

## PIT ACTUALIZADO



30/oct/2018

PRIMER PILAR: ORGANIZACIÓN COMUNITARIA	Diagnóstico: Situación actual	Plan de mejora	Avance en plan de mejora	Evaluación de resultados
Descripción	Amanecer Campesino” viene desarrollando procesos organizativos desde 1995, implementando actividades agro-productivas con visión comunitaria y de conservación de la agro-biodiversidad para desarrollar una economía sostenible. busca, con la implementación del proyecto “Conservación Asociativa Ambiental y Productiva de Cacao Orgánico Amazónico” generar sostenibilidad mediante una certificación orgánica de cacao fino de aroma y otros productos provenientes de sus derivados, así aseguran nichos de mercados para que las comunidades de la asociatividad mantengan en el tiempo su producción sostenible de calidad y una comercialización justa. 1			
Razón Social	En proceso			
Ubicación	Amanecer Campesino se encuentra ubicado en la provincia de Orellana, en el Cantón de Loreto.			
Cadena de valor				
Organigrama comunitario	Se encuentra formado por presidente y otros departamentos sin sueldo fijo			
Contactos	Raquel Reyno (Presidenta): 0982960974 Carlos Silvera: 0991477155			
TERCER PILAR: DESARROLLO ESTRATÉGICO	Diagnóstico: Situación actual	Plan de mejora	Avance en plan de mejora	Evaluación de resultados
Propuesta de valor	No existe propuesta de valor	En base al modelo cavas que analiza los socios, actividades, relación con los clientes se pudo determinar que una de	Se realizó un focus group para determinar la aceptación	La propuesta de valor de Amanecer Campesino consiste en ofrecer un chocolate orgánico

<sup>1</sup> Ficha del proyecto, Conservación Asociativa Ambiental y Productiva de Cacao Orgánico Amazónico, Amanecer Campesino, Programa de Pequeñas Donaciones (PPD), 2011.

		<p>las falencias es la poca relación con los clientes</p>	<p>del producto por parte de los clientes</p>	<p>con un sabor ancestral y único debido a que es cultivado a través del sistema chakra. A su vez que preserva el medio ambiente y al desarrollo de comunidades indígenas, a su vez que utiliza el cacao fino de aroma para la elaboración del chocolate</p>
<p>Misión/Visión</p>	<p>No existe</p>	<p>Se presentaron los siguientes ejemplos de misión y visión en base a diálogos con representantes de la comunidad.</p>	<p><b>MISIÓN:</b> Somos una empresa de la Amazonía conformada por comunidades de la zona, que ofrece diversas variedades de chocolate para las personas amantes del chocolate de calidad; asimismo trabajamos para un</p>	

			<p>desarrollo sostenible en base a valores y principios de cuidar nuestra región y apoyar a las comunidades.</p> <p><b>VISIÓN</b></p> <p>Ser la mejor empresa de producción de chocolate fino de aroma a nivel nacional</p>	
Objetivos	<p>Objetivo General: Fortalecimiento del producto con identidad territorial</p> <p>Objetivo específico: No existe</p>			
Alianzas estratégicas	Recibe apoyo por parte GAD provinciales de Napo y Santo Domingo de los Tsáchilas			
FODA: Puntos Fuertes	Actualización	<p>Calidad del chocolate debido al sembrío</p> <p>Cuentan con varios proveedores</p> <p>Formas de producción amigables con el medio ambiente</p> <p>Suficiente producción</p>		

		Experiencia suficiente		
FODA: Puntos débiles	Actualización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultad para ingresar al mercado nacional</li> <li>- No posee empleados de planta</li> <li>- Carecen de maquinaria suficiente para producir el chocolate por cuenta propia</li> <li>- No cuentan con un registro Sanitario</li> <li>- La distancia es un factor que afecta la comunicación</li> <li>- Bajo empoderamiento de la asociación</li> </ul>		
FODA: Oportunidades	Actualización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumidor extranjero conoce y aprecia las características de chocolate orgánico, así como los procesos que lo involucran.</li> <li>- Crecimiento de la demanda de chocolate, posibilidad</li> </ul>	Estudio de mercado, demanda de derivados del cacao. en las encuestas realizadas a focus group, parcialmente se determina que si existe demanda	

		<p>de alianzas estratégicas para derivados de nuestro cacao.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existencia de demanda de derivados del cacao además de chocolate</li> </ul>		
FODA: Amenazas	Actualización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competidores tecnificados</li> <li>- Aparición de nueva tecnología</li> </ul>		
Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA		<p>Se determinaron las siguientes estrategias: ESTRATEGIA FO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se debe obtener el registro Sanitario para empezar a conseguir otros canales de distribución</li> <li>- Crear fanpage para</li> <li>- Crear alianzas estratégicas para aumentar las ventas</li> </ul> <p>ESTRATEGIA DO Aprovechar la mayor cantidad de ferias en la amazonia y ciudades grande como Quito y Guayaquil para</p>		

CUARTO PILAR: CONOCIMIENTO DEL MERCADO	Diagnóstico: Situación actual	presentar el producto  Plan de mejora	Avance en plan de mejora	Evaluación de resultados
Evidencia de mercado	Actualmente existe una alta demanda por el chocolate. A través de una investigación de mercado se pudo concluir que las ventas mensuales son aproximadamente de 5 unidades. El precio por unidad es de \$3,5 al público y los principales compradores son turistas nacionales y estudiantes. El chocolate que más se vende es el chocolate en taza, los turistas al probar el chocolate se van comprando. La desventaja es que el lugar donde se encuentra ubicado el chocolate no es visible para el comprador			
Binomio producto- mercado	Existe una sobreproducción de chocolate frente a una baja demanda. Se prevé la venta del chocolate como un producto orgánico con un enfoque de sostenibilidad.			
Segmentación	En base al plan de negocios establecido anteriormente se puede determinar que el producto va dirigido a personas de la ciudad del Tena, de edades que oscilan entre 25-42 años con ingresos medios a altos	La realidad es otra y se presenta a continuación:  - Turistas: Para las personas que visitan la ciudad y quieren un producto típico de la Amazonía  - Familias: Las familias de clase media y alta que quieran alimentarse con un producto sano y de		

		buena calidad para - Comerciantes: Tiendas, supermercados que vendan productos de confitería		
Perfil del consumidor	Familias con tradición culinarias Turistas en general con preferencia a productos orgánicos			
Tamaño actual y proyectado	No se encuentra calculado el tamaño actual del mercado	Registro completo de ventas, estudio de mercado, demanda de derivados del cacao y diversificación		
Tendencias de mercado	Mercado guiado hacia lo orgánico, ecológico, saludable y proyectos de tipo sostenible.			
Ingresos en base al análisis de mercado	No se obtuvo información al respecto			
Análisis de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chchukululu: significa pájaro cantor en idioma kichwa. Tiene dos presentaciones. Chchukululu y Chchukululu, estos productos son producidos por Tulicorp.</li> <li>• Caoni. es un río que pasa por Puerto Quito en la provincia de Pichincha. Los productos se denominan Manabí, Esmeraldas y Los Ríos.</li> <li>• Pacari, significa amanecer, en idioma kichwa. La empresa tiene el mismo nombre y se encuentra ubicada en la ciudad de</li> </ul>			



	<p>Quito. Tiene una amplia oferta de productos denominados: sabores andinos, cosecha de frutos, regalos, frutos cubiertos con chocolate, pepas cubiertas con chocolate, chocolate en polvo, Raw, regionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coyoayere, significa Jardín del cacao. Tiene las denominaciones Pichincha, Amazonía, Bolívar y Esmeraldas.</li> <li>• República del Cacao: es parte de la empresa CONFITECA. Tiene productos con las denominaciones Los Ríos y Manabí, con 75% cacao. Y El Oro, con 67% cacao respectivamente.</li> <li>• Kallari: vocablo kichwa que significa comenzar o empezar. Sus productos se denominan: Sacha (chocolate artesanal), Gourmet a base 70%, 75% y 85% de cacao. Centro de Acopio en la ciudad de Tena.</li> </ul> <p>Competidores altamente especializados, con buen nivel de reconocimiento a nivel local y regional. Nivel de reconocimiento medio por consumidores internacionales. Buen manejo de redes comerciales y canales de distribución. Alta penetración de mercado.</p>			
Ventajas competitivas	Cacao orgánico Calidad del chocolate	se propone, con el tiempo Cambio de Maquila debido a que posee la maquinaria para transformar el cacao en chocolate pero actualmente no se		

		encuentra en funcionamiento		
Precio	Chocolate en barra: cont. 250g a un precio de \$3,50. Actualmente se encuentra vendiendo por debajo del precio establecido en el plan de negocio que es de \$,50 con un margen de ganancia del 50%	El precio al que se vende es aceptable para el consumidor pero se puede generar valor indicando la procedencia del chocolate y trabajando en la presentación del envase	Sin avance: Se propuso actualizar la presentación del envase ya que actualmente se está vendiendo con un empaque antiguo y dañado los bordes.	
Distribución y localización	Amanecer Campesino cuenta solamente con un canal de distribución ubicado en Tena el cual según la investigación de mercado solamente venden unas cinco unidades aproximadamente cada mes. Por un lado, no cuentan con un registro de ventas, pero supieron manifestar que el producto más vendido es el chocolate en taza, mientras que los otros chocolates menos vendido es el 100% y 75% ya que manifiestan que los ecuatorianos están acostumbrados a sabores dulces			
Estrategias de Promoción	No existe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción On-Line: Implementación de página web</li> </ul>		

		<p>donde se encontrará información más detallada sobre el producto que destaque el modo de elaboración, las propiedades nutricionales y diferentes presentaciones.</p> <p>Además incluirá servicios que interactuarán con el cliente de manera que indique cuál es el punto de venta más cercano a él. Este segmento está enfocado a jóvenes compradores,</p>		
--	--	---	--	--

		<p>profesionales jóvenes que dedican la mayor parte de sus horas laborables conectadas a internet. Las redes sociales como Facebook, Twitter; Instagram permitirán el acercamiento a potenciales clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ferias &amp; eventos locales y nacionales: la participación en este tipo de eventos masivos permitirá seguir ganando territorio y pensar en el mercado local y nacional</li><li>• Degustaciones: se</li></ul>		
--	--	--	--	--

		<p>realizarán degustaciones en fines de semana o feriados durante el primer a segundo mes de lanzamiento del producto en el malecón de la ciudad, ferias de gran concurrencia y eventos relacionados, en las cuales participaría el público que asista a este evento.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cooperación de la Academia: el involucramiento de pasantes, voluntarios o becarios</li></ul>		
--	--	--	--	--

		<p>extranjeros y locales en diferentes áreas académicas, permitirán promocionar el producto y la inserción en el mercado a través de sus estudios y aportes en la publicidad de las barras de chocolate.</p>		
<b>QUINTO PILAR: DESARROLLO DE OPERACIONES</b>	<b>Diagnóstico: Situación actual</b>	<b>Plan de mejora</b>	<b>Avance en plan de mejora</b>	<b>Evaluación de resultados</b>
Descripción del producto	La barra de chocolate negro utiliza el cacao fino de aroma amazónico para su elaboración, el mismo que es cultivado por los socios y socias de Amanecer Campesino con la finalidad de fortalecer e implementar paisajes productivos sostenibles a través en el sector cacaoero de la población rural de Chonta Punta, en el Biocorredor			

	Akllak Sacha. Se trata de un producto elaborado con ingredientes especiales que ofrecen beneficios para la salud como vitaminas, minerales, antioxidantes, proteínas que aportan al bienestar de las personas.			
Aspectos diferenciales	Materia Prima de alta calidad: se utiliza la pasta de cacao fino de aroma amazónico, proveniente de los huertos de los socios y socias de Amanecer Campesino, cultivados bajo el sistema agroforestal de manera orgánica.			

Proceso productivo	<p>Dentro de esta etapa tenemos algunos componentes: Siembra, manejo de la fertilidad del suelo, control de malezas, podas y cosechas.</p> <p>Para sembrar, los patrones deberán cumplir dos meses para estar aptos y ser trasplantados a la tierra. La propagación vegetativa o enjertación es la alternativa escogida, porque garantiza la obtención de plantas con las mismas características de la planta madre y el inicio de la producción es más rápido</p> <p>Adicionalmente, ellos utilizan una práctica ancestral para sembrar, esta es conocida como el sistema tipo Chakra, que revaloriza sus orígenes. Esto consiste en intercalar productos frutales, maderables y alimenticios de la zona en un área de 4m<sup>2</sup> lo que contribuye a garantizar la seguridad alimentaria de las familias. (Quiroz, 2009)</p>			
--------------------	--	--	--	--

	<p>El manejo de la fertilidad del suelo es un proceso que debe llevarse con el mayor de los cuidados y esmeros, pues de eso depende el nivel de productividad. De manera innata, los agricultores utilizan los restos de la poda y cosecha de cacao (cascarrilla) como un nutriente natural. Sin embargo, es necesario emplear abonos orgánicos y sembrar plantas leguminosas para fortalecer la fertilidad del suelo de la chakra.</p> <p>En cuanto al mantenimiento de la chakra los agricultores cada 4 meses combaten la maleza, mientras que las podas se realizan dependiendo de la naturaleza de sus plantaciones, estas pueden ser al finalizar la cosecha en plantas viejas y en plantas jóvenes cada 2 meses.</p> <p>La producción de cacao se caracteriza por dos marcados períodos para su cosecha. La temporada alta comprendida de enero a julio, siendo la cosecha principal del año. Mientras que, la temporada baja tiene una duración de cinco meses comprendida a finales del mes de julio hasta diciembre, fase considerada como la cosecha intermedia, dependiendo del manejo que haya realizado</p>			
Capacidad instalada	-			
Control de calidad	Cuidados en el proceso de cultivar y de secado del cacao. Control de a cosecha pero de la pos cosecha no existe control adecuado			
Requerimientos de mano de obra	No cuenta con un personal de planta estable			
Requerimientos de insumos productivos	cacao Fundas para empacar el chocolate			
Requerimientos de equipos e infraestructura	Molino Tostadora Descascarado Infraestructura propia: Cajas de fermentación			



	<p>Marquesina</p> <p>Centro de acopio.</p>			
Seguridad industrial y medio ambiente	<p>Conectividad ecológica: Implica enlazar zonas protegidas y áreas con una biodiversidad importante, además contrarrestar la fragmentación y pérdida de los hábitats articulando con paisajes productivos sostenibles.</p> <p>Paisajes productivos sostenibles En Amanecer Campesino se impulsan los paisajes productivos a través del impulso de emprendimientos sostenibles como: El fortalecimiento de las fincas campesinas incorporando enfoques ancestrales que permiten potenciar la agrobiodiversidad, recuperar semillas, facilitar la seguridad y soberanía alimentaria; manejo de suelos y cultivos sin agro-tóxicos; combinación de los conocimientos modernos con los saberes ancestrales, la búsqueda de la rentabilidad, el fomento de la asociatividad y detener el avance de la frontera agrícola en los ecosistemas frágiles y en peligro.</p> <p>Fomento de asociatividad: Fomenta la asociatividad involucrando a familias de la zon, de productores locale. Establecen acuerdos. para aliar a comunidades y organizaciones en instancias mayores para la gestión ambiental en los biocorredores</p>			
SEXTO PILAR: DESARROLLO DE FINANCIERO/ LEGAL	Diagnóstico: Situación actual	Plan de mejora	Avance en plan de mejora	Evaluación de resultados
Sistema de cobros	No se proporcionó información al respecto			
Sistema de pagos	No se proporcionó información al respecto			

Presupuesto de ingresos.	No se proporcionó información al respecto			
Presupuesto de costos	Compra de cacao en baba \$2.000 Costo de transporte \$360 Mano de obra \$320  Datos año 2014			
Estado proforma de pérdidas y ganancias	No se proporcionó información al respecto			
Inversiones	No se proporcionó información al respecto			
Plan de financiamiento	No se proporcionó información al respecto			
Evaluación	No se proporcionó información al respecto			
<b>SEPTIMO PILAR: REDES DE CONTACTO</b>	<b>Diagnóstico: Situación actual</b>	<b>Plan de mejora</b>	<b>Avance en plan de mejora</b>	<b>Evaluación de resultados</b>
Necesidades identificadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falencias en la presentación del producto. Actualmente se encuentra a la venta el chocolate pero con la presentación anterior. Se debe dar mayor seguimiento en cuanto a cómo se está vendiendo el producto. El producto carece de fecha de elaboración y de caducidad. El empaque en el que viene el producto se encuentra desactualizado. Al no contar con el Registro Sanitario de las barras de chocolate, se desconoce su valor nutritivo, el peso de la porción, fechas de elaboración y de expiración. Adicionalmente, su presentación para el mercado y su nombre no son comerciales</li> <li>No existe buena comunicación entre el personal interno. Falta de empoderamiento por parte de la Asociación <ul style="list-style-type: none"> <li>- Carece de un personal de planta (mano de obra)</li> <li>- Mayor oferta vs poca demanda</li> <li>- Proceso de producción demasiado largo</li> <li>- Llevar un registro de ingresos y egresos</li> </ul> </li> <li>• Poco uso de las redes sociales</li> </ul>			

