanda en el Ecuador los municipios de la Costa Pacífica Colombiana participan con un 36%, es decir, 124.239.630 conchas, y los puertos del Ecuador representan del total un 64% es decir, 219.885.536 conchas.

La demanda del producto en el Ecuador es insatisfecha, dado que es mayor que la oferta, por lo tanto la empresa observa esta situación como una oportunidad de incursionar en este mercado, dado los altos precios del producto y las ventajas de ocurrencia de prolongadas devaluaciones del peso frente al dólar, situación que le permitiría tener mayores ganancias dado la tasa representativa del mercado en ese momento (T.R.M). Ciertamente es lo contrario si se siguen presentando las revaluaciones del peso frente al dólar, esta situación acompañada de altos índices de inflación genera que la rentabilidad real disminuya significativamente, por cuanto son dos variables que afectan negativamente a los exportadores Colombianos.

La teoría económica indica que la relación funcional entre precio y cantidad es inversa, es decir, al subir el precio disminuye la cantidad demandada, especialmente cuando los bienes son normales como es el caso del producto concha.

En todo proyecto es de vital importancia conocer la magnitud de la reacción de la cantidad demandada ante un cambio en el precio, lo que se conoce como elasticidad de la demanda o elasticidad precio, que se define como el porcentaje en que varía la cantidad demandada como consecuencia de los cambios porcentuales que se producen en el precio, manteniendo todo lo demás constante de la función de demanda.

Cuadro 3. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

Años	2003	2004	2005	2006	2007 P	2008 p	2009 P	2010 P
Demanda	295.720.360	300.290.700	320.540.280	340.620.900	343.571.150	349.000.000	352.000.000	356.000.000
Precio	7	8,5	10	11	12	13	13,5	14
EPD	0,072123047	0,382121791	0,626461673	0,095275275	0,189614873	0,223495702	0,306818182	
Ventas	2.070.042.520	2.552.470.950	3.205.402.800	3.746.829.900	4.122.853.800	4.537.000.000	4.752.000.000	4.984.000.000

Fuente: INPE, Instituto Nacional de Pesca del Ecuador

“La determinación de la elasticidad de la demanda permite cuantificar el cambio relativo en las cantidades vendidas ante una variación en los precios y se mide como el cambio porcentual en la cantidad demandada dividido por el cambio porcentual en el precio.”¹⁴

$$EP = \Delta Q/Q/\Delta P/P = \Delta Q/\Delta P * P/Q$$

Al hacer los cálculos respectivos de la elasticidad de la demanda se observa que los precios suben al igual que la demanda lo que hace apreciar que no se cumple la teoría económica en este caso, frente a la función de demanda, donde su relación es inversa, pero en el proyecto es directamente proporcional, situación que se explica por el factor cultural que hace que los consumidores no le busquen sustitutos (pescado, carne, camarón, calamar, pollo y crustáceos) por lo afrodisíaco del producto, especialmente si se prepara en forma de ceviche crudo, la población y la demanda insatisfecha, han ocasionado los precios altos de los respectivos años. En términos generales los precios del ciento de concha en las principales plazas se ha incrementado en un 71%. Las elasticidades respectivas son menores que uno por lo tanto las ventas año a año serán mayores como lo muestra el cuadro 2.

Analizando las elasticidades vemos que en los diferentes años, esta es menor que uno, por lo tanto la demanda es inelástica.

10.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Dados los continuos derrames de crudo y la contaminación general de la bahía, donde todo esto descansa en las playas y manglares, las proyecciones, según el INPE, son a disminuir notoriamente si no se hacen reforestaciones y controles, como son las vedas, es decir prohibición en algunos lugares de captura donde esta concha no cumpla con la talla mínima (55mm) para su comercialización. La disminución se ha sentido en el esfuerzo de captura en la costa pacífica en general por los factores expuestos anteriormente si a esto se le suma el alto nivel de desempleo en la región y la fumigación de los cultivos ilícitos y lícitos, los cuales no hacen rentable el campo, dado la contaminación de las tierras fértiles, estas ya no son tan productivas como en un comienzo para la siembra de los diferentes productos, por lo tanto muchas personas para poder sostener el hogar se dedican a capturar concha, trabajo que necesita de práctica. Lo cierto es que en Francisco Pizarro nunca se han realizado vedas, ni control con las conchas que no cumplen con la talla mínima, a esto le sumamos los derrames de crudo, situación que ha perjudicado al sector, y este reclama a ECOPEPETROL y al estado

¹⁴ PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS. PAGINA 31.

del orden municipal y nacional, implantar políticas para descontaminar la bahía y hacer inversiones productivas en todos los sectores de la región.

En términos generales diremos que la producción se redujo en un 139% en promedio, por los factores de contaminación y el crecimiento de la población, dedicada a esta actividad.

Según el censo de la WWF, en el municipio de Francisco Pizarro existen 877 personas dedicadas a esta actividad, donde su esfuerzo de captura diaria es de 50 a 100 conchas. Por lo tanto diremos que para el año 2007 en promedio la cantidad de conchas que puede Francisco Pizarro exportar para el consumo de los ecuatorianos en estas tres principales ciudades es de: 21.013.030 conchas, en los 80 al año se exportaban 33.990.00 conchas donde el numero de personas era de 600 y en promedio se capturaban diaria 275 conchas, donde la reducción de exportación de mas de 20 años es de un 62%.

10.6 ANALISIS DE LA OFERTA

A partir del año 2007 hasta el 2010 la oferta se incrementa, siempre y cuando se descontamine la bahía, y las personas dedicadas a la actividad tomen conciencia de no capturar las que todavía no han logrado reproducirse.

10.6.1 Exportaciones:

Cuadro 4. CAPTURA ANUAL DE CONCHA EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO (NARIÑO)

Años	Promedio de captura diaria	Personas dedicada a la actividad	Días promedio de captura al año	Total
2003	115 Conchas	800	206	18.952.000
2004	115 Conchas	800	206	18.952.000
2005	120 Conchas	830	206	20.517.600
2006	130 Conchas	850	206	22.763.000
2007 P	135 Conchas	877	206	24.389.370
2008 P	140 Conchas	900	206	25.956.000
2009 P	150 Conchas	930	206	28.737.000
2010 P	160 Conchas	950	206	31.312.000

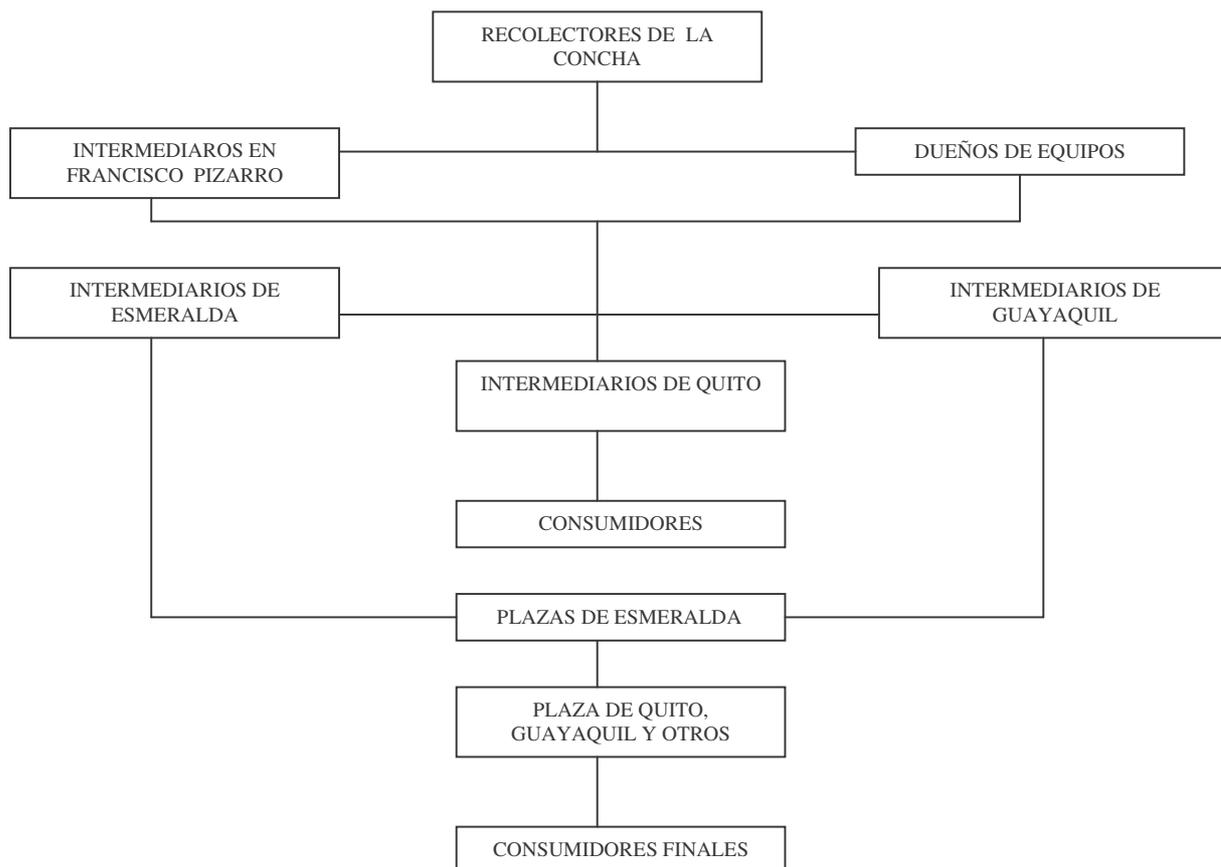
Fuente: Esta investigación

Analizando el cuadro, vemos que las exportaciones aumentarían siendo optimista, debido al control que ejerza concientemente los intermediarios en comprar las conchas que cumplan con la talla mínima, además prohibiendo la captura en los lugares más críticos de los manglares y reforestando. Las exportaciones aumentarían en un 65% si a esto le sumamos que el país a partir de julio de 2007 presente síntomas significativos de devaluación con un control serio de los índices de inflación, a acompañada de una reducción de los impuestos, los cuales pasaron de 38.5% a 34% es decir se redujeron 4.5 puntos porcentuales, sin duda alguna como lo muestra las finanzas su rentabilidad real será mucho mayor.

PROCEDIMIENTO PARA EXPORTAR LA CONCHA AL ECUADOR: La empresa compraría la concha en el municipio de Francisco Pizarro a las personas que se dedican a esta actividad tanto en la zona urbana del municipio como rural. Una vez comprada la concha esta se almacena en horas de la tarde en los centros de acopios respectivos. Esta producción es contada y empacada en costales con capacidad de 2500 conchas, en el proceso de conteo intervienen 4 personas hábiles en este proceso. La empresa se encarga de transportar la concha en embarcaciones de madera hasta Tumaco el día sábado en horas de la mañana, esta producción es despachada en el barco doña Bárbara que llega el sábado en horas de la mañana proveniente del Ecuador y zarpa el mismo día sábado a las 9 de la noche llegando al puerto de Esmeralda el día domingo a las 7 a.m. Parte de esta producción se consume en Esmeralda (15%), un 45% se distribuye a las plazas de Guayaquil y el 40% restante a las plazas de Quito. la empresa vendería la producción a los intermediarios ecuatorianos como el señor Andrés Velásquez dueño del Barco doña Bárbara y a los señores Cédenos, Carmen y Lucrecia los cuales son conocidos en los puertos con estos nombres. Si la empresa llegara a utilizar la ruta de san Lorenzo en donde la producción es transportada en embarcaciones de madera la empresa tendrá que pagar en el puerto 6.10 dólares por desembarque y 10 dólares por zarpe. Pero esta ruta no es segura por que las altas marejadas puede ocasionar que se pierda toda la producción lo ventajoso en épocas de poca marejadas es que en 2 horas el producto esta en el vecino país y puede ser transportado con menor tiempo, situación que beneficia a los intermediarios porque el producto llega mas rehidratado y es mas atractivo para el consumidor final. Las condiciones para exportar el producto son que la concha se encuentre fresca, en buena calidad y que además esta cumpla con la talla mínima.

El intermediario ecuatoriano debe sacar un permiso que lo expide las Alcaldías en los diferentes Cantones, el cual tiene un valor de 10 dólares para poder vender el producto en las plazas de mercado, dicho permiso se debe renovar cada año. El valor a pagar es del 20% del valor de las utilidades.

Gráfica 2. FLUJOGRAMA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CONCHA



Fuente. Esta investigación

10.6.3 Canales De Comercialización. Los canales de comercialización de la concha se presentan de la siguiente manera:

EL CAPTURADOR O CONCHERO

La gran mayoría de los concheros del municipio de Francisco Pizarro venden su producción de lunes a sábado en horas de la tarde a los intermediarios minoristas

y mayoristas, la mayoría de estas personas venden su producto al intermediario que le haga prestamos, o algún favor sobre todo cuando esta enfermo o no tiene dinero con que comer ese día respectivo, el precio de venta es de \$ 7.000 las cien conchas que cumplan con la talla mínima, en la mayoría de las ocasiones los intermediarios le compran a \$ 5.000, las que no cumplen con la talla, pero estos si la venden revuelta al intermediario ecuatoriano al precio de mercado, el cual fluctúa entre 9 y 12 dólares

INTERMEDIARIO MINORISTAS

En el municipio de Francisco Pizarro los intermediarios minoristas hacen parte de la (Asociación de Concheras de Francisco Pizarro), ANCOFE estos intermediarios algunos venden su producción de manera directa a los intermediarios del Ecuador a un precio de 9 a 12 dólares el ciento de concha donde sus utilidades están en función del tipo de cambio del momento, es decir de la tasa representativa del mercado

INTERMEDIARIOS MAYORISTAS

Son los intermediarios ecuatorianos que compran la concha que se captura en el municipio de Francisco Pizarro y la producción es vendida en las principales plazas del Ecuador como la plaza vieja y nueva en la ciudad de Esmeraldas, la Caraguaya en la ciudad de Guayaquil, y las distintas plazas que se encuentran en la ciudad de Quito, cebiche rías y restaurantes principalmente los días sábados y domingos, estos mayoristas logran distribuir su producción en la plaza de mercado vendiendo el ciento de concha hasta por 12 y 14 dólares, y trabajan a crédito con los distribuidores minoristas de las plazas.

DISTRIBUIDOR MINORISTA

Es el que vende la concha en las diferentes plazas de mercado de las ciudades del Ecuador, y que trabaja con la modalidad de crédito de tres días con los intermediarios mayoristas, en donde este le da un 5% del total de la producción para cubrir las pérdidas por muerte o por deshidratación del producto, y vende al contado al consumidor final.

10.7 LOS PRECIOS

El precio de compra para los intermediarios minoristas es de \$ 7.000 pesos el ciento de concha y estos le venden al intermediario mayorista a un precio de \$ 9.000 pesos, vendiendo estos últimos en las principales plazas del Ecuador a un precio de 9 y 12 dólares cada ciento. La empresa para retribuir el esfuerzo de las personas que se dedican a esta actividad debe entrar al mercado con un precio de compra entre \$ 9.000 y 10.000 pesos el ciento y este aumentara según las

fluctuaciones que tenga el tipo de cambio que se espera que sea favorable, es decir, que se presente una devaluación del peso respecto al dólar para cuando se haga el cambio de dólar por pesos, se obtengan mas pesos y por ende mayores utilidades para la empresa y mejores precios para que estas personas se vean motivados a realizar dicha actividad y puedan tener mejores ingresos que permitan tener una vida digna.

Cuadro 5. PRECIO DE VENTA DE LOS INTERMEDIARIOS DEL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO EN ESMERALDA

AÑOS	EXPORTACION	CONCHAS CIENTOS	TRM	USD	TOTAL \$
2003	18.952.000,0	189.520,0	2.778,0	7,0	3.685.405.920,0
2004	18.952.000,0	189.520,0	2.389,0	8,5	3.848.487.880,0
2005	20.517.600,0	205.176,0	2.284,0	10,0	4.686.219.840,0
2006	22.763.000,0	227.630,0	2.238,0	11,0	5.603.795.340,0
2007 P	24.389.370,0	243.893,7	1.990,0	12,0	5.824.181.556,0
2008 P	25.956.000,0	259.560,0	2.200,0	13,0	7.423.416.000,0
2009 P	28.737.000,0	287.370,0	2.300,0	14,0	9.253.314.000,0
2010 P	31.312.000,0	313.120,0	2.500,0	14,0	10.959.200.000,0

Fuente: Esta investigación

En el cuadro cuatro , se puede apreciar que la economía sigue presentando reevaluaciones, pero al comparar los precios de compra en Colombia, con los precios de venta en el ecuador de los intermediarios las ganancias brutas se presentan el siguiente ejemplo para el año 2007 : precio de compra en Salahonda de las 100 conchas es \$ 7.000 y el precio de venta de estas 100 conchas en ecuador por USD 12 multiplicado por la tasa de cambio la cual es de 1990 (mayo), convertidos estos dólares a peso colombiano representan \$ 23.880 es decir un incremento en sus ganancias brutas de 241%. Siendo optimistas a partir del año 2008 comparados con el 2007 la economía colombiana presenta signos de devaluación, donde este escenario traería grandes beneficios a los exportadores generándoles posibilidades de mayores ganancias y la gran posibilidad de diversificar su portafolio de inversión.

10.8 TRANSPORTE:

Cuadro 6. COSTO ANUAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DE LA ZONA RURAL A LA URBANA EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO

AÑOS	GASOLINA	DEPRECIACION MOTOR	DEPRECIACION CANOA	AYUDANTE	VALOR TOTAL
2003	3.640.000	1.000.000	750.000	1.040.000	6.430.000
2004	3.822.000	1.000.000	750.000	1.092.000	6.664.000
2005	4.013.100	1.000.000	750.000	1.146.600	6.909.700
2006	4.213.755	1.000.000	750.000	1.203.930	7.167.685
2007	4.424.443	1.000.000	750.000	1.264.127	7.438.569
2008	4.645.665	1.000.000	750.000	1.327.333	7.722.998
2009	4.877.948	1.000.000	750.000	1.393.699	8.021.648
2010	5.121.846	1.000.000	750.000	1.463.384	8.335.230

Fuente: Esta investigación

El cuadro cinco muestra los costos anuales, que se incrementan levemente, por cuanto los intermediarios cuentan con sus embarcaciones y motores propios, de lo contrario los costos se triplicarían por los alquileres de motor y canoa., teniendo en cuenta que un motor 40hp, cuesta \$ 10.000.000 y la canoa \$ 3.000.000, con vidas útiles respectivas de 10 y 5 años.

Cuadro 7. COSTO ANUAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DEL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO HASTA TUMACO

AÑOS	GASOLINA	AYUDANTE	VALOR TOTAL
2003	18.200.000	4.160.000	22.360.000
2004	19.110.000	4.368.000	23.478.000
2005	20.065.500	4.586.400	24.651.900
2006	21.068.775	4.815.720	25.884.495
2007	22.122.214	5.056.506	27.178.720
2008	23.228.324	5.309.331	28.537.656
2009	24.389.741	5.574.798	29.964.539
2010	25.609.228	5.853.538	31.462.765

Fuente: Esta investigación

En el cuadro seis vemos que al año los costos de transporte de Pizarro hasta Tumaco son de \$ 22.360.000, no se incluye el valor de la canoa (depreciación), ni

del motor, dado que durante el mismo año se hacen los viajes, tanto a la zona rural como a Tumaco.

Cuadro 8. COSTO ANUAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DE TUMACO AL ECUADOR

AÑOS	BULTOS	EXPORTACION	CAPACIDAD DE BULTO	PRECIO	VALOR TOTAL EN PESOS
2003	7.581	18.952.000	2.500	18.000	136.454.400
2004	7.581	18.952.000	2.500	19.000	144.035.200
2005	8.207	20.517.600	2.500	20.000	164.140.800
2006	9.105	22.763.000	2.500	21.000	191.209.200
2007	9.756	24.389.370	2.500	22.000	214.626.456
2008	10.382	25.956.000	2.500	23.000	238.795.200
2009	11.495	28.737.000	2.500	24.000	275.875.200
2010	12.525	31.312.000	2.500	25.000	313.120.000

Fuente: Esta investigación

El cuadro siete representa los costos anuales de transportar la concha de Tumaco hasta el ecuador por vía marítima.

Cuadro 9. COSTO TOTAL DE TRANSPORTAR LA CONCHA DE PIZARRO AL ECUADOR

AÑOS	FRANCISCO PIZARRO	TUMACO	ESMERALDA	TOTAL ANUAL
2003	6.430.000	22.360.000	136.454.400	165.244.400
2004	6.664.000	23.478.000	144.035.200	174.177.200
2005	6.909.700	24.651.900	164.140.800	195.702.400
2006	7.167.685	25.884.495	191.209.200	224.261.380
2007	7.438.569	27.178.720	214.626.456	249.243.745
2008	7.722.998	28.537.656	238.795.200	275.055.854
2009	8.021.648	29.964.539	275.875.200	313.861.387
2010	8.335.230	31.462.765	313.120.000	352.917.995

Fuente: Esta investigación

El cuadro 8 muestra el costo total de transportar la concha del municipio de Francisco Pizarro hasta Esmeralda.

10.9 PUBLICIDAD

La estrategia publicitaria de la empresa para lograr una mayor participación en el mercado local, se basará en el empleo de volantes, pasacalles, tarjetas de presentación, calendarios, catálogos y una cuña radial la cual será emitida dos veces durante todos los días en radio mira de Tumaco y en la emisora local de salahonda, las cuales son emisoras que tienen amplia sintonía en el área correspondiente tanto de la zona rural como urbana del municipio. Se contemplan campañas promocionales para la temporada del día del trabajador (primero de mayo), diciembre y junio; dichas campañas se apoyan con obsequios diversos que llevan impresos mensajes publicitarios: afiches para nichos, miniaturas, sorpresas, cobijas, zinc entre otros.

Durante los primeros seis meses, para el segundo año la empresa Comercializadora de concha en el municipio de Francisco Pizarro para estimular la demanda del producto en el mercado local debe recurrir por hacer una publicidad del producto utilizando medios como la radio, programas de televisión, periódicos, afiches y anuncios en vehículos de transporte libre. Con el fin de tener un mayor mercado a nivel local. El presupuesto mensual para la publicidad a partir del año 2008 será \$918.750, lo que representa anualmente un valor de \$ 11.025.000, en los años siguientes se incrementará proporcionalmente a las bondades de la política económica, es decir que en los años venideros se presenten significativas devaluaciones.

Cuadro 10. INVERSIONES EN PUBLICIDAD

AÑOS	INVERSION
2007	10.500.000
2008	11.025.000
2009	11.576.250
2010	12.155.063

Fuente: Esta investigación

10.10 COMPETENCIA

La competencia para la empresa comercializadora de concha en el municipio de Francisco Pizarro vienen hacer los intermediarios mayoristas del municipio y los intermediarios ecuatorianos. La competencia entre los intermediarios del municipio se da brindando embarcaciones a los concheros para que puedan trasladarse hasta los manglares y haciendo favores económicos para que estos en agradecimiento puedan venderle toda su producción y aun menor precio. Para contrarrestar la competencia la empresa debe competir en el mercado local brindando mejores precios de compra a los concheros y dotarlos de toda la

tecnología posible como canoas grandes, motores 40hp y embarcaciones como de potrillos y canaletes, guantes para que estos se desplacen con facilidad hasta su lugar de trabajo en el menor tiempo posible y se vean motivados por unos mejores precios, hasta más descansado para lograr un mayor esfuerzo de captura.

- DE LAS REGULACIONES, PROCEDIMIENTOS Y TRÁMITES DEL SECTOR DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (LEY 962 DE 2005)

ARTÍCULO 59. RACIONALIZACIÓN DE AUTORIZACIONES Y VISTOS BUENOS PARA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES. En un término no superior a seis (6) meses a partir de la promulgación de la presente ley, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo coordinará con las entidades correspondientes la consolidación de información sobre vistos buenos previos y autorizaciones estatales a las cuales se encuentran sometidas las importaciones y exportaciones y promoverá la racionalización de los mismos a través de los mecanismos correspondientes acordes con la Constitución Política. Sin perjuicio de las facultades que le corresponde a cada una de las autoridades en el ámbito propio de sus competencias. Dentro de los tres (3) meses siguientes a la vigencia de la presente ley, las autoridades en las cuales recaigan las competencias sobre vistos buenos y autorizaciones establecerán un esquema de ventanilla y formulario único, que reúna las exigencias y requerimientos de las entidades competentes para la realización de las operaciones de comercio exterior, de tal manera que la respuesta al usuario provenga de una sola entidad, con lo cual se entenderán surtidos los trámites ante las demás entidades.

PARÁGRAFO 1. Todo acto de creación de vistos buenos o autorizaciones para importaciones o exportaciones deberá informarse al momento de su expedición al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

PARÁGRAFO 2. Las entidades ante las cuales los importadores o exportadores deban inscribirse previamente para obtener vistos buenos o autorizaciones para realizar sus operaciones deberán establecer mecanismos para facilitar la consulta de dichas inscripciones o publicarlas Vía Internet y no podrán exigir nuevamente tal inscripción antes sus oficinas ubicadas en los puertos, aeropuertos y zonas fronterizas del país.

ARTÍCULO 60. Para la revisión e inspección física y manejo de carga en los puertos, aeropuertos y zonas fronterizas, de la mercancía que ingrese o salga del país, la DIAN conjuntamente con las entidades que por mandato legal deban intervenir en la inspección y certificación de la misma, proveerá los mecanismos necesarios para que dicha revisión, inspección y manejo, se realicen en una única diligencia cuya duración no podrá exceder de un (1) día calendario y cuyo costo será único.

11. ESTUDIO TÉCNICO

11.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

La empresa se constituirá en el municipio de Francisco Pizarro, concretamente en el barrio 12 de diciembre.

11.1.1 Producción:

Cuadro 11. PRODUCCIÓN

AÑOS	BULTOS	volumen
2003	7.581	18.952.000
2004	7.581	18.952.000
2005	8.207	20.517.600
2006	9.105	22.763.000
2007	9.756	24.389.370
2008	10.382	25.956.000
2009	11.495	28.737.000
2010	12.525	31.312.000

Fuente: Esta investigación

El cuadro No 11 muestra el total de la producción en bultos de conchas que se exportaran al vecino Pías del Ecuador.

11.1.2 vías de comunicación. El canal de acceso se sedimenta, por lo tanto se debe esperar las dos mareas, para sacar el producto por vía marítima hasta Tumaco y de allí ser transportado por canoas o barco hasta san Lorenzo o esmeralda.

11.1.3 Facilidad de servicio. No existen servicios financieros en el municipio, pero la cercanía con Tumaco, en donde hay todos los servicios bancarios facilitan que en unas horas se pueda desplazarse y hacer transacciones bancarias sin ninguna dificultad. Además hay que tener en cuenta que por Internet se pueden hacer todo tipo de transacciones; la empresa contara con servicio de Internet al igual que la telefonía móvil y fija, servicio de fax entre otros.

11.2 TAMAÑO DEL PROYECTO:

11.2.1 Capacidad de almacenamiento. El área de los centros de acopio es de 10 *10 e s decir 100 metros cuadrados con una capacidad para almacenar 2000 sacos o bultos de conchas, las embarcaciones, como las canoas pueden transportar 300 hasta 350 bultos de conchas por cada viaje semanal.

11.2.2 Disponibilidad de Materia primas. La zona urbana del municipio, por su cercanía con Tumaco, es el lugar estratégico para almacenar la concha tanto de la zona urbana como la rural, además la posibilidad que en el largo plazo se pueda comercializar con los municipios vecinos, como: Mosquera y la Tola, en los cuales un 40% de la población se dedica a esta actividad.

11.3 INGENIERI A DEL PROYECTO

Las embarcaciones que se utilizan para llegar al manglar son muy importantes, sin este medio seria imposible poder llegar al lugar de trabajo, por lo tanto la empresa debe proporcionarle las embarcaciones ya sean lanchas canoas o potrillos, los motores los proporciona los intermediarios, muchas de las personas cuentan con sus pequeñas embarcaciones a estas el producto se lo pueden comprar a un precio mayor dado su esfuerzo de bogar por espacio de 2 hora una de ida y otra de regreso.

La concha es almacenada en las horas de la tarde en los centros de acopio con que cuentan los intermediarios, estos lugares se los recomienda que estén cerca de las orillas, para que se puedan rehidratar con facilidad de lunes a viernes, la producción del sábado, es la de mayor cuidado por que esta dura una semana para poder llegar hasta el ecuador. Una vez extraída la concha del manglar esta se debe lavar muy bien para evitar que el barro una vez sacada de su habidad contribuya con su muerte, este proceso es riguroso para disminuir el índice de mortalidad, el cual es de un 0.10%.

Los viernes en la tarde la concha es contada y empacada en sacos con capacidad de 2500 conchas, en este proceso intervienen cuatro (4) personas hábiles en el conteo. El domingo en horas de la mañana es recontada por los intermediarios ecuatorianos en la plaza de mercado para verificar la cantidad, se presenta una separación o selección, donde las grandes son vendidas por los ecuatorianos al consumidor final hasta por 14 dólares las 100 conchas y las revueltas a un precio de 11 y 12 dólares.

Los empaques, son conocidos en la región como sacos, o costalillos, los cuales se compran en Tumaco a un valor de \$ 1000 cada uno. A partir del año 2008 su costo seria de \$ 10.901.100, el cual se incrementara de acuerdo a la inflación.

Las personas que hacen parte de la empresa para su operación y funcionamiento, consta de un gerente, un contador contable, una secretaria, 4 contadores de concha, 2 vigilantes y una aseadora, es decir diez personas. Los costos ascienden por cada año a \$ 60.360.000, los cuales se incrementaran de acuerdo al incremento salarial que estipule el gobierno.

12. ESTUDIO ECONÓMICO

12.1 INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS

La inversión del proyecto esta constituida por \$330.875.280, de las cuales corresponde a inversión fija un 51.75% el restante 48.25% es inversión diferida. (Ver cuadro 12)

Cuadro 12. INVERSIONES DEL PROYECTO

INVERSIONES	CANTIDAD	\$ UNITARIO	TOTAL
FIJA			
Terreno	2	2.000.000	4.000.000
construcciones	1	8.000.000	8.000.000
Motores	6	10.000.000	60.000.000
Canoas	6	3.000.000	18.000.000
Potrillos	35	300.000	10.500.000
Canales	100	10.000	1.000.000
Computadoras	3	1.700.000	5.100.000
Impresoras	2	200.000	400.000
Muebles y enseres	5	50.000	250.000
Mano de obra	9	7.000.000	63.000.000
Gastos generales	1	1.000.000	1.000.000
TOTAL			171.250.000
DIFERIDA			
Materia prima	1	122.576.000	122.576.000
Empaques	1	920.000	920.000
Gasolina	1	1.820.000	1.820.000
Mano de obra	1	500.000	500.000
Telefonía	1	300.000	300.000
Constitución Empresa	1	2.000.000	2.000.000
Estudio Factibilidad	1	6.000.000	6.000.000
Viáticos y gastos	1	1.000.000	1.000.000
Imprevistos	1	24.509.280	24.509.280
Total			159.625.280
Valor Proyecto			330.875.280

Fuente: Esta investigación

12.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Son todos los egresos que demanda el proyecto para su funcionamiento.

Lo conforman los siguientes rubros:

- ✚ Costo de materia prima (ver cuadro 14)
- ✚ Mano de obra directa (ver cuadro 15)
- ✚ Gasolina (ver cuadro 17)
- ✚ Empaques (ver cuadro 13)
- ✚ Piola nailon (ver cuadro 20)
- ✚ Gastos administrativos (Ver cuadro 16)
- ✚ Inversiones (ver cuadro 12)
- ✚ Costos financieros
- ✚ Transporte (ver cuadro 9)
- ✚ Impuestos de exportación
- ✚ Dotaciones (ver cuadro 20)
- ✚ Costos de exportación (ver cuadro 21)
- ✚ Depreciaciones (ver cuadro 18 y 19)
- ✚ Gastos generales
- ✚ Imprevistos, representan el 8% de la inversiones
- ✚ Publicidad (ver cuadro 10)
- ✚ Costos fijos (ver cuadro 23)
- ✚ Costos variables (ver cuadro 24)

Ver cuadros respectivos.

Cuadro 13. COSTO DE EMPAQUES

AÑO	EMPAQUE	PRECIO	TOTAL
2007	9.756	1.000	9.756.000
2008	10.382	1.050	10.901.100
2009	11.495	1.103	12.673.238
2010	12.525	1.158	14.499.253

Fuente: Esta investigación

Los empaques permiten que la concha sea empacada y no ocupe tanto espacio en las embarcaciones.

Cuadro 14. COSTO DE MATERIA PRIMA EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO PIZARRO

AÑO	BULTOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
2007	9.756	24.390.000	70	1.707.300.000
2008	10.382	25.955.000	75	1.946.625.000
2009	11.495	28.737.500	80	2.299.000.000
2010	12.525	31.312.500	90	2.818.125.000

Fuente: Esta investigación

La materia prima es la concha que se compra en el municipio, a las personas que se dedican a esta actividad. (Ver cuadro 14)

Cuadro 15. COSTO MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	ANUAL
GERENTE	1	1.500.000	21.750.000
CONTADOR	1	750.000	10.875.000
SECRETARIA	1	450.000	6.525.000
VIGILANTES	2	450.000	6.525.000
CONTADORES CONCHA	4	450.000	6.525.000
ASEADORA	1	450.000	6.525.000
TOTAL	10		58.725.000

Fuente: Esta investigación

La mano de obra directa, es la responsable que la empresa funcione, son 10 personas, sus costos son crecientes año a año (ver cuadro 15 y 16)

Cuadro 16. GASTOS ADMINISTRATIVOS

AÑO	GERENTE	CONTADOR	SECRETARIA	VIGILANTE	ASEADORA	CONTADOR	TOTAL
2007	21.750.000	10.875.000	6.525.000	6.525.000	6.525.000	6.525.000	58.725.000
2008	22.837.500	11.418.750	6.851.250	6.851.250	6.851.250	6.851.250	61.661.250
2009	23.979.375	11.989.688	7.193.813	7.193.813	7.193.813	7.193.813	64.744.313
2010	25.178.344	12.589.172	7.553.503	7.553.503	7.553.503	7.553.503	67.981.528

Fuente: Esta investigación

12.3 CAPITAL DE TRABAJO

Es el requerido para la compra durante el primer mes. De los empaques, gasolina, nylon, piola y lo más importante la materia prima como es la concha. Su valor asciende a \$ 126.116.000.

Cuadro 17. COSTO DE GASOLINA ANUAL

AÑO	GALONES	PRECIO	TOTAL
2007	3.120	7.000	21.840.000
2008	3.120	7.350	22.932.000
2009	3.120	7.718	24.078.600
2010	3.120	8.103	25.282.530

Fuente: Esta investigación

Sin gasolina ni embarcaciones no podríamos transportar la concha, su precio se incrementa teniendo en cuenta el índice de inflación. (Ver cuadro 17)

Cuadro 18. DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

DETALLE	VIDA UTIL	TOTAL	VALOR	TOTAL	DEPRECIACION
Motores	10	6	10.000.000	60.000.000	6.000.000
Canoas	5	6	3.000.000	18.000.000	3.600.000
Potrillos	3	35	300.000	10.500.000	3.500.000
Canales	1	100	10.000	1.000.000	1.000.000
Computadoras	5	3	1.700.000	5.100.000	1.020.000
Impresoras	5	2	200.000	400.000	80.000
Muebles y enseres	5	5	50.000	250.000	50.000
TOTAL					15.250.000

Fuente: Esta investigación

La depreciación es el desgaste que sufren los equipos y maquinaria, esta se calcula de acuerdo a la vida útil. (Ver cuadro 18 y 19)

Cuadro 19. DEPRECIACIÓN ANUAL

AÑO	DEPRECIACION
2007	15.250.000
2008	15.250.000
2009	15.250.000
2010	15.250.000

Fuente: Esta investigación

Cuadro 20. COSTO DE NAYLON ANUAL

AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
2007	26	25.000	650.000
2008	30	26.250	787.500
2009	33	27.563	909.563
2010	38	28.941	1.099.744

Fuente: Esta investigación

El nylon o piola sirve para amarrar los sacos o bultos, para que el producto no se riegue en el viaje. (Ver cuadro 20)

Cuadro 21. DOTACIÓN ANUAL

AÑOS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
2007	10	100.000	1.000.000
2008	10	150.000	1.500.000
2009	10	200.000	2.000.000
2010	10	250.000	2.500.000

Fuente: Esta investigación

La dotación son los implementos de trabajo que se les da a los contadores de conchas, vigilantes y secretaria. (Ver cuadro 21)

Cuadro 22. COSTOS EN TERMINOS FOB Y CIF

AÑOS	FLETE	TRM	SEGURO	FOB	CIF
2007	356.464.745	1.990	582.418.156	5.824.181.556	6.763.064.457
2008	388.087.704	2.200	742.341.600	7.423.416.000	8.553.845.304
2009	433.517.701	2.300	925.331.400	9.253.314.000	10.612.163.101
2010	479.534.050	2.500	1.095.920.000	10.959.200.000	12.534.654.050

Fuente: Proexport

Las exportaciones de bienes en términos FOB son registradas por el país exportador en donde este registra la exportación del bien por su costo colocado a bordo de la nave de embarque, complementariamente consiste en que los países se comprometen a registrar la importaciones en términos CIF significa que el país importador registra la importación del bien agregándole a su costo lo relacionado con el aseguramiento y el transporte esa doble metodología desemboca en una diferencia a favor de las importaciones.

Como muestra el cuadro 22 las exportaciones en términos FOB para el año 2007 vienen hacer de US\$ 2.926.724 y las importaciones en términos CIF para el mismo año son de US\$ 3.398.112.

Cuadro 23. COSTOS FIJOS

CONCEPTO	2.007	2.008	2.009	2.010
Depreciación	15.250.000	15.250.000	15.250.000	15.250.000
Mano de obra	58.725.000	61.661.250	64.744.313	67.981.528
G. Administrativos	1.800.000	2.000.000	2.300.000	2.500.000
G. Generales	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625
seguro	582.418.156	742.341.600	925.331.400	1.095.920.000
Combustible	21.840.000	22.932.000	24.078.600	25.282.530
Empaque	9.756.000	10.901.100	12.673.238	14.499.253
Nailon	650.000	787.500	909.563	1.099.744
TOTAL	691.439.156	856.923.450	1.046.389.614	1.223.690.680

Fuente: Esta investigación

Cuadro 24. COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	2007	2008	2009	2010
materias primas	1.707.300.000	1.946.625.000	2.299.000.000	2.818.125.000
Telefonía	100.000	120.000	144.000	172.800
Mano obra Ind.	2.080.000	2.184.000	2.293.200	2.407.860
Total	1.709.480.000	1.948.929.000	2.301.437.200	2.820.705.660

Fuente. Esta investigación

Con la información de los cuadros 23 y 24 podemos calcular el punto de equilibrio, el cual consiste en términos financieros pronosticar un valor en el cual la empresa no sufra pérdidas ni obtenga ganancia, es decir el punto en que las ventas son iguales a los costos y gastos.

Los costos fijos, son aquellos que no dependen del volumen de la producción o del volumen de las ventas.

Los costos variables, dependen directamente del volumen de la producción y de las ventas, de manera directa, o sea que se generan según vayan aumentando la producción o las ventas.

En el proyecto el ingreso en el punto de equilibrio para los respectivos años (2007, 2008, 2009 y 2010) es: \$ 978.702.131, \$1.161.990.018, \$ 1.392.799.663 y \$ 1.647.807.363. El punto de equilibrio, por definición sabemos que la cantidad

mínima que la empresa debe vender, para calcularlo es igual a los costos fijos dividido entre el margen de contribución por unidad.

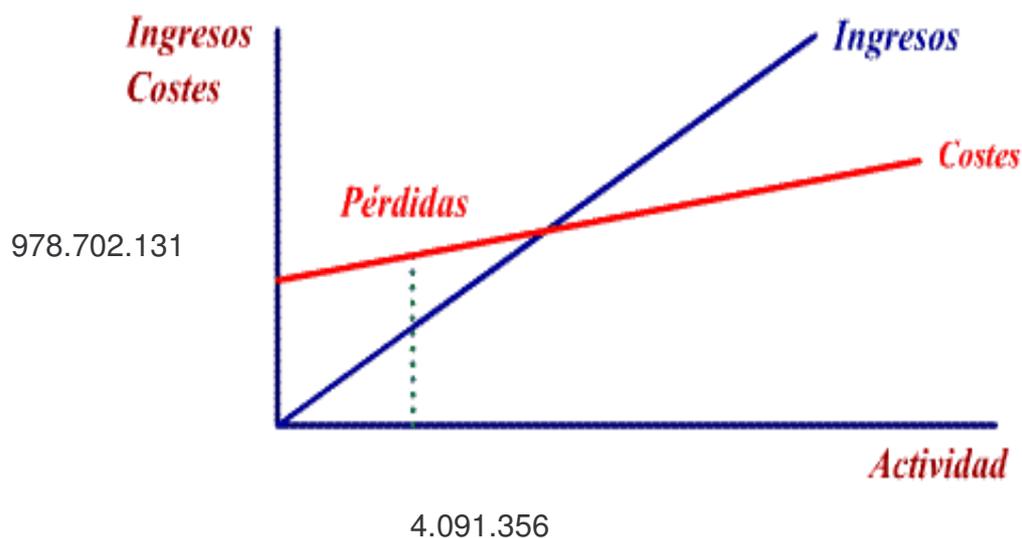
Para calcular el margen de contribución por unidad diremos: Que es la diferencia entre el precio de venta unitario, menos el costo variable unitario. Para los 4 años de análisis serian: \$ 169, \$ 211, \$ 242 y \$ 260. Una vez obtenidos estos datos calculamos para los 4 años el respectivo punto de equilibrios es decir la cantidad de conchas que se venderían para no tener pérdidas ni ganancias son: 4.091.356 conchas (2007), 4.061.249 conchas (2008), 4.323.924 conchas (2009) y 4.706.503 conchas (2010).

Cuadro 25. CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO A TRAVEZ DEL COSTO FIJO

CONCEPTO	2.007	2.008	2.009	2.010
Depreciación	15.250.000	15.250.000	15.250.000	15.250.000
Mano de obra	58.725.000	61.661.250	64.744.313	67.981.528
G. Administrativos	1.800.000	2.000.000	2.300.000	2.500.000
G. Generales	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625
Combustible	21.840.000	22.932.000	24.078.600	25.282.530
seguros	582.418.156	742.341.600	925.331.400	1.095.920.000
Empaque	9.756.000	10.901.100	12.673.238	14.499.253
Nailon	650.000	787.500	909.563	1.099.744
TOTAL	691.439.156	856.923.450	1.046.389.614	1.223.690.680
ventas	5.824.181.556	7.423.416.000	9.253.314.000	10.959.200.000
costo variable	1.709.480.000	1.948.929.000	2.301.437.200	2.820.705.660
Ingreso en PE	978.702.131	1.161.990.018	1.392.799.663	1.647.807.363
MCU	169	211	242	260
Punto de Equilibrio	4.091.356	4.061.249	4.323.924	4.706.503

Fuente: Esta investigación

Gráfica 3. GRÁFICA PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente. Esta Investigación

12.4 INGRESOS

Se obtienen por la venta de las conchas en el vecino país del Ecuador, estos dependen de la tasa de cambio del momento.

Cuadro 26. INGRESOS ANUALES DE LA EXPORTACION DE CONCHA

AÑOS	EXPORTACION	CONCHAS CIENTOS	TRM	USD	INGRESOS
2003	18.952.000,0	189.520,0	2.778,0	7,0	3.685.405.920,0
2004	18.952.000,0	189.520,0	2.389,0	8,5	3.848.487.880,0
2005	20.517.600,0	205.176,0	2.284,0	10,0	4.686.219.840,0
2006	22.763.000,0	227.630,0	2.238,0	11,0	5.603.795.340,0
2007 P	24.389.370,0	243.893,7	1.990,0	12,0	5.824.181.556,0
2008 P	25.956.000,0	259.560,0	2.200,0	13,0	7.423.416.000,0
2009 P	28.737.000,0	287.370,0	2.300,0	14,0	9.253.314.000,0
2010 P	31.312.000,0	313.120,0	2.500,0	14,0	10.959.200.000,0

Fuente: Esta investigación

Como podemos ver en el cuadro 26, los ingresos son bastante llamativos. (Ver cuadro 26 y 27)

Cuadro 27. UTILIDAD ANTES DE INTERES E IMPUESTOS

AÑOS	EXPORTACION	CONCHAS CIENTOS	TRM	USD	INGRESOS	EGRESOS	UAI
2003	18.952.000,00	189.520,00	2.778,00	7	3.685.405.920,00	0	3.685.405.920
2004	18.952.000,00	189.520,00	2.389,00	8,5	3.848.487.880,00	0	3.848.487.880
2005	20.517.600,00	205.176,00	2.284,00	10	4.686.219.840,00	0	4.686.219.840
2006	22.763.000,00	227.630,00	2.238,00	11	5.603.795.340,00	0	5.603.795.340
2007 P	24.389.370,00	243.893,70	1.990,00	12	5.824.181.556,00	2.400.919.156	3.423.262.400
2008 P	25.956.000,00	259.560,00	2.200,00	13	7.423.416.000,00	2.805.852.450	4.617.563.550
2009 P	28.737.000,00	287.370,00	2.300,00	14	9.253.314.000,00	3.347.826.813	5.905.487.187
2010 P	31.312.000,00	313.120,00	2.500,00	14	10.959.200.000,00	4.044.396.340	6.914.803.660

Fuente: Esta investigación

Para los cuatro últimos años en donde opera nuestro proyecto, contando con el 90% de la participación en el mercado, la utilidad antes de interés e impuesto es significativa, lo que motiva a los futuros inversionistas a invertir en este proyecto.

12.5 ESTADO ECONÓMICO O DE RESULTADO.

Este estado es como una grabación de video que nos informa sobre las ventas, los costos y los gastos de la empresa durante un intervalo específico de tiempo, generalmente un año.

Cuadro 28. ESTADO ECONÓMICO PROYECTADOS

Económico	2007	2008	2009	2010
Ventas	5.824.181.556	7.423.416.000,00	9.253.314.000,00	10.959.200.000,00
CMV	2.400.919.156	2.805.852.450	3.347.826.813	4.044.396.340
UT. BRUTA	3.423.262.400	4.617.563.550	5.905.487.187	6.914.803.660
G. publicitarios	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625
EBIT	3.422.262.400	4.616.513.550	5.904.384.687	6.913.646.035
INTERES	0			
IMPUESTO	1.163.909.216	1.569.971.607	2.007.865.644	2.351.033.244
UTILIDAD NETA	2.258.353.184	3.046.541.943	3.896.519.043	4.562.612.791

Fuente: Esta investigación

El costo de las mercancías vendidas (CMV), representa el costo de la mercancía que se vendió. Cuando las mercancías se venden, en contabilidad salen por su costo, este representa, del total de las ventas el 41.22%. La utilidad bruta representa el 58.77% del total de las ventas. (Ver cuadro 27).

El EBIT, es conocido como el resultado operativo.

12.6 BALANCE

“Reporta la posición patrimonial de la empresa en un momento determinado, el lado izquierdo muestra las inversiones realizadas por la empresa, que componen el activo, y el lado derecho representa la forma en que estos se financiaron”.¹⁵

¹⁵ FINANZAS CORPORATIVAS. GUILLERMO L. DUMRAUF. Pag. 29

Cuadro 29. BALANCE PROYECTADO

BALANCE	AÑOS			
	2.007	2.008	2.009	2.010
AC CTE				
GASOLINA	1.820.000	1.911.000	2.006.550	2.106.878
EMPAQUE	920.000	966.000	1.014.300	1.065.015
MATERIA APRIMA	122.576.000	128.704.800	135.140.040	141.897.042
MANO DE OBRA	500.000	525.000	551.250	578.813
TELEFONIA	300.000	315.000	330.750	347.288
TOTAL AC CTE	126.116.000	132.421.800	139.042.890	145.995.035

Fuente: Esta investigación

Cuadro 30. BALANCE 2007

ACTIVOS CTES		PASIVOS CTES	
CXC	5.824.181.556	Obligaciones LAB	0
Inventarios	0	CXP	2.400.919.156
inversiones	330.875.280	IMPUESTOS	1.163.909.216
Total Activo CTE	6.155.056.836	TOTAL PCTE	3.564.828.372
ACT. FIJO		PLP	0
Planta y Equipos	95.205.000	PATRIMONIO	2.700.683.464
Depreciación	15.250.000	CAPITAL	2.590.228.464
TOTAL ACF	110.455.000	UTILIDA	2.259.353.184
TOTAL ACTIVOS	6.265.511.836	Total capital utilidad	4.849.581.648
TOTAL		PSV + PTM	6.265.511.836
		AJUSTE	0
ACTIVOS	6.265.511.836	PSV + PTM	6.265.511.836

Fuente: Esta investigación

13. DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL DELA EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL PRODUCTO CONCHA.

13.1 JUNTA DIRECTIVA

13.1.1 Naturaleza Y Objeto De La Junta Directiva. La junta directiva debe estar conformada, por un delegado de las organizaciones de concheros quien la presidirá, un funcionario de cada una de las siguientes instituciones: ECOPETROL, INCODER Y LA ALCALDIA MUNICIPAL DE FRANCISCO PIZARRO.

La junta sesionara validamente con la mitad más uno de sus miembros y adoptara decisiones con el voto favorable con la mitad mas uno de los votos de los asistentes

13.1.2 Funciones Generales De La Junta Directiva:

- ✚ Dirigir y administrar la empresa comercializadora del producto concha con la Gerencia General de la misma.
- ✚ Establecer la estructura orgánica de la empresa comercializadora del producto concha y suprimir, modificar y crear los cargos que se requieran señalando sus funciones y asignaciones salariales.
- ✚ Expedir estatutos y reglamentos internos de la empresa.
- ✚ Determinar las actividades de la empresa adoptando sus programas y presupuestos; y ordenar la realización de los actos o contratos tendientes a mejor cumplimiento del objeto.
- ✚ Reglamentar la ejecución de presupuestos de egresos e ingresos que cada año presenta el gerente general, impartir su aprobación.
- ✚ Autorizar los empréstitos a favor de la empresa.
- ✚ Aprobar el balance mensual que para efecto presente el Gerente.
- ✚ Las demás que sean necesaria para el buen funcionamiento de la empresa.

13.2 GERENCIA GENERAL.

13.2.1 Naturaleza y objeto de la Gerencia General. Es el órgano directivo de la empresa quien conjuntamente con la junta directiva administra el organismo y su titular depende de la junta directiva de la empresa.

13.2.2 Funciones Generales Del Gerente:

- ✚ Es el representante legal
- ✚ Dirige y coordina la ejecución de los planes y programas debidamente adoptados por la junta directiva.
- ✚ Someter a la aprobación de la junta directiva los contratos.
- ✚ Celebrar los contratos que sean necesarios para atender las actividades de operación de la empresa.
- ✚ Ordenar la apertura, cancelación o traslados de cuenta bancaria, de ahorros, de depósito a término etc.
- ✚ Constituir comités internos de trabajo para planear, organizar, coordinar y evaluar las actividades de las distintas dependencias.
- ✚ Nombrar, dar posesión, remover libremente a los funcionarios de la empresa.
- ✚ Elaborar y presentar a consideración de la Junta Directiva el proyecto anual del presupuesto y ejecutarlo una vez aprobado.

13.3 UNIDAD ADMINISTRATIVA.

13.3.1 Naturaleza Y Objeto De La Unidad Administrativa Y Financiera. Es una unidad de carácter ejecutivo dependiente de la Gerencia General, cuyo objeto es brindar apoyo asesoría y supervisión de funcionamiento del área financiera.

13.3.2 Funciones:

- ✚ Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de las divisiones financieras para la comercialización del producto.
- ✚ Coordinar y realizar todas las actividades concernientes al desarrollo organizacional de la empresa.
- ✚ Manejar todo lo referente a la seguridad social del personal de la empresa.

13.4 SECCION PERSONAL

13.4.1 Funciones:

- ✚ Mantener todos los archivos, registros y controles relacionados con el personal de la empresa.
- ✚ Dirigir, coordinar y supervisar las novedades del personal.

13.5 SERVICIOS GENERALES

13.5.1 Funciones:

- ✚ Dirigir, coordinar y controlar el desarrollo de los servicios generales de la empresa.
- ✚ Asesorar a cada una de las dependencias en el procesamiento de la información.

13.7 DIVISION FINANCIERA

13.6.1 Naturaleza Y Objeto De La División Financiera. Es una división de carácter técnico dependiente de la unidad administrativa y financiera cuyo objeto es planear, dirigir, controlar y evaluar los aspectos financieros de la empresa.

13.6.2 Funciones De La División Financiera:

- ✚ Planear, ejecutar y controlar el presupuesto de ingresos y gastos de la empresa.
- ✚ Administrar los egresos de la entidad.
- ✚ Controlar y analizar las operaciones financieras de la empresa.

13.7 UNIDAD COMERCIAL

13.7.1 Naturaleza Y Objeto De La Unidad Comercial. Es una unidad de carácter ejecutivo dependiente de la gerencia general cuyo objeto, es brindar apoyo, asesoría y supervisión de la comercialización del producto en el mercado interno y externo para garantizar el desarrollo administrativo al mismo tiempo canalizar y viabilizar la ejecución de las políticas emanadas de la gerencia general.

13.7.2 Funciones:

- ✚ Organizar en el municipio de Francisco Pizarro a las personas dedicadas a esta actividad.
- ✚ Supervisar la comercialización del producto concha en el mercado interno y externo.
- ✚ Diseñar las estrategias de mercadeo.

- ✚ Realizar visitas a los grupos constituidos en los municipios donde se comercializa la concha.

- ✚ Mantener permanentemente informado a la gerencia general por medio de los reportes estadísticos de la compra del producto concha en el municipio de Francisco Pizarro

14. EVALUACIÓN ECONÓMICA

14.1 MÉTODO DEL VALOR PRESENTE NETO

El valor presente neto (VPN) o valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión es el valor adicional o incremental aportado por una asignación de recursos de la organización, que emprende la realización de sus objetivos mediante la generación de flujos de ingresos y egresos de efectivo a lo largo de períodos futuros, es decir, la vida útil del proyecto es de 4 años. Como es obvio, para que se produzca este incremento de valor deberán cumplirse las siguientes condiciones: 1) los ingresos futuros de efectivo deberán superar los egresos futuros de efectivo, 2) los flujos netos de efectivo esperados en el futuro (ingresos - egresos) deberán descontarse a una tasa (20% nominal, lo que equivale al 21.94% efectiva anual.) que refleje el costo del capital necesario para financiar las inversiones del proyecto o el costo de oportunidad de los fondos (la rentabilidad de la mejor alternativa de inversión disponible en el mercado) y 3) el valor presente de los flujos netos futuros del proyecto, descontados a las tasas mencionadas aquí, deberá superar el monto o valor total de las inversiones iniciales (presentes o actuales) previstas en el proyecto.

El valor presente neto de un proyecto (VPN) se sintetiza en la siguiente fórmula utilizada con gran frecuencia en la gestión de inversiones:

$$VPN = \sum_{t=1}^n Ft \frac{1}{(1+k)^t} - \frac{I_0}{1}$$

En donde VPN representa el valor presente neto, es decir, el valor neto incremental de la empresa generado por el proyecto de inversión; F representa el valor de los flujos de efectivo futuros generados por el proyecto; k equivale al costo del capital vinculado al financiamiento del proyecto o al costo de oportunidad de los fondos que financian el proyecto; t representa el variable tiempo o los períodos durante los cuales se producen los ingresos y egresos de efectivo en el futuro; mientras lo que equivale al valor de las inversiones iniciales necesarias para la puesta en marcha del proyecto y n representa la vida útil del proyecto expresada en períodos de tiempo homogéneos.

Lógicamente que, como criterio de decisión se tiene que si el VPN es mayor que 0 el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, puesto que ello significa que los ingresos obtenidos permiten recuperar los costos, gastos, impuestos, el valor de las inversiones iniciales (l_0) y el costo de los capitales que financian el proyecto (k) durante su vida útil (t).

Si el VPN estimado para un proyecto es inferior a cero el proyecto debe rechazarse porque no es viable desde el punto de vista financiero y, por último, si el proyecto es igual a cero, su realización resulta indiferente desde el punto de vista financiero, pues apenas logra recuperar el monto de los ingresos y de las inversiones valorados al momento actual. Estas reglas de decisión condensan los elementos básicos de la teoría de inversiones y permiten la discusión de los problemas inherentes a esta decisión en términos más precisos y congruentes con los principios señalados en los anteriores renglones. En Excel, podemos aplicar **FX**, para hallar todas las funciones financieras. En los 4 años proyectando los flujos de fondos, calculamos el Valor Actual Neto. Donde el proyecto no solo alcanza a compensar, el costo de oportunidad del dinero, si no también a generar un beneficio adicional de \$ 7.417.533.062, en valor presente.

14.2 MÉTODO DE LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)

El segundo método de evaluación de proyectos de inversión también toma en cuenta el variable tiempo (t) para determinar la conveniencia y los resultados de una asignación de recursos que conllevan ingresos y egresos de efectivo, así como el inevitable costo del dinero (k) por período de tiempo.

La tasa interna de rendimiento (TIR) de un proyecto puede ser definida como la tasa de rentabilidad que iguala el valor presente de los flujos futuros de efectivo esperados a partir de una asignación de recursos con la cifra de las inversiones iniciales necesarias para poner en marcha el mismo proyecto.

Congruente con la nomenclatura utilizada en la definición del VPN, la tasa interna de rentabilidad de un proyecto (TIR) responde a la siguiente formulación matemática:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - \frac{l_0}{1}$$

Esta TIR se refiere entonces a la tasa de rentabilidad que iguala en el tiempo de vida del proyecto los ingresos y los egresos (flujos positivos y negativos) incrementales. Una vez calculada esta TIR en un proyecto específico de inversión es posible plantear la decisión financiera con el concurso de la tasa que refleja el costo de capital, de oportunidad o de financiación para la empresa, k .

Se tiene entonces que si la TIR es mayor que k el proyecto es factible desde el punto de vista financiero, toda vez que su tasa de rendimiento supera el costo del capital, es decir, del dinero necesario para su financiación. Pero si la TIR es inferior a k , el proyecto de inversión debería ser rechazado puesto que la tasa de rentabilidad que genera es insuficiente para cubrir el costo de su financiamiento (k). Por último, si las dos tasas (TIR y k) son iguales sería indiferente su realización por parte de la empresa y quedaría a criterio de la gerencia su aprobación por razones que no serían estrictamente financieras.

Cabe señalar que, como es usual en las matemáticas financieras, las tasas de rentabilidad y de costo del dinero se presentan en forma anualizada (tasas efectivas anuales) para efectos comparativos en el proceso de toma de decisiones de inversión y financiación.

Los métodos del VPN y de la TIR son de uso generalizado en la gestión de inversiones de las empresas y se han consolidado como herramientas indispensables para la toma de decisiones en materia de evaluación financiera para la asignación de recursos económicos. En el proyecto la TIR calculada es de 685% es decir es mayor que el costo de oportunidad (21.94%), además el VAN es positivo, lo que indica que el proyecto es rentable, por tanto los potenciales inversionistas y socios podrán invertir en el proyecto.

14.3 RENTABILIDAD REAL (RR)

Para su cálculo hay que tener en cuenta la tasa efectiva anual, a su vez la rentabilidad neta y la tasa de inflación. En las matemáticas financieras el cálculo de rentabilidad neta, se define aquella que queda después de descontar los impuestos de la rentabilidad efectiva.

$$RN = ia (1-it)$$

Donde it = tasa de tributación o tasa de retención en la fuente.

Por lo tanto la Rentabilidad Real (RR). Es aquella que queda después de descontar la tasa de inflación (ii) de la rentabilidad neta.

$$RR = (RN - ii) / (1 + ii).$$

Cuadro 31. RENTABILIDAD REAL

PERIODO	FLUJO DE FONDO	FACTOR $1 / (1+i)^n$	RENTABILIDAD REAL
1	2.156.727.291	0,820075447	1.768.679.097
2	2.909.447.556	0,672523739	1.956.672.548
3	3.721.175.686	0,551520206	2.052.303.581
4	4.357.295.215	0,452288179	1.970.753.118
		TOTAL	7.748.408.345

Fuente: Esta Investigación

La tasa real de rentabilidad es del 543.75%.

$RR = (1+TIR) / (1+WAAC) - 1$

14.4 TASA VERDADERA DE RENTABILIDAD (TVR)

Para este calculo se tiene en cuenta la tasa de reinversion, la cual es del 21.94% es decir el wacc. Se calculan los valores futuros de los ingreso, los cuales se dividen por el valor de la inversión, todo esto elevado a la punto 25 (1/4) para obtener un valor de 119.98 % $(7.748.408.345/330.875.280)^{0.25-1}$

14.5 RENTABILIDAD REAL AJUSTADA (RRA)

Es el valor máximo que podría crecer la empresa antes de destruir valor:

Su calculo: $RRA = (1+TVR) / (1+WACC) - 1$.

Representa un 80.4%

14.6 MÉTODO DE LA RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Un tercer método que también toma en consideración el costo del dinero a través del tiempo es el que se aplica al calcular la relación Beneficio / Costo de los flujos de un proyecto. Esta relación se calcula a partir de una fórmula que comprende elementos que ya resultan familiares por hallarse presentes en el VPN y la TIR.

Razón Beneficio / Costo = Valor presente de los flujos futuros de efectivo

Costo inicial del proyecto

Como se advierte fácilmente, esta fórmula se acerca bastante a la del VPN puesto que en este método se calcula la diferencia entre el valor presente de los flujos

futuros del proyecto y el valor de la inversión inicial (), mientras que en la razón Beneficio / Costo el numerador está constituido por el valor presente de los flujos futuros generados por el proyecto y el denominador equivale a los desembolsos o inversiones asignadas al mismo proyecto. De esta manera, si el VPN es mayor que cero la razón Beneficio / Costo deberá ser superior a uno y los beneficios actuales o presentes excederían los costos o inversiones iniciales; si el VPN es menor que cero la relación Beneficio / Costo será inferior a la unidad y, por consiguiente, indicará que los beneficios del proyecto expresados en valores presentes resultan inferiores a los costos iniciales o inversiones iniciales.

Por consiguiente, la gerencia financiera solo aprobará aquellos proyectos con una relación Beneficio / Costo superior a la unidad y rechazará aquellos que muestren una relación inferior a la unidad. Además, en el caso de tener que decidir entre proyectos mutuamente excluyentes preferirá aquellos que tengan una mayor relación Beneficio / Costo.

El VPN, la TIR y la relación Beneficio / Costo son métodos de evaluación de proyectos de inversión que tienen gran valor analítico porque proveen datos e información que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo (un rasgo esencial de los métodos analíticos propios de las finanzas modernas) y suministran un marco de análisis y un conjunto de criterios de decisión que facilitan la selección de proyectos y oportunidades de inversión con una simplicidad relativa bajo condición. Para el proyecto diremos que la relación costo/Beneficio es de \$ 22.41, es decir que por cada peso invertido, tendremos de beneficio dicho valor.

14.7 MÉTODO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN

La más simple de todas las evaluaciones de proyectos de inversión se obtiene con el cálculo del período de recuperación (PR) de la inversión. Este método se centra en la determinación del período de tiempo (años, meses) que toma la recuperación del capital invertido inicialmente en la realización del proyecto, mediante la proyección y acumulación de los flujos futuros de efectivo que permiten dicha recuperación. El período de recuperación (PR) se halla sumando los flujos futuros de efectivo del proyecto ($F_1 + F_2 + F_3 + F_4 + F_n$) hasta que el total de estos flujos se iguale con el desembolso de las inversiones iniciales, momento en el cual se dispondrá del número de años y meses que tomará la recuperación de la asignación inicial de recursos. No procede en este caso la actualización de los flujos futuros de efectivo.

Este método tiene serios cuestionamientos porque no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, al no actualizar los flujos futuros, y por ignorar en consecuencia el costo de oportunidad de inversión de los fondos. Se ignora

también el flujo de fondos después del período de recuperación y no se dispone de un criterio objetivo para juzgar un período mínimo de recuperación, que debe ser fijado en última instancia por la gerencia financiera de la empresa. Por todo ello, se considera que este método sólo provee un pre-criterio y no un criterio definitivo para la toma de decisiones de inversión.

Las principales ventajas de este método consisten en que sus cálculos son simples y que puede servir como aproximación a la evaluación del riesgo del proyecto. En condiciones de riesgo e incertidumbre, un proyecto que logra recuperar sus costos con mayor rapidez puede ser considerado como una inversión de menor riesgo situación que lo muestra nuestro proyecto de comercialización de la concha.

El costo de capital es la tasa de rendimiento interno que la empresa paga a las personas que inviertan en la empresa comercializadora del producto concha, es la mínima tasa de rentabilidad a la que se deberá remunerar a sus inversores satisfechos evitando al mismo tiempo que este valor descienda, este costo de capital es al tasa de rentabilidad que la empresa deberá conseguir con objeto de satisfacer a los inversionistas y acreedores por el nivel de riesgo.

Cuadro 32. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODO	FLUJO DE FONDO	FACTOR $1/(1+i)^n$	RENTABILIDAD REAL
1	2.156.727.291	0,820075447	1.768.679.097
2	2.909.447.556	0,672523739	1.956.672.548
3	3.721.175.686	0,551520206	2.052.303.581
4	4.357.295.215	0,452288179	1.970.753.118
		TOTAL	7.748.408.345

Fuente: Esta investigación

Al final del periodo 4 la inversión nos devuelve \$ 7.748.408.345, se necesita acumular la inversión del proyecto de \$ 330.875.280, esto significa que en el primer año se recupera la inversión, mas exactamente en los primeros 3 meses.

Cuadro 33. CALCULO DEL EBITDA

AÑOS	2007	2008	2009	2010
Utilidad Bruta	3.423.262.400	4.617.563.550	5.905.487.187	6.914.803.660
Depreciación	15.250.000	15.250.000	15.250.000	15.250.000
EBITDA	3.438.512.400	4.632.813.550	5.920.737.187	6.930.053.660

Fuente: Esta investigación

El EBITDA es lo que se convierte finalmente en caja con el propósito de pagar impuestos, atender servicios de la deuda, repartir utilidades a los accionistas, apoyar financiación etc.

El concepto valor económico añadido surge al comparar la rentabilidad obtenida por la empresa con el costo de los recursos gestionados por la empresa, para nuestro caso la empresa bajo este escenario normal ha generado una rentabilidad por encima del costo que tienen los recursos empleados a generado valor. (Ver cuadro 33)

14.8 ÍNDICES FINANCIEROS

14.8.1 Índice De Liquidez. “Los índices de liquidez representan una medida de la capacidad de la compañía para hacer frente a sus deudas de corto plazo. El más conocido y utilizado por los analistas de crédito es el índice de liquidez corriente”¹⁶

Liquidez corriente= activo corriente/ pasivo corriente.

Este índice nos dice cuantos pesos de activo corriente cuenta la empresa para hacer frente a cada peso del pasivo corriente o deuda de corto plazo.

Cuadro 34. ÍNDICE DE LIQUIDEZ

AÑOS	ACTIVO CTE	PASIVO CTE	LIQUIDEZ CTE
2007	6.155.056.836,00	2.400.919.156	3
2008	7.754.291.280,00	2.805.852.450	3
2009	9.584.189.280,00	2.422.495.413	4
2010	11.290.075.280,00	2.948.476.343	4

Fuente: Esta investigación

¹⁶ FINANZAS CORPORATIVAS. GUILLERMO L. DUMRAUF. Pag. 59,60

En el proyecto el índice dice que en los dos primeros años hay \$3 realizable en el corto plazo por cada peso de deuda de corto plazo, lo que representa una liquidez holgada, para los siguientes años esta se aumenta en un punto (ver cuadro 34)

14.9 PRUEBA ÁCIDA

Activo corriente – inventarios / pasivo corriente.

Dado que la empresa no posee inventarios, por lo tanto serán iguales al índice de liquidez (ver cuadro 34)

14.10 ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO

“Cuando un banco esta por conceder un crédito a un posible cliente, una de las cosas que primero se pregunta es que otra deuda tiene la empresa. El índice de endeudamiento muestra el grado de utilización del capital ajeno en relación al capital propio”¹⁷

A. Endeudamiento sobre el Capital Neto. = Pasivo Total / Patrimonio Neto

Cuadro 35. ENDEUDAMIENTO SOBRE EL CAPITAL

AÑO	PASIVO TOTAL	PATRIMONIO	ENDEUDAMIENTO
2007	2.400.919.156	2.590.228.464	0,92691405
2008	2.805.852.450	3.378.467.223	0,830510484
2009	3.347.826.813	4.228.496.823	0,791729769
2010	4.044.396.340	4.894.645.696	0,826289908

Fuente: Esta investigación

La empresa presenta un endeudamiento bajo, con una deuda financiera prácticamente insignificante, la empresa utilizara una política de no utilizar deuda financiera. (Ver cuadro 35)

¹⁷FINANZAS CORPORATIVAS. GUILLERMO L. DUMRAUF. Pag. 61

14.11 ROTACION DEL ACTIVO TOTAL

VENTAS / ACTIVO TOTAL

AÑOS	VENTAS	ACTIVO TOTAL	ROTACION ACTIVO
2007	5.824.181.556	6.265.511.836	93%
2008	7.423.416.000	7.864.746.280,00	94%
2009	9.253.314.000	9.694.644.280,00	95%
2010	10.959.200.000	11.400.530.280,00	96%

Fuente: Esta investigación

14.12 ÍNDICES DE RENTABILIDA

14.12.1 Margen De Utilidad Sobre Las Ventas. Nos indica que porcentaje representa la utilidad neta sobre las ventas que realizo la empresa.

MARGEN DE UTILIDAD= UTILIDAD NETA/ VENTAS

Cuadro 36. MARGEN DE UTILIDAD SOBRE VENTA

AÑOS	UTILIDAD NETA	VENTAS	MARGEN DE UTILIDAD
2007	2.258.353.216	5.824.181.556	39%
2008	3.046.541.943	7.423.416.000,00	41%
2009	3.896.519.043	9.253.314.000,00	42%
2010	4.562.612.791	10.959.200.000,00	42%

Fuente: Esta investigación

14.12.2 Retorno Sobre los Activos (ROA). “Mide el porcentaje de rentabilidad que representa la utilidad neta sobre el activo total, es el índice utilizado con frecuencia, lo extraño es que relaciona de los accionistas con el capital total de la empresa.”¹⁸

ROA = UTILIDAD NETA / ACTIVO TOTAL

¹⁸ FINANZAS CORPORATIVAS. GUILLERMO L. DUMRAUF. Pag. 67

Cuadro 37. CÁLCULO DEL ROA

AÑOS	UTILIDAD NETA	ACTIVO TOTAL	ROA
2007	2.258.353.216	6.265.511.836	36%
2008	3.046.541.943	7.864.746.280,00	39%
2009	3.896.519.043	9.694.644.280,00	40%
2010	4.562.612.791	11.400.530.280,00	40%

Fuente: Esta investigación

14.12.3 Retorno sobre el patrimonio. (ROE). Nos dice el porcentaje de rendimiento que representa la utilidad neta sobre el patrimonio neto.

ROE= UTILIDAD NETA / PATRIMONIO TOTAL

Cuadro 38. CÁLCULO DEL ROE

AÑOS	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO TOTAL	ROE
2007	2.258.353.216	2.700.683.464	84%
2008	3.046.541.943	3.488.922.223	87%
2009	3.896.519.043	4.338.951.823	90%
2010	4.562.612.791	5.005.100.696	91%

Fuente: Esta investigación

15. FINANCIACIÓN

Una de las más importantes tareas que debe cumplir la función financiera en las organizaciones es la de proveer suficientes fondos para la inversión y el mantenimiento de las operaciones. Para ello será preciso tomar decisiones acertadas y oportunas en materia de contratación de endeudamiento con terceros (llamados acreedores y obligacionistas) y de emisión de nuevas acciones de la sociedad en los mercados de valores, con miras a captar los fondos que la empresa necesita para su desarrollo y el cumplimiento de su misión y objetivos a través del tiempo y de los aportes que puedan hacer los socios, esto permite no ceder parte de la empresa a terceros.

Si se opta por constituir la empresa como una cooperativa esta se puede financiar con recursos del crédito, aporte de los socios y las donaciones; este es un proyecto donde están comprometidos todos los sectores, por lo que se supone que sus aportes para constituir y operar la empresa corresponde en un 50% del aporte de los socios y el 50%, restante de los demás sectores o empresas involucradas en el proyecto, como ECOPETROL, estos recursos no ocasionan costo alguno de capital, pero las empresa deben de tener un control y vigilancia oportuna para evitar los malos manejos administrativos.

Teniendo en cuenta estos criterios, los aportes económicos son:

- ECOPETROL, MUNICIPIO Y ONGS \$ 165.437640 (50%)
- SOCIOS (50 personas, natural o jurídicas) \$ 165.437.640. (50%)
- Cada socio hace un aporte de \$3.308.752.

Este escenario es adecuado para que la empresa no incurra en créditos del sector financiero que por cierto serian altos debido al monto de la inversión. Pero dado el caso que no se cuente con todo los recursos para hacer la inversión la empresa puede acceder al crédito, porque según sus ingresos proyectados puede cumplir con sus obligaciones financieras de corto y largo plazo. Lógicamente que la importancia del tema de la estructura del capital se deriva de la necesidad que tiene la empresa de asegurar una suficiente provisión de fondos para su crecimiento y desarrollo, en unas condiciones económicas que resulten compatibles con el objetivo general de la función financiera como es el de maximizar el valor de la empresa y la riqueza de los accionistas, que asumen en definitiva sus riesgos.

16. LA MEDICIÓN DEL RIESGO

Se definió el riesgo de un proyecto como la variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los estimados. Ahora corresponde analizar las formas de medición de esa variabilidad como un elemento de cuantificación del riesgo de un proyecto.

La falta de certeza de las estimaciones del comportamiento futuro se puede asociar normalmente a una distribución de probabilidades de los flujos de caja generados por el proyecto. Su representación gráfica permite visualizar la dispersión de los flujos de caja, asignando un riesgo mayor a aquellos proyectos cuya dispersión sea mayor. Existen, sin embargo, formas precisas de medición que manifiestan su importancia principalmente en la comparación de proyectos o entre alternativas de un mismo proyecto. La más común es la desviación estándar, que se calcula mediante la expresión:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n (R_i - \bar{R})^2 P_i} \quad (1.1)$$

Donde: R_i es el flujo de caja de la posibilidad i ,

P_i es su probabilidad de ocurrencia

\bar{R} es el valor esperado de la distribución de probabilidades de los flujos de caja, que se obtiene de:

$$\bar{R} = \sum_{i=1}^n (R_i * P_i) \quad (1.2)$$

Para ejemplificar la determinación del valor esperado y de la desviación estándar, supóngase la existencia de un proyecto que presente la siguiente distribución de probabilidades de sus flujos de caja estima.

Cuadro 39. SIMULACIONES DE RIESGO

PROBABILIDAD	FLUJOS	P*F	(F-R) ² /10 millones	(F-R) ² *P7 10, MILL
0,25	2.156.727.291	539.181.823	127.562.149.066	31.890.537.266
0,25	2.909.447.556	727.361.889	846.488.507.858	211.622.126.965
0,25	3.721.175.686	930.293.922	1.384.714.848.955	346.178.712.239
0,25	4.357.295.215	1.089.323.804	1.898.602.159.086	474.650.539.772
	R	3.286.161.437		1.064.341.916.241
			SIGMA	57.325,05
			VAN	7.417.533.062,00
			RIESGO	0,006969126

Fuente: Esta investigación

El calculo del riesgo lo muestra el cuadro 37, teniendo en cuenta la probabilidad de 0.25%, al hacer las respectivas simulaciones vemos que el riesgo económico es bajo, lo que hace mas atractivo el proyecto para los inversionistas desde el punto de vista financiero.

Cuadro 40. SIMULACIONES DE RIESGO.

PROBABILIDAD	FLUJOS	P*F	(F-R) ² /10 millones	(F-R) ² *P7 10, MILL
0,1	2.156.727.291	215.672.729	215.590.419.986	21.559.041.999
0,2	2.909.447.556	581.889.511	846.488.507.858	169.297.701.572
0,35	3.721.175.686	1.302.411.490	1.384.714.848.955	484.650.197.134
0,35	4.357.295.215	1.525.053.325	1.898.602.159.086	664.510.755.680
	R	3.625.027.056		1.340.017.696.385
			SIGMA	60.208,20
			VAN	7.417.533.062,00
			RIESGO	0,005535399

Fuente: Esta investigación

La empresa no puede evitar el riesgo pero si controlarlo, o mejor gestionarlo, cuándo nos referimos al riesgo ambiental, este es externo y puede afectar a la

empresa debido a los cambios, imprevistos en el ambiente económico, en que se desenvuelve la misma y que escapa totalmente a su control, la rentabilidad de la empresa dependerá no solo de su eficiencia que tenga su gerente para controlar el riesgo de la misma, si no que también dependerá de lo bien que controle el riesgo ambiental. Entre los mayores riesgos que tendrá la empresa están:

- Movimientos de los precios de la materia prima en el Ecuador, es decir - bajar de precio de compra del producto.
- Variación en el tipo de cambio de una manera desfavorable (reevaluaciones)
- Cambio en el tipo de cambio de su propia moneda, si aumenta se es competitivo, y si sucede lo contrario es menos competitiva
- Alteración de los tipos de interés en el Ecuador
- Desestabilización democrática.

CONCLUSIONES

- La Anadara Tuberculosa o concha es un producto que tiene muy buena acogida por el vecino país del Ecuador no solamente por los atributos que tiene el producto sino también por su alto nivel afrodisíaco lo que ha permitido tener compradores fieles
- Se evidencia una escasez de oferta del producto como consecuencia de los derrames de crudo que han contaminado la bahía y especialmente los manglares en donde nace, crece y se reproduce la especie.
- Las personas dedicadas a la actividad de la concha se encuentran desprotegidos de todos los servicios sociales además su situación económica no es la mejor por que los ingresos obtenidos por la venta del producto no alcanzan para el sustento diario y su calidad de vida va en franco deterioro.
- El repoblamiento de los raiceros es inmediato para poder tener a corto plazo un mayor esfuerzo de captura y evitar la escasez o terminación de la especie ANADARA TUBERCULOSA, este es un compromiso social, político, económico y ambiental, en donde están involucrados los compradores, concheros y la empresa Pública y Privada.
- El buen manejo Administrativo y financiero lograra posicionar a la empresa tanto en el mercado interno como externo, siempre y cuando piense en los intereses de los concheros, para que estos se sientan participes de la empresa, se debe pensar seriamente en constituir una empresa cooperativa para que estos sean sus asociados, en donde esta sea gerenciada por un profesional con amplio conocimiento del mercado comercial y financiero para aprovechar todas las ventajas y oportunidades que ofrece el mercado.
- La dotación de implementos de trabajo a los concheros como las embarcaciones pequeñas (potrillos) es de vital importancia, ayuda a tener un mayor número de concheros que le vendan la producción a la empresa y a la vez una estrategia para eliminar la competencia, acompañado con mejores precios de compra del producto que cumplan con la talla mínima.
- La empresa debe maximizar sus utilidades pero también de optar por brindar y mejorar la calidad de vida de los concheros a través de estrategias que permita la capacitación y concientización de cuidar los manglares y preservación de la especie. Esta debe entrar al mercado mejorando el precio de compra del producto ya que es una de las maneras de retribuir el

esfuerzo de las personas que se dedican a esta actividad siendo ellos los menos favorecidos respecto a los intermediarios locales en donde estos obtienen grandes ganancias al exportar el producto.

- El proyecto muestra que es viable Económica y financieramente comercializar la Anadara Tuberculosa o concha por lo tanto es necesario comercializar el producto al Ecuador de manera organizada, es decir, mediante la creación de la empresa.
- El proceso organizativo con este sector es continuo y progresivo acompañado de los procesos de capacitación en temas claves como el respeto, valoración personal, y la creencia en su gente, en otras palabras empezar a generar el cambio progresivo en la búsqueda de un pensamiento positivo, para orientar el camino empresarial y solidario entre las comunidades.
- La comercialización del producto al ecuador por parte de los intermediarios del Municipio se hace de manera ilegal.
- Los indicadores del proyecto reflejan que es aceptable por tanto es una alternativa para que los inversionistas nacionales y extranjeros organicen el sector e inyecten capital, con lo cual se genera empleo en el municipio.

RECOMENDACIONES

- La empresa debe incursionar lo mas pronto posible en la actividad y lograr un verdadero posicionamiento, para que organizaciones o fundaciones no se sigan aprovechando del buen nombre de este sector, que hasta ahora no le han podido solucionar ni él más mínimo problema, por el contrario si se están beneficiando otros sectores.
- Para el buen manejo administrativo como financiero de la empresa se debe seleccionar muy bien al gerente el cual debe ser una persona idóneo con un alto grado intelectual y que tenga pleno conocimiento del negocio tanto interno como externo. El gerente debe ser una persona que vele por los intereses de los concheros y de la empresa, debe ser una persona que tenga espíritu de liderazgo que le permita integrar a los concheros y que sepa negociar con los intermediarios locales como del ecuador.
- Al conformar las organizaciones de debe lograr que la gran mayoría de las personas que se dedican a la actividad hagan parte de la misma y evitar al máximo que lideren personas conflictivas, por el contrario personas activas, amigueras, integradoras y lo más importante que tengan la voluntad y ganas de trabajar en equipo y el deseo de superarse permitiendo excluir la politiquería y generar certidumbre en las organizaciones.
- El Alcalde del municipio de Francisco Pizarro al igual que el gobierno nacional y departamental debe tener una visión y claridad en apoyar este tipo de proyectos, los cuales tienen un impacto social, cultural, ambiental, económico y político, redundando en todos los sectores de la sociedad, generando empleo y bienestar a estas comunidades olvidadas por que no hay quien las representen, cuando lo hacen solo es para su interés particular de muchas personas.
- Es necesario que la contabilización del producto se haga a través de una maquina para que exista un mayor control en la talla. Para mejorar las condiciones del producto la empresa debe crear centros de acopios adecuados que permitan que la concha se rehidrate y sea mas atractiva para el consumidor final.
- Desde el punto legal la empresa debe cumplir con los requisitos que se deben tener en cuenta a la hora de exportar el producto en el ecuador para contrarrestar a los intermediarios del municipio los cuales exportan el producto de manera ilegal.

- Se recomienda que una vez la empresa comercializadora del producto concha se posicione en el mercado se pueda constituir en el largo plazo una sucursal en el vecino país del Ecuador en donde esta sea la encargada de entregar directamente la producción a los intermediarios Ecuatorianos.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ ARANGO, Alberto: MATEMÁTICAS FINANCIERA, Tercera edición, MC Graw Hill.

ALISTAIR. EVA FEVE, Blair: MANAGEMENT TODAY, JANUARY 1997, PAG 42, 45

GARBUTT, Douglas. EL CONTROL DE FLUJO DE FONDOS. Bogotá, Colombia 1990

DOUGLAS, Emery Y FINNERTY, Jhon (1997) CORPORATE FINANCIAL MANAGEMENT, PRENTICE HALL ENGLEWOOD CLIFFS

EVALUACIÓN DE PROYECTOS 2ª. ED ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

FAUS, Joseph: POLÍTICA Y DECISIONES FINANCIERAS. ESTUDIOS EDICIONES IESE NAVARRO, 1997

FERNÁNDEZ, Paplo, EVA, BENEFICIO ECONÓMICO, MVA, EVA, CF- ROI OCTUBRE 1997

BEDOYA BARCO, Fernando. FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pasto – Nariño, Colombia 1997.

DUMRAUF, Guillermo. Finanzas corporativas. Alfa Omega Grupo Editor

DE LA PORTILLA, Hugo: FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS FINANCIERO. Primera edición 2003, Universidad de Nariño, editorial universitaria

SALLENAVE, Jean – Paul. GERENCIA Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, Paris 1984.

MARIE MOKATE, Karen: EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. Segunda edición

MANUAL DE PROYECTOS DE DESARROLLO ECONÓMICO, Naciones unidas, México DF Diciembre de 1958.

NASSIR SAPAG Chain: PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Tercera edición, Departamento de administración universidad de Chile.

SALLENAVE: GERENCIA Y PLANEACIÓN ESTRATEGICA. EDITORIAL NORMA

SUAREZ, Jorge Luis: CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO PARA EL ACCIONISTAS, NOTA TÉCNICA DEL IESE, FN- 368 JUNIO 1995

TUNG AND AU, Tomas. ENGINEERING ECONÓMICS for capital investment analysis. Allyn and Bacon, Inc. Boston, U.S.A 1983