

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La comunidad del Chota está situada a 29km. al norte de la ciudad de Ibarra, entre la frontera de Imbabura y Carchi, con una altitud de 1500 m.s.n.m, una población de aproximadamente 970 habitantes, con un clima tropical seco, a una temperatura media de 22°C, en donde un 25% de la población trabaja en IANCEM y el 75% se dedica a la agricultura, cosechando productos como fréjol, aguacate, tomate, limón, mango y otros. La parte de esta población que se dedica a la agricultura tiene que enfrentar varios inconvenientes o problemas, como: dejar de cosechar estos productos porque su precio de venta es muy bajo, los mismos que llegan a dañarse en el campo productivo, las causas que lo ocasionan, son: la existencia de muchos intermediarios que ofrecen cantidades mínimas que no justifican la inversión realizada, la mala distribución, imagen y presentación y el conformismo o desconocimiento de los procesos de compra-venta por parte de los agricultores. Estas causas conllevan a que ellos se sientan perjudicados en la oferta de sus productos, explotación económica, desventajas en el desarrollo familiar e incumplimiento de pago de deudas contraídas para la producción.

Con esta nueva unidad productiva se quiere mejorar algunos procesos, en donde las frutas van a ser debidamente empacadas con una buena presentación para luego ser distribuidas de manera directa a los supermercados, despensas, comisariatos y micro-mercados de la ciudad de Ibarra a precios razonables y sin la presencia de intermediarios.

Justificación

El proyecto de investigación propuesto se justifica por la importancia que tiene la agricultura en el sector, el mismo que contribuirá de alguna manera a la solución de los problemas económicos que afectan en la

actualidad a la comunidad. También por la demanda que estas frutas tienen hacia los consumidores, es lo que garantiza el desarrollo de esta actividad.

Este proyecto también se justifica porque contribuye a la reactivación de la agricultura, ya que hoy en día es una actividad económica que no está generando mayores ingresos en nuestro país, y por ende aportará a la conservación de la tradición de seguir sembrando los productos autóctonos de nuestra tierra.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de frutas del valle en la comunidad del Chota, parroquia Ambuqui, cantón Ibarra, provincia Imbabura.

Objetivos Específicos

- Efectuar un diagnóstico para descubrir los problemas que afronta la comunidad del Chota, y así poder establecer la matriz de resultados a este tema de investigación.
- Determinar las bases teórico-científicas para tener fundamentos claros sobre la temática a desarrollarse.
- Realizar el estudio de mercado a fin de determinar la demanda potencial y real existente de las frutas del valle.
- Efectuar el estudio técnico e ingeniería del proyecto, para determinar la función óptima de utilización, producción y distribución de los recursos necesarios.
- Evaluar la situación económica-financiera que tendrá el Centro de Acopio de frutas del valle.

- Establecer la estructura organizativa del proyecto.
- Analizar los impactos que generará el proyecto en los ámbitos: socio-económico, empresarial, ambiental, comercial y ético.

Metodología

El presente trabajo consiste en una investigación cualitativa, ya que persigue descubrir sucesos complejos en su medio natural y además porque esta fundamentada en la realidad; descriptiva, porque desea descubrir, en todos sus componentes principales una realidad; y, propositiva porque tiende a presentar una propuesta de solución a un problema identificado.

Se utilizaron los métodos inductivo, deductivo y de análisis. El método inductivo, fue utilizado en las encuestas, ya que permitió obtener conclusiones trascendentales para la investigación, va de lo particular a lo general; deductivo, se ve reflejado en los antecedentes, porque va de lo general a lo particular, se empieza hablando del país, la región, la provincia, el cantón, la comunidad hasta llegar al problema e identificar sus causas y efectos; y, de análisis, utilizado al momento de realizar la interpretación de los resultados y datos obtenidos.

Además se utilizaron las técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista, acompañadas por el instrumento formal que es el cuestionario.

Para la aplicación de las encuestas tanto a los productores como a los consumidores, se utilizó la técnica del censo ya que, las unidades de análisis eran menores a 100 unidades.

CAPITULO I

1.- ANTECEDENTES DEL DIAGNOSTICO

La provincia de Imbabura también conocida como la provincia de los lagos, se caracteriza por tener pueblos con una serie de culturas, costumbres y tradiciones, cada uno de ellos con sus propias características; así podemos anotar a los indígenas de Otavalo, Cotacachi, de Zuleta y los afroecuatorianos ubicados en el Valle del Chota y Cuenca del Río Mira.

Los afroecuatorianos asentados en el área denominada Valle del Chota y cuenca del río Mira, se sitúan geográficamente en las provincias de Imbabura y Carchi, región caracterizada por ser un asentamiento histórico del pueblo afro descendiente y cuya población está ligada a las haciendas coloniales, que concentraron importante población esclavizada.

En el Valle del Chota, la presencia de los descendientes africanos fue mucho más importante que en cualquier otra parte del Ecuador, luego de Esmeraldas. En el periodo de la transición de las plantaciones de algodón a las haciendas azucareras, se dan importantes introducciones de esclavizados a esta fértil región del norte ecuatoriano.

Luego de haberse abolido el sistema esclavista, este recurso humano importante se quedó sin tierra y sin alternativa; continuando al servicio de su antiguo amo y dueño de las haciendas, quien les siguió empleando como peones con salarios de miseria y les arrendaba porciones de tierras a cambio de varios días de jornal completamente gratis. Con la instauración del concertaje y del huasipungo, los peones afro-

descendientes se sometieron a nuevas formas de explotación recubierta por un proceso de formación de campesinos que duraría hasta la Reforma Agraria promulgada en 1964.

Actualmente en el Valle del Chota, la mayor parte de la población posee sus pequeñas porciones de terreno, cómo se especifica en el siguiente cuadro, cultivando entre otros, los siguientes productos:

CUADRO Nº 1 PRODUCTOS Y HECTAREAS DE TERRENO

Explotación	Superficie Ha	Producción kg/año	Rendimiento kg/ha/año
Fréjol	300	306.000	980
Caña de Azúcar	184	12'880.000	70.000
Pimiento	55	1'091.000	14.960
Tomate	23	493.200	18.450

Fuente: Fundación Agreco

Elaborado por: La autora de la investigación

Esta población en la actualidad se dedica, a labores agrícolas, comercio y en algunos casos también se ocupan como jornaleros. Las mujeres para complementar los ingresos del hogar, trabajan en haciendas de la zona ganando un salario diario, otras lo hacen como cacharreras, es decir, mujeres que compran en Colombia cantidades pequeñas de mercadería e introducen ilegalmente al Ecuador, o a su vez asistiendo a las ferias libres con pequeñas cantidades de fréjol, plátano, tomate y otros productos que se cultivan en la zona del Valle, y así hombres y mujeres trabajan para sacar adelante a su familia.

Al ver la necesidad de mejorar los procesos productivos, financieros y sociales de la comunidad y del Valle en general, se ve necesaria la creación de un Centro de Acopio de Frutas, en donde se almacenarán y distribuirán las mismas, de manera directa al consumidor (supermercados, micro-mercados, comisariatos, despensas y fruterías) mejorando su presentación y cumpliendo con los requisitos que hoy en día exige el mercado local y nacional.

La descoordinación entre los diferentes productores, en los procesos de comercialización, trae consigo la dificultad de planear y controlar la venta de las frutas, limitando de esta manera la toma de medidas preventivas o la rectificación oportuna; y, al no contar con un Centro de Acopio para estas frutas, los procesos productivos se hacen ineficientes debido a un inadecuado o mal manejo del mercado local, regional y nacional por parte de los agricultores del Chota.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar cuál es la situación actual de los agricultores de la comunidad del Chota, parroquia Ambuqui, cantón Ibarra.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar el volumen de producción de las frutas de la comunidad del Chota, para conocer su potencialidad real productiva.

- Identificar al talento humano que se dedica a la producción agrícola en la comunidad del Chota.

- Investigar las maneras o sistemas de comercializar los productos en la comunidad.
- Determinar las estrategias contables que utilizan los agricultores en la comercialización de las frutas del Valle.

1.2 VARIABLES DEL DIAGNOSTICO

1.2.1 PRODUCCION

Tipo de producto

Tecnología

Materia prima

1.2.2 TALENTO HUMANO

Nivel de educación

Experiencia en el trabajo

Capacitación

1.2.3 COMERCIALIZACIÓN

Tipo de mercado

Demanda y oferta

Competencia

1.2.4 ASPECTO CONTABLE Y FINANCIERO

Capital de trabajo

Control de gastos

Nivel de rentabilidad

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

CUADRO Nº 2 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICAS	PUBLICO META
Diagnosticar el volumen de producción de las frutas de la comunidad del Chota, para conocer su potencialidad real productiva.	Producción	Tipo de producto	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Tecnología	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Materia prima	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Hectáreas	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Calidad del producto	Primaria	Observación directa/Encuesta	Consumidores

Identificar al talento humano que se dedica a la actividad agrícola en la comunidad	Talento Humano	Nivel de educación Experiencia en el trabajo Capacitación Pertenece a alguna asociación o fundación	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta /Observación Directa Encuesta Encuesta	Agricultores Agricultores Agricultores Agricultores
Investigar las maneras o sistemas de comercializar los productos en la comunidad.	Comercialización	Tipo de mercado Demanda y oferta Competencia Estrategia de comercialización	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Agricultores Agricultores/consumidores Agricultores Agricultores
Determinar los aspectos contables y financieros que utilizan los agricultores en la venta de las frutas del valle.	Aspecto Contable	Capital de trabajo Control de gastos Nivel de rentabilidad Financiamiento	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Agricultores Agricultores Agricultores Agricultores

1.4 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población o universo tomada en cuenta para la realización del diagnóstico son los agricultores del Chota, los socios de la microempresa “Ecuambuquí” y los consumidores que son: los supermercados, micro-mercados, despensas y fruterías de la ciudad, quienes brindarán información muy relevante para la realización de este proyecto.

Por ser el universo menor de 100 unidades se aplicará la técnica del censo, dando un total de 45 agricultores dispuestos a proveer de las frutas a dicho Centro de Acopio; y los consumidores 64 (Base de datos del Ilustre Municipio de Ibarra), porque solo se ha tomado en cuenta los supermercados más grandes de la ciudad, para mejorar los procesos de comercialización, es decir, ya no realizar la venta en pequeñas cantidades o al por menor, sino entregar la producción a los grandes centros de comercialización para que el consumidor final adquiera directamente el producto, y así poder obtener beneficios tanto el productor como el consumidor.

1.5 TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

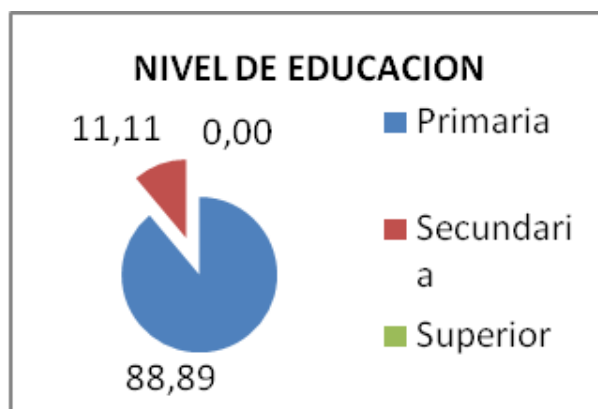
1.5.1 TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS PRODUCTORES

TALENTO HUMANO

1.- ¿Qué nivel de educación tiene usted?

CUADRO Nº 3 Nivel de Educación

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Primaria	40	88,89%
Secundaria	5	11,11%
Superior	0	0,00%
TOTAL	45	100%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

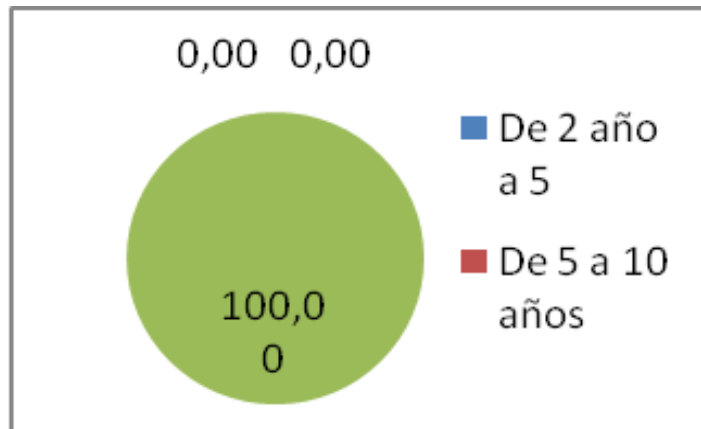
Análisis:

De la población encuestada el 88.89% de los agricultores tienen instrucción primaria y apenas un 11.11% tienen instrucción secundaria.

2.- ¿Qué tiempo lleva en la agricultura?

CUADRO N° 4 Tiempo en la Agricultura

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De 2 año a 5	0	0,00%
De 5 a 10 años	0	0,00%
Más de 10 años	45	100,00%
TOTAL	45	100%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

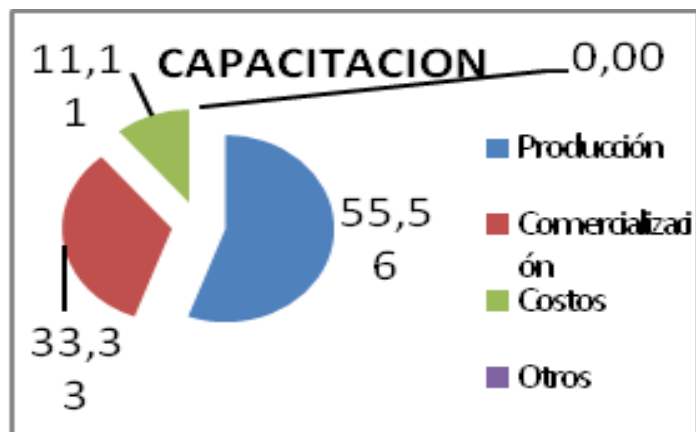
Análisis:

Todos los agricultores, es decir el 100% de los encuestados de la comunidad tienen una vasta experiencia en la agricultura, porque todos ellos tienen más de 10 años desarrollando trabajos agrícolas.

3.- Ha recibido capacitación en las áreas de:

CUADRO Nº 5 Capacitación

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Producción	25	55,56%
Comercialización	15	33,33%
Costos	5	11,11%
Otros	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

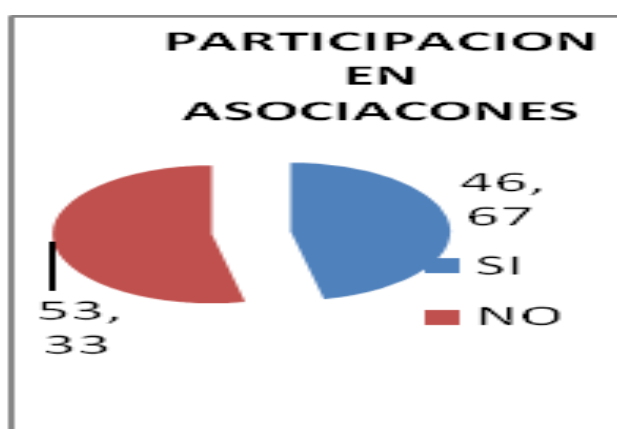
Análisis:

En cuanto a capacitación, el 55.56% del total de los agricultores han recibido capacitación en producción, el 33.33% en comercialización y el 11.11% en costos.

4.- ¿Pertenece a alguna asociación, microempresa o fundación?

CUADRO N° 6 Participación

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	21	46,67%
NO	24	53,33%
TOTAL	45	100%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

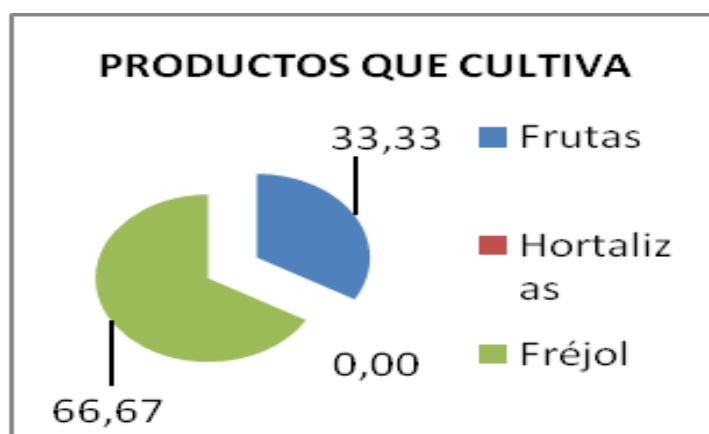
La mayoría de los agricultores de la comunidad no pertenecen a una asociación, microempresa o fundación, lo cual representa un 53.33%, y el 46.67% si pertenecen a una fundación o microempresa.

PRODUCCION

1.- ¿Qué tipo de productos agrícolas cultiva usted en mayor proporción?

CUADRO N° 7 Productos que Cultiva

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Frutas	15	33,33%
Hortalizas	0	0,00%
Fréjol	30	66,67%
TOTAL	45	100%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

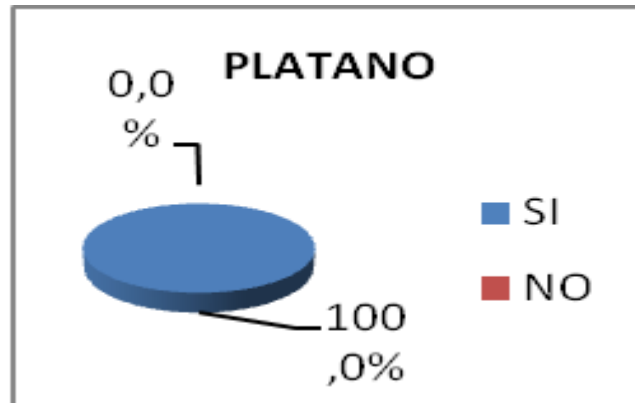
Análisis:

El producto que mayor se cultiva en la comunidad, y también en todo el Valle, es el fréjol en un 66.67% y un 33.33% se dedica a la producción de frutas de clima tropical.

2.- ¿Cuáles de estas frutas cultiva usted?

CUADRO N° 8 Plátano

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	45	100,0%
NO	0	0,0%
TOTAL	45	100,0%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

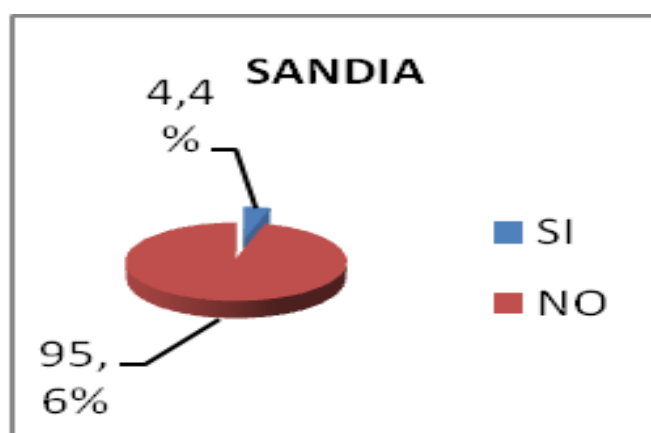
Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

El 100% de los agricultores encuestados cultivan plátano en sus terrenos.

CUADRO N° 9 Sandia

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	2	4,4%
NO	43	95,6%
TOTAL	45	100,0%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

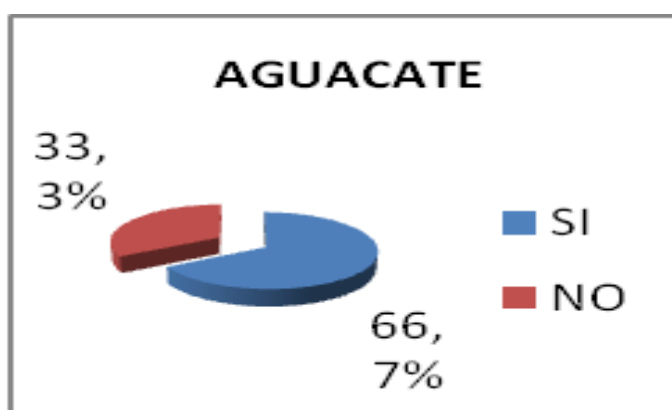
Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

El 95.6% de los encuestados no tienen sembrado o no cultivan sandía y apenas un 4.4% cultivan esta fruta.

CUADRO N° 10 Aguacate

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	30	66,7%
NO	15	33,3%
TOTAL	45	100,0%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

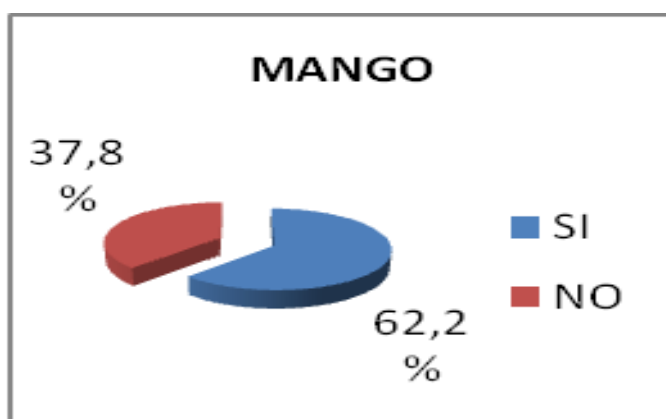
Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

En cuanto al aguacate se trata, el 66.7% de los encuestados si la cultivan esta y el 33.3% no cultivan dicha fruta.

CUADRO N° 11 Mango

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	28	62,2%
NO	17	37,8%
TOTAL	45	100,0%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

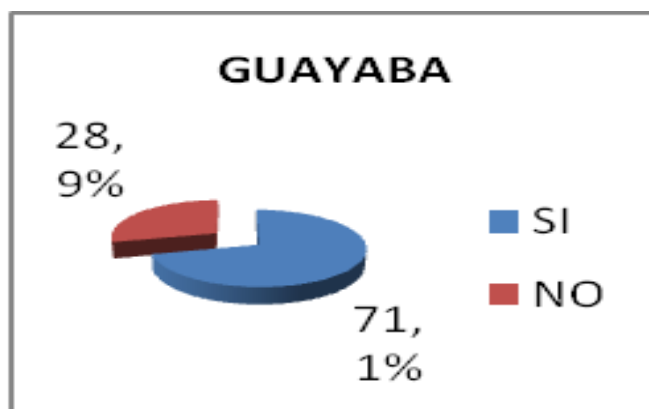
Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

La mayoría de los encuestados, 62.2% mencionan que si cultivan el mango y el 37.8% no cultivan esta fruta.

CUADRO N° 12 Guayaba

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	32	71.1%
NO	13	28.9%
TOTAL	45	100,0%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

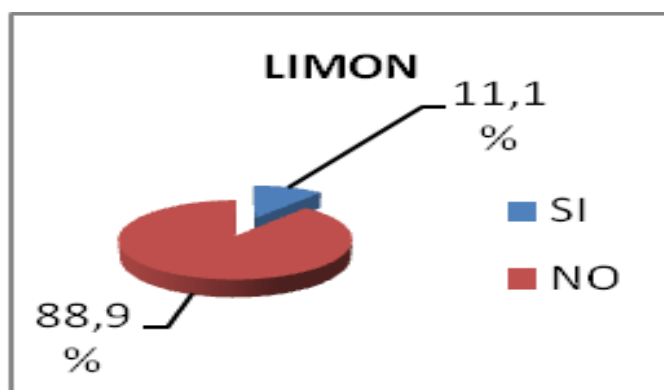
Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

El 71.1% de los agricultores encuestados cultivan la guayaba pero el 28.9% de ellos no la cultivan.

CUADRO N° 13 Limón

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	5	11,1%
NO	40	88,9%
TOTAL	45	100,0%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

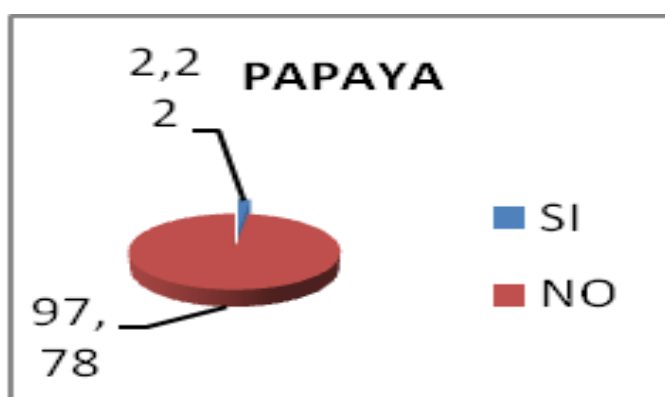
Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

En cuanto al limón se trata el 88.9% no cultivan esta fruta y apenas el 11.1% si lo hacen.

CUADRO N° 14 Papaya

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	1	2,22%
NO	44	97,78%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

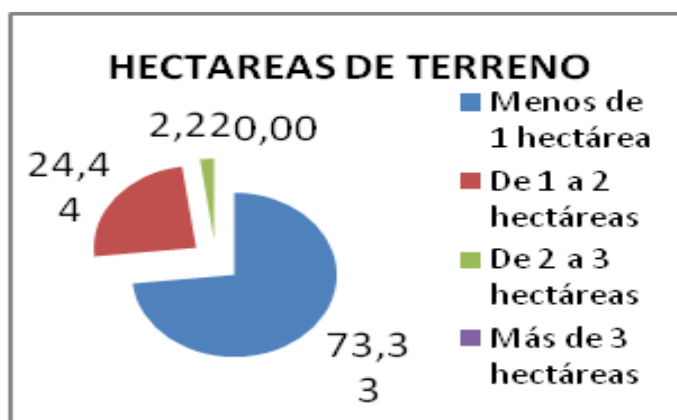
El 97.78% de los encuestados no cultivan la papaya, y apenas el 2.22% cultiva esta fruta pero en pocas proporciones.

De manera general se puede decir que la fruta que todos los agricultores cultivan es el plátano con el 100%, seguida de la guayaba con el 71.1%, el aguacate con el 66,70%, luego el mango con el 62.2% y los demás con poca representación, como: el limón, la sandía, y la papaya que hoy en día es una fruta muy poco cultivada en la zona, por la razón de que al llegar al punto de enfloración se cae la mata y no da frutos; pero todos los agricultores encuestados mencionan que algunas frutas no pueden sembrar por la falta de financiamiento, pero están dispuestos a mejorar la producción creándose esta nueva unidad productiva.

3.- ¿Cuántas hectáreas de terreno posee para sembrar estas frutas?

CUADRO Nº 15 Hectáreas de Terreno

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Menos de 1 hectárea	33	73,33%
De 1 a 2 hectáreas	11	24,44%
De 2 a 3 hectáreas	1	2,22%
Más de 3 hectáreas	0	0,00%
TOTAL	45	100%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

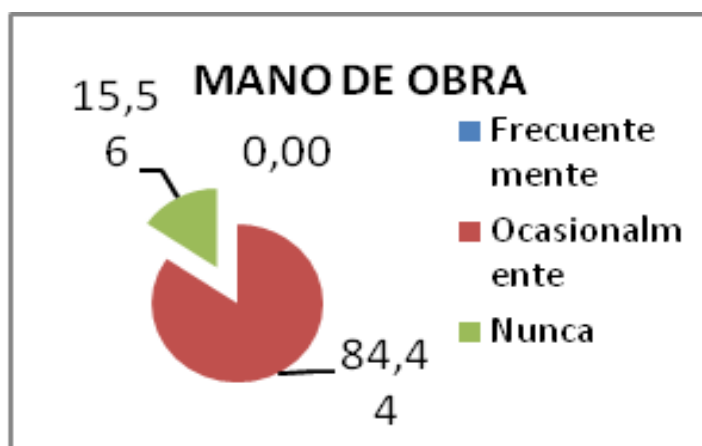
Análisis:

El 73.33% de los agricultores poseen menos de una hectárea de terreno para cultivar estas frutas, expresando de que no se utiliza más cantidad de terreno porque no existe a quien vender, y lo poco que cultivan es para consumo de la familia y regalar a los amigos, vecinos y conocidos.

4.- ¿En qué forma utiliza Mano de Obra para el cultivo de las frutas?

CUADRO N° 16 Mano de Obra

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Frecuentemente	0	0,00
Ocasionalmente	38	84,44
Nunca	7	15,56
TOTAL	45	100



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

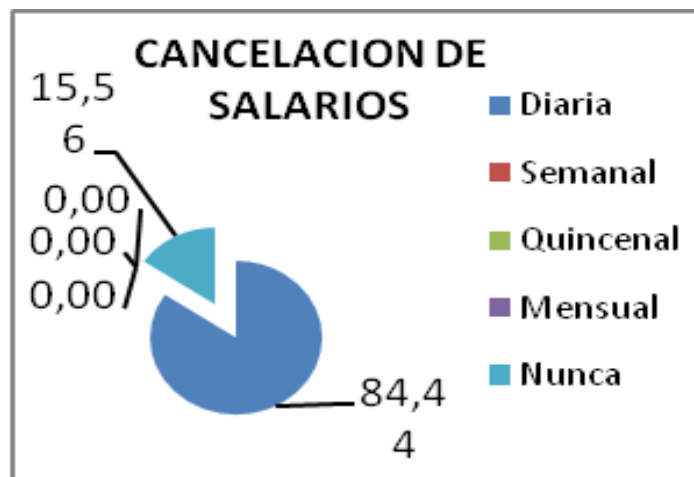
Análisis:

El 84.44% de los agricultores contratan mano de obra ocasionalmente, ya que mencionan que solo se lo hace cuando realizan grandes siembras de frejol, los cuál solo se hace una vez al año.

5.- A los trabajadores se les cancela su salario de manera:

CUADRO N° 17 Cancelación de Salarios

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diaria	38	84,44
Semanal	0	0,00
Quincenal	0	0,00
Mensual	0	0,00
Nunca	7	15,56
TOTAL	45	100,00



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

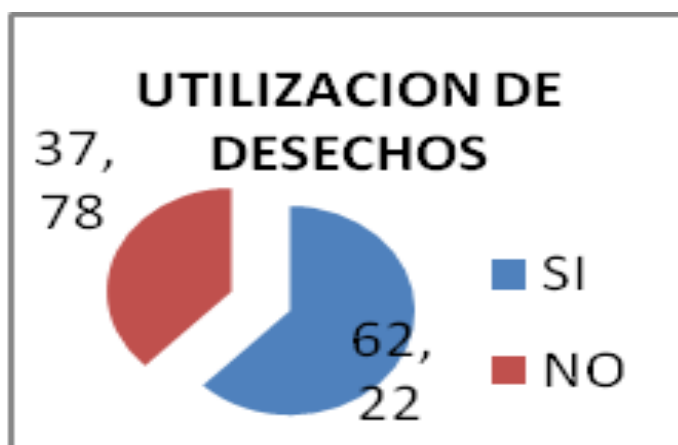
Análisis:

De los agricultores que ocasionalmente realizan la contratación de mano de obra para la producción, todos ellos pagan el salario a sus peones de manera diaria, en un 84,44%.

6.- ¿Los desechos de los alimentos son reutilizados en la producción?

CUADRO N° 18 Reutilización de Desechos

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	28	62,22
NO	17	37,78
TOTAL	45	100,00



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

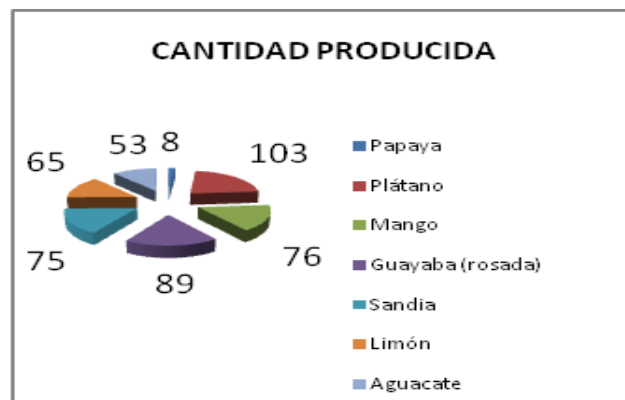
Análisis:

De los encuestados un 62.22% reutiliza los desechos orgánicos y el 37.78% no reutilizan los desechos como abono para los productos sembrados.

7.- ¿Qué cantidad de frutas cultiva mensualmente?

CUADRO N° 19 Cantidad de Frutas

PRODUCTO	DESCRIPCION	MENSUAL
Papaya	Caja	8
Plátano	Cabeza	103
Mango	Caja	76
Guayaba (rosada)	Caja	89
Sandía	Unidad	75
Limón	Bulto	65
Aguacate	Ciento	53



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

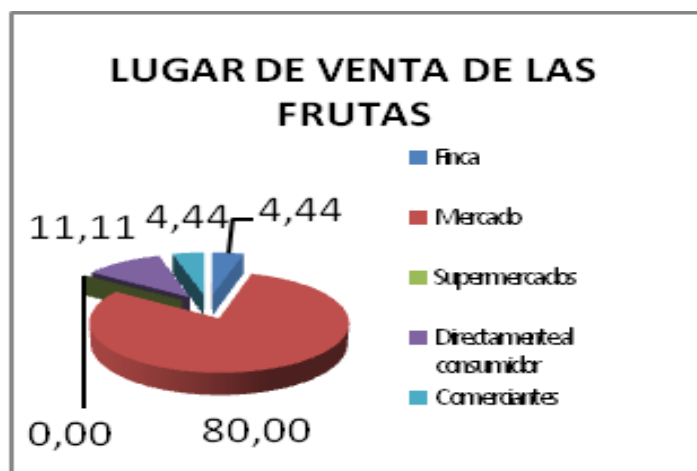
De acuerdo al cuadro anterior, se puede observar que el plátano es el producto que va a salir en mayor cantidad con 103 cabezas mensuales ya que la mayoría de los agricultores encuestados cultivan esta fruta, seguido de la guayaba con 89 cajas, el mango con 76 cajas, luego la sandía, limón, aguacate y como último producto le encontramos a la papaya, por ser una fruta que por muchas malarias y plagas que han sufrido las plantas es de poca producción en el Valle del Chota.

COMERCIALIZACIÓN

1.- ¿Las frutas usted las vende en?

CUADRO Nº 20 Lugar de Venta

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Finca	2	4,44%
Mercado	36	80,00%
Supermercados	0	0,00%
Directamente al consumidor	5	11,11%
Comerciantes	2	4,44%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

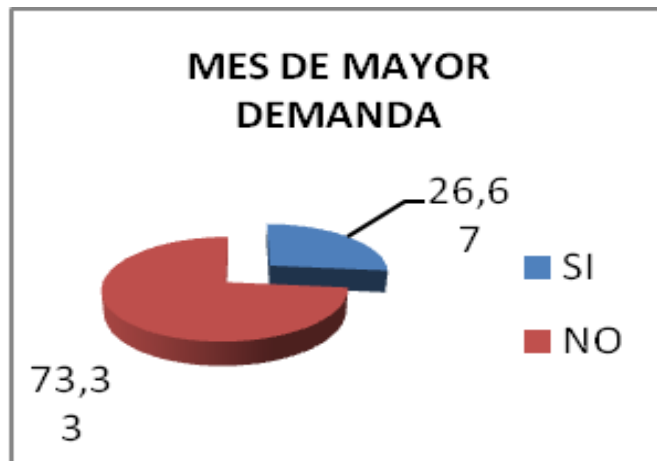
Análisis:

El 80% de los agricultores venden sus productos en el mercado, un 11.11% directamente al consumidor y el resto lo hace a los comerciantes, intermediarios, ó directamente en la finca.

2.- ¿Existe algún mes de mayor demanda de las frutas?

CUADRO N° 21 Mes de Mayor Demanda

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	12	26,67%
NO	33	73,33%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

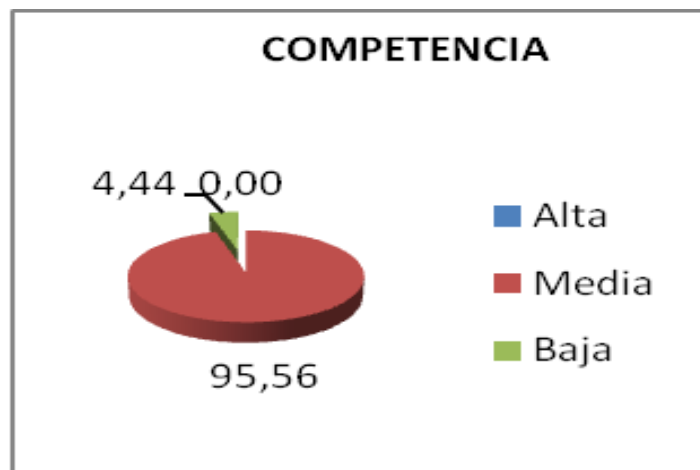
Análisis:

La mayoría de los encuestados, es decir un 73.33% coinciden que no existe un mes de mayor demanda de las frutas ya que dicen que eso se vende cuando es temporada o tiempo de cosecha y un 26.67% dicen que si existe depende del tipo de fruta que sea.

3.- Actualmente la competencia de las frutas que usted cultiva es:

CUADRO N° 22 Competencia

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Alta	0	0,00%
Media	43	95,56%
Baja	2	4,44%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

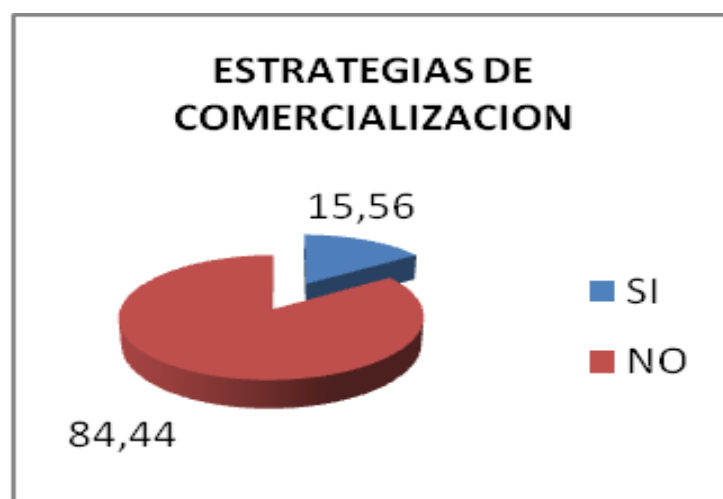
Análisis:

Un 95.56% de los agricultores dice que la competencia de las frutas es media y un 4.44% dice que es baja.

4.- ¿Utiliza alguna estrategia para la comercialización de las frutas?

CUADRO N° 23 Estrategias de Comercialización

VARIABLES	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	7	15,56%
NO	38	84,44%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

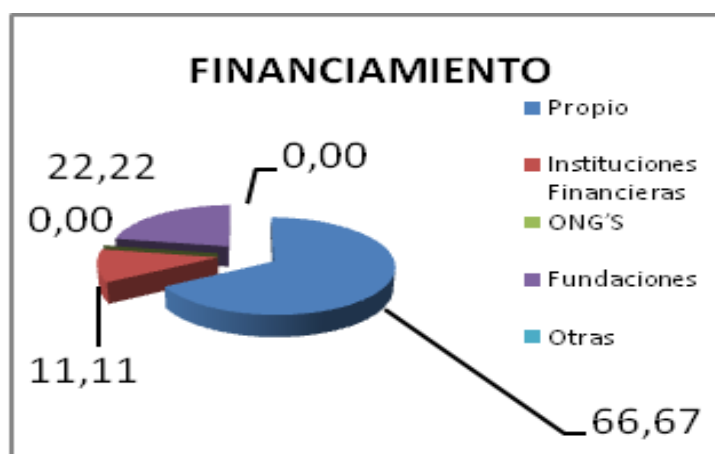
De la encuesta realizada se conoce que un 84.44% de los encuestados no utilizan estrategias de comercialización porque no saben que estrategias utilizar y un 15.56% si utiliza estrategias como la rebaja u obsequio en la compra de una cantidad grande de productos o por todo lo que llevo al mercado.

COSTOS

1.- ¿Para la producción de las frutas que tipo de financiamiento utiliza?

CUADRO Nº 24 Tipo de Financiamiento

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Propio	30	66,67%
Instituciones Financieras	5	11,11%
ONG'S	0	0,00%
Fundaciones	10	22,22%
Otras	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

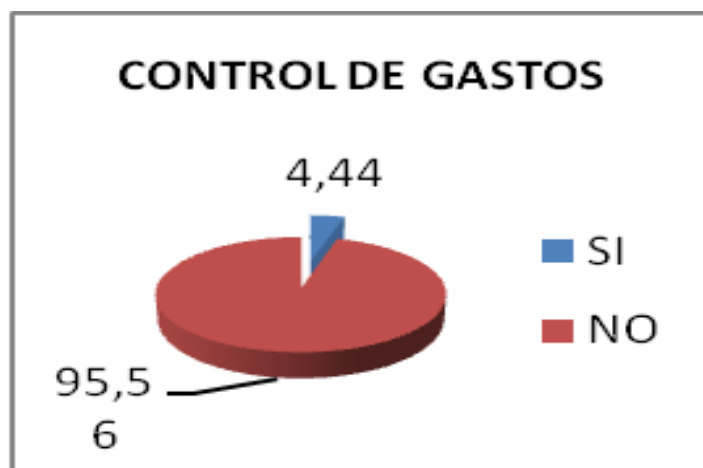
Análisis:

La mayoría de los encuestados utiliza capital propio para la siembra de sus productos, esto es un 66.67%, un 22.22% de fundaciones a las cuales pertenecen y un 11.11% en instituciones financieras.

2.- Utiliza alguna forma de control de gastos para:

CUADRO Nº 25 Control de Gastos

VARIABLES	SI	NO
Preparación del suelo	4.44	95.56%
Fertilizantes, fungicidas, abonos	4.44	95.56%
Compra de semillas	4.44	95.56%
Mano de obra	4.44	95.56%
Flete	4.44	95.56%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

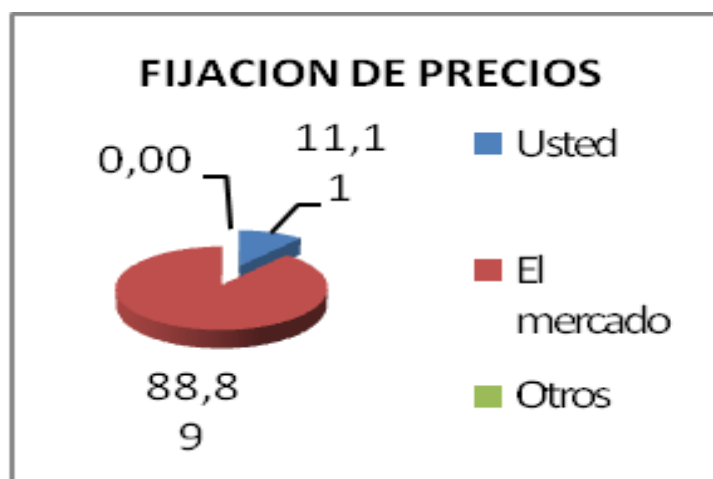
Análisis:

El 95.56% de los agricultores no realiza control de gastos en ninguno de los procesos de cultivo de las frutas y el 4.44% realiza un control de gastos de todos los procesos, llevando un registro de lo invertido y recuperado.

3.- ¿Quién impone los precios de venta de las frutas?

CUADRO N° 26 Fijación de Precios

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Usted	5	11,11%
El mercado	40	88,89%
Otros	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

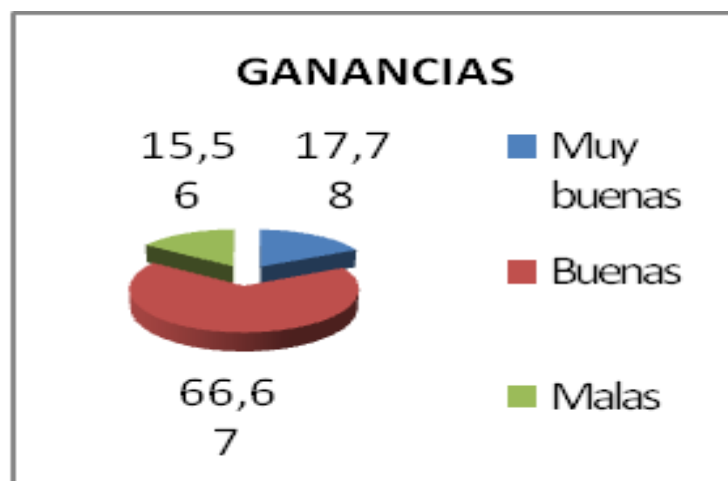
Análisis:

Del total de los encuestados el 88.8% dice que el mercado es el que fija los precios ya que ellos venden los productos al precio que está en el mercado y el 11.11% dice que ellos venden los productos al precio que ellos creen conveniente.

4.- ¿Cómo calificaría las ganancias económicas obtenidas en el último año en el cultivo de las frutas?

CUADRO N° 27 Ganancias

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy buenas	8	17,78%
Buenas	30	66,67%
Malas	7	15,56%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

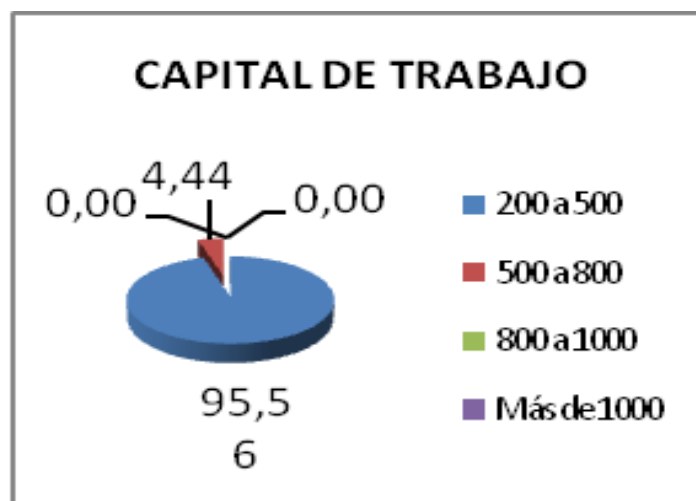
Análisis:

De la población tomada para la realización de la encuesta el 66.67% contesta que las ganancias obtenidas en el último año fueron buenas, el 17.78% dice que fueron muy buenas y 15.56% opina que fueron malas.

5.- Su capital de trabajo está entre:

CUADRO N° 28 Capital de Trabajo

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
200 a 500	43	95,56%
500 a 800	2	4,44%
800 a 1000	0	0,00%
Más de 1000	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

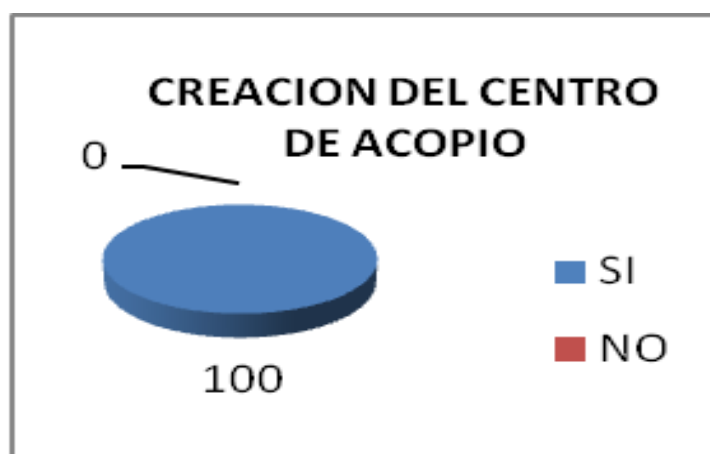
El 95.56% de los agricultores utiliza un capital de trabajo entre los \$200 y \$500 para la producción de las frutas y un 4.44% de \$500 a \$800, lo cuál depende de la economía familiar y por ende de la capacidad de pago del agricultor.

ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO

1.- ¿Estaría de acuerdo en que funcione en la comunidad un Centro de Acopio de Frutas del Valle?

CUADRO Nº 29 Creación del Centro de Acopio

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	45	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

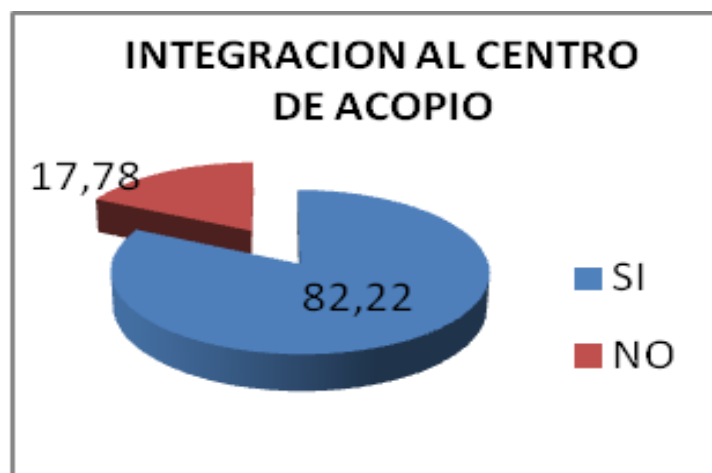
Análisis:

Toda la población encuestada, es decir el 100% de los agricultores encuestados están de acuerdo, que en la comunidad se cree un Centro de Acopio de Frutas para de esta manera poder mejorar la presentación y buscar más mercados para las mismas.

2.- ¿Le gustaría formar parte del Centro de Acopio?

CUADRO N° 30 Integración al Centro de Acopio

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	37	82,22%
NO	8	17,78%
TOTAL	45	100.00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

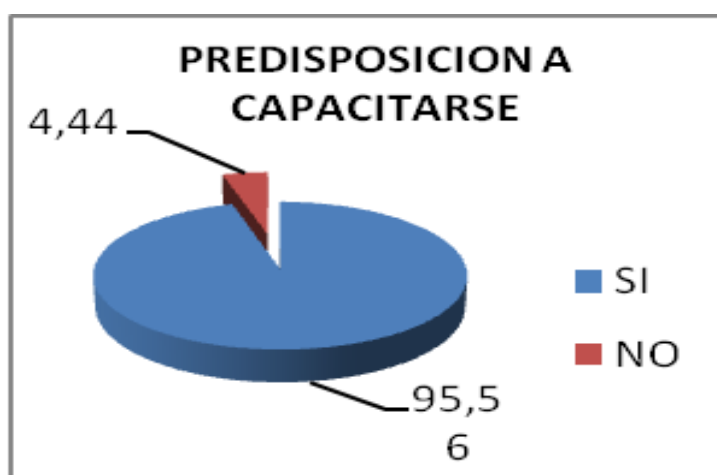
Análisis:

El 82.22% de los agricultores encuestados desean formara parte del Centro de Acopio, porque dicen que tendrán mayores oportunidades para poder ofertar los productos y el 17.78% dice que no desea integrar pero si vendería las frutas a dicho Centro.

3.- ¿Estaría dispuesto a capacitarse en algunos aspectos para mejorar la producción y comercialización de las frutas?

CUADRO N° 31 Capacitación

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	43	95,56%
NO	2	4,44%
TOTAL	45	100,00%



Fuente: Productores de la comunidad del Chota

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

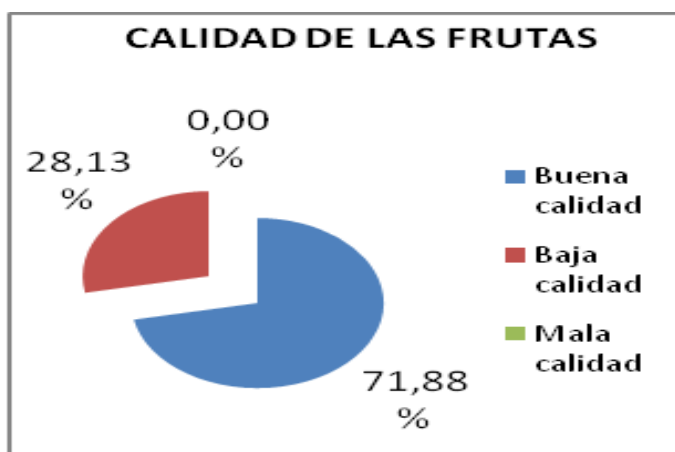
De la encuesta realizada el 95.56% tiene la predisposición para capacitarse en algunos campos como: técnicas de cultivo, comercialización y control de gastos de sus cultivos pero el 4.44% dice que no está dispuesto a capacitarse.

1.5.2. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES

1.- ¿Cómo califica usted a las frutas que se cultivan en el Valle del Chota?

CUADRO N° 32 Calidad de las Frutas

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Buena calidad	46	71,88%
Baja calidad	18	28,13%
Mala calidad	0	0,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

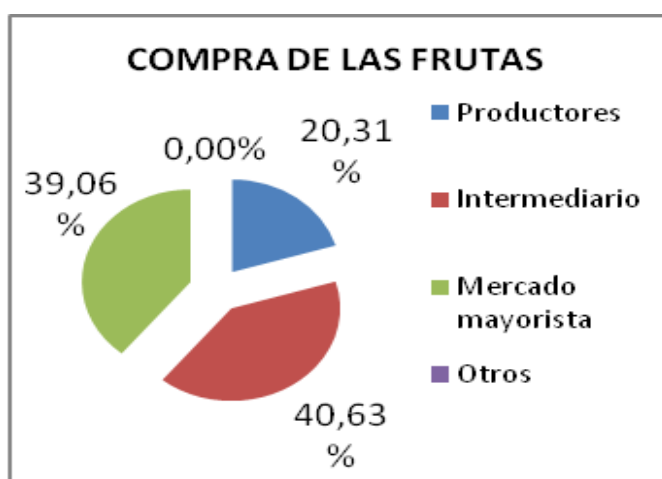
Análisis:

El Valle del Chota conocido por ser atractivo turístico por su río, clima, gastronomía, etc., también se lo conoce por ser una zona agrícola y con productos de buena calidad; así de la población encuestada el 71.88% responden que los productos del valle son de calidad y apenas un 28.13% menciona que son de baja calidad.

3.- ¿Dónde compra usted mayoritariamente las frutas?

CUADRO Nº 33 Lugar de Compra de las Frutas

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Productores	13	20,31%
Intermediario	26	40,63%
Mercado mayorista	25	39,06%
Otros	0	0,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

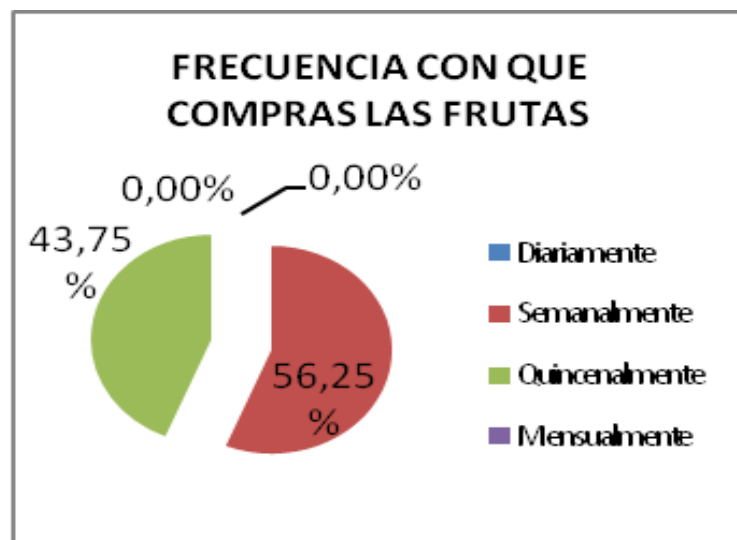
Análisis:

El 40.63% de los encuestados, supermercados, micro-mercados, despensas y hosterías dicen que adquieren los productos a los intermediarios y no directamente al productor, porque las frutas no tienen un adecuado higiene y presentación, el 39.06% compran en el mercado mayorista y el 20.31% directamente al productor o agricultor.

3.- ¿Con qué frecuencia compra usted las frutas?

CUADRO N° 34 Frecuencia de Compra de las Frutas

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Diariamente	0	0,00%
Semanalmente	36	56,25%
Quincenalmente	28	43,75%
Mensualmente		0,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

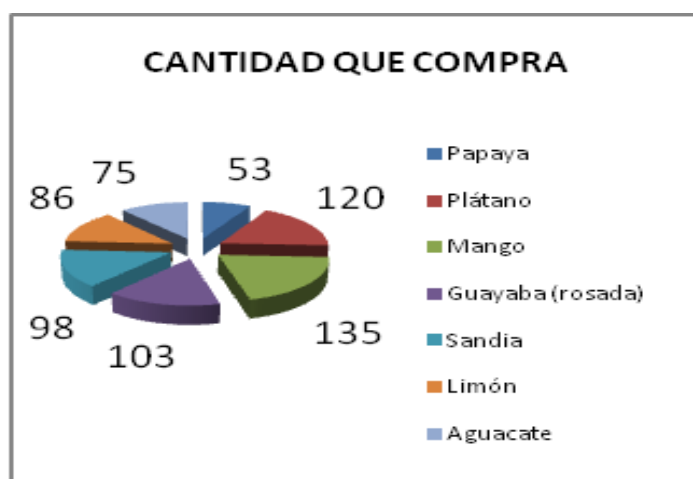
Análisis:

La gran mayoría, es decir el 56.25% de los encuestados dicen que compran las frutas semanalmente, ya que existen algunas frutas que se maduran rápidamente y se dañan y para evitarse pérdidas compran semanalmente y el 43.75% lo hacen quincenalmente argumentando que depende de la fruta que van a comprar.

4.- ¿Qué cantidad de frutas compra usted mensualmente?

CUADRO N° 35 Cantidad de Compra

PRODUCTO	DESCRIPCION	MENSUAL
Papaya	Caja	53
Plátano	Cabeza	120
Mango	Caja	135
Guayaba (rosada)	Caja	103
Sandía	Unidad	98
Limón	Bulto	86
Aguacate	Ciento	75



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

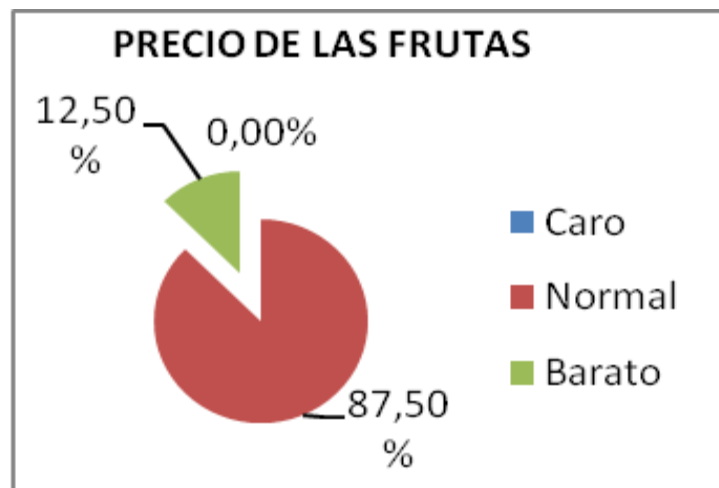
Análisis:

La fruta que se compra en mayor proporción es el mango con 135 cajas de acuerdo a la encuesta realizada a los posibles clientes del Centro de Acopio, seguido del plátano con 120 cabezas, la guayaba con 103 cajas, la sandía 98 unidades, luego el limón, el aguacate y la papaya.

5.-¿El precio de compra de las frutas los considera?

CUADRO N° 36 Precio de Compra

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Caro	0	0,00%
Normal	56	87,50%
Barato	8	12,50%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

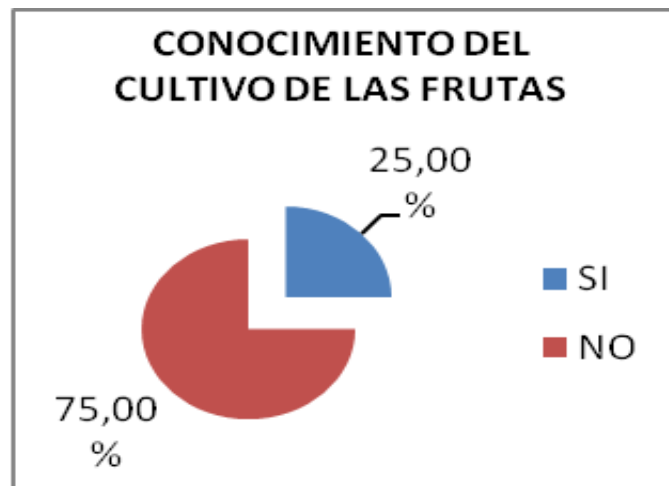
Análisis:

De acuerdo a las encuestas aplicadas se determina que para el 87,50% de los consumidores el precio de compra de las frutas es normal y para el 12,50% es barato.

6.- ¿Conoce usted cómo fueron cultivadas las frutas?

CUADRO N° 37 Conocimiento sobre el Cultivo de Frutas

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	16	25,00%
NO	48	75,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

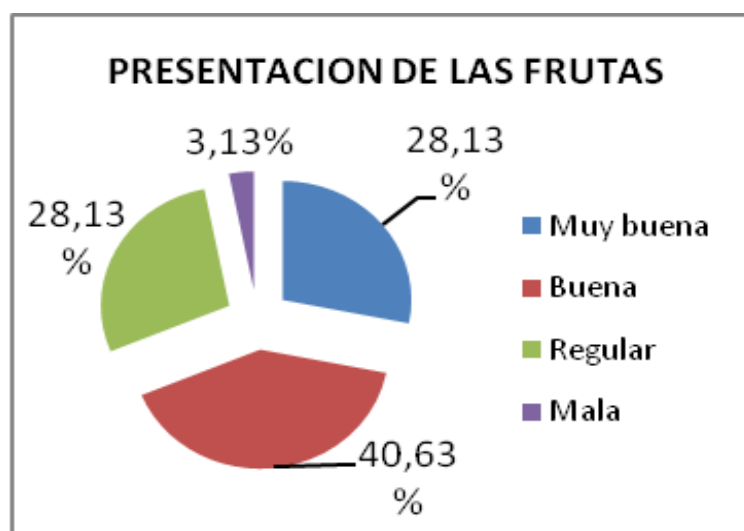
Análisis:

El 75% de los encuestados dicen que no conocen como fueron cultivadas las frutas y apenas el 25% conoce el proceso de cultivo de las mismas.

7.- La presentación (aseo) de las frutas al ser compradas la considera:

CUADRO N° 38 Presentación

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Muy buena	18	28,13%
Buena	26	40,63%
Regular	18	28,13%
Mala	2	3,13%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

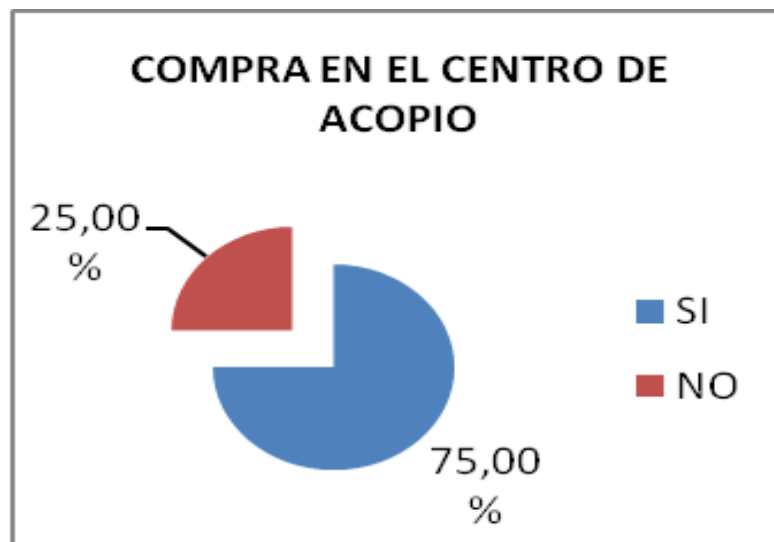
Análisis:

Según las encuestas aplicadas el 28,13% de los consumidores dicen que la presentación de las frutas es muy buena, el 40,63% buena, el 28,13% regular y apenas el 3,13% dicen que es mala.

8.- ¿Le gustaría a usted comprar estas frutas en un centro de acopio?

CUADRO N° 39 Compra en el Centro de Acopio

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	48	75,00%
NO	16	25,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

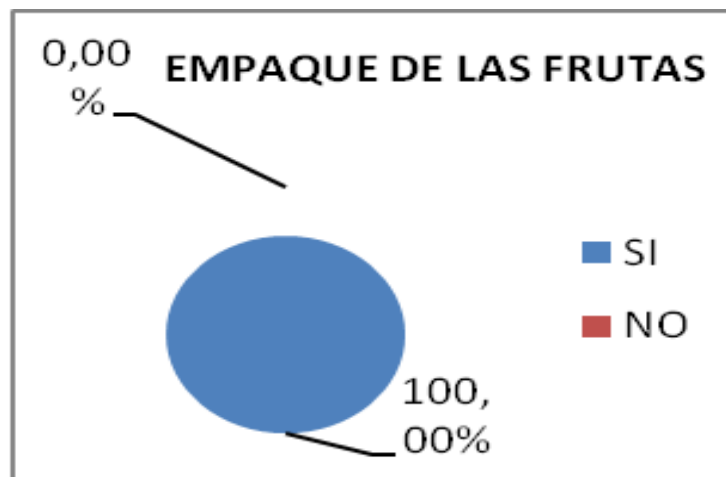
Análisis:

La mayoría de los encuestados, es decir el 75% responden que si les gustaría comprar las frutas en un centro de acopio y el 25% dicen que no les gustaría.

9.- ¿Desearía que las frutas estén debidamente empacadas?

CUADRO N° 40 Empaque de las Frutas

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	64	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

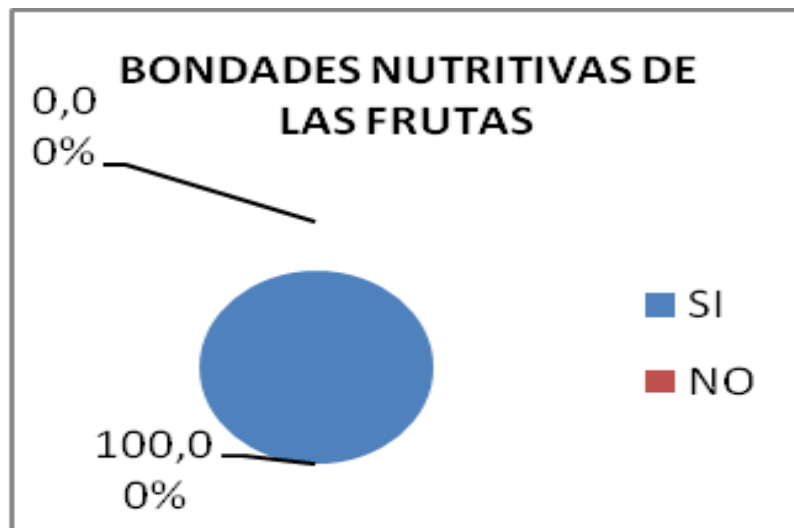
Análisis:

El 100% de los consumidores encuestados dicen que si les gustaría que las frutas tengan un empaque para conservar su aseo e higiene y además.

10.- ¿Conoce usted las bondades nutritivas que tienen las frutas?

CUADRO N° 41 Bondades de las Frutas

VARIABLES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	64	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	64	100,00%



Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada se determina que el 100% de los consumidores conocen sobre las propiedades nutritivas que tienen las frutas, en cuanto a vitaminas se trata.

1.5.3 ENTREVISTA REALIZADA AL DIRECTOR EJECUTIVO DE LA FUNDACION AGRECO

¿Qué productos se cultivan en la zona del Valle del Chota y Cuenca del Río Mira?

En esta zona se puede producir un sin número de productos de clima cálido pero por el poco recurso económico que poseen los agricultores solo se cultivan los siguientes: fréjol, caña de azúcar (porque se encuentra en esta zona el Ingenio Azucarero), tomate, ovos, guayaba, mango, plátano, aguacate y todas estas en pequeñas proporciones.

¿Cuáles son las causas por los cuales los agricultores no mejoran la producción o siembran en mayores cantidades?

En algunos casos es porque no disponen de agua de riego las 24 horas al día, no tienen el recurso económico como anteriormente lo señale, no existe apoyo de las autoridades para mejorar la producción e invertir en proyectos agrícolas, no se realiza la suficiente promoción de los productos del Valle para que tengan más aceptación en el mercado y al mismo tiempo no existen las estrategias para comercializar los productos, ya que la mayoría de los agricultores no saben utilizar maneras o métodos para llegar al cliente.

¿Cree usted que dentro del Valle existen las hectáreas de terreno suficientes para incrementar la producción?

Si existen las hectáreas de terreno suficientes para incrementar la producción, pero los agricultores solo utilizan una parte de ella, en algunos casos por no poseer un mercado al cuál ofrecer el producto y en un gran porcentaje es porque no les alcanza el presupuesto como para sembrar en todo el terreno.

¿Su organización como una ONG estaría dispuesta a apoyar a los agricultores para obtener una mayor producción?

Si estaríamos dispuestos a apoyar a los agricultores y sobre todo dar ayuda técnica, además de buscar mercados para que ellos tengan donde expender el producto y obtengan ganancias para ellos y sus familias, ya que nuestra misión es ayudar a la sociedad sin fines de lucro.

1.6 CONSTRUCCION DE LA MATRIZ DE RESULTADOS

CUADRO Nº 42 Matriz de Resultados

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo de la comunidad para la realización del proyecto ➤ Disposición de los agricultores para incrementar la producción ➤ Mano de obra calificada y suficiente para la producción agrícola ➤ Deseos de superación por parte de los agricultores ➤ Hectáreas de terreno suficientes para aumentar la producción de las frutas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apertura de nuevos mercados locales y nacionales ➤ Condiciones climáticas adecuadas para la producción ➤ Diversidad de frutas para satisfacer las necesidades del consumidor ➤ Eliminación de intermediarios para obtener un mayor porcentaje de utilidad ➤ Apoyo de ONG's para la realización del proyecto ➤ Fuentes de trabajo para la comunidad. ➤ Fuentes de financiamiento (BNF).

OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escasa inversión en proyectos agrícolas ➤ Bajo nivel de capacitación en aspectos de comercialización y contables-financieros. ➤ Insuficiente promoción y publicidad de las frutas del valle ➤ Falta de iniciativa para implantar estrategias de comercialización y obtener mayores utilidades ➤ Inadecuada presentación de las frutas del Valle en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingreso de frutas de otras provincias a precios bajos ➤ Cambio de gustos y necesidades de los clientes ➤ Alto consumo de otros productos como los lácteos ➤ Falta de agua de riego ➤ Crisis económica.

1.7 CRUCES ESTRATEGICOS DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

1.7.1 CRUCE ESTRATEGICO ALIADOS-RIESGOS

El apoyo de la comunidad para la realización del proyecto, permitirá el aumento de la producción y por ende se disminuirá el ingreso de frutas de otras provincias a precios bajos.

Por parte de los agricultores existe la disposición para incrementar la producción, lo cual hará que se busquen otros mecanismos para aumentar el agua de riego y poder mejorar la productividad.

Al existir la mano de obra calificada y suficiente para la producción agrícola nos permitirá incrementar el cultivo de los productos agrícolas en el Valle del Chota.

1.7.2 CRUCE ESTRATEGICO ALIADOS-OPORTUNIDADES

Los deseos de superación de los agricultores de la comunidad ayudarán a aperturar nuevos mercados locales y nacionales.

Al existir el apoyo de la comunidad para la realización del proyecto, se eliminarán los intermediarios y por ende los agricultores conseguirán mayor utilidad en la venta de sus frutas.

Con las hectáreas de terreno suficientes para aumentar la producción de las frutas, se obtendrá diversificación y al mismo tiempo se podrá satisfacer las necesidades de los clientes.

1.7.3 CRUCE ESTRATEGICO OPONENTES-OPORTUNIDADES

La inadecuada presentación de las frutas del valle hace que los consumidores no adquieran las frutas y por ende obtengan bajas utilidades.

Si existiera inversión en proyectos agrícolas en la comunidad las fuentes de trabajo aumentarían y el nivel de vida de los habitantes sería mejor.

Al recibir capacitaciones en comercialización y llevar un registro de ingresos y gastos se eliminarían los intermediarios y los agricultores conocerían el porcentaje de utilidad.

1.7.4 CRUCE ESTRATEGICO OPONENTES-RIESGOS

La insuficiente promoción y publicidad de las frutas del valle, provoca que ingresen frutas de otras provincias al mercado local a precios más accesibles.

La falta de inversión en proyectos agrícolas, no permite que la comunidad pueda salir adelante, ya que es su mayor potencial económico.

La falta de iniciativa para implantar estrategias y obtener utilidades afecta directamente a la distribución y comercialización de las frutas del valle.

1.8 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO

Después de haber utilizado fuentes primarias de investigación como la encuesta, entrevista y observación directa, para luego realizar el análisis FODA se establece que el principal problema que atraviesan los agricultores de la comunidad del Chota y la mayoría de los agricultores del Valle es la mala o inadecuada comercialización de sus productos en los mercados locales, esto impide establecer el nivel de rentabilidad en la venta de los productos; lo cual provoca una situación económica deficiente de la población dedicada a la agricultura en este sector.

Si este problema no se resuelve en un mediano plazo, la actividad agrícola de esta zona tendría difíciles problemas económicos, que afectarían a los hogares y a la comunidad; y, probablemente la actividad bajaría porque los pobladores se verían en la necesidad de migrar a la ciudad por conseguir una estabilidad económica para ellos y sus familias.

Por esta razón el presente proyecto de creación de un Centro de Acopio propone una solución adecuada a los productos agrícolas de esta zona, desarrollando estrategias de promoción para que las frutas entren a competir en el mercado local y regional y por qué no en el mercado nacional, logrando de esta manera que los agricultores recuperen la inversión realizada durante el tiempo de producción, y al mismo tiempo mejoren su calidad de vida.

Este proyecto se realizará además, para mejorar los procesos de comercialización y venta de las frutas que se cultivan en el Valle del Chota y Cuenca del Río Mira, ya que es una zona de clima cálido en donde se pueden producir un sin número de productos, pero los agricultores no los siembran por no tener a quien vender o expender los mismos, pero si se optimizan estos procesos y se buscan estrategias de comercialización se abrirán nuevos mercados y las frutas del Valle serán más distinguidas por su sabor y calidad.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 PRODUCCIÓN AGRICOLA

2.1.1 CONCEPTO

La producción agrícola es un proceso que comienza con la preparación de la tierra, siembra, cuidados del cultivo y cosecha con el único y más importante fin de obtener un producto de primera calidad que permita satisfacer los requerimientos económicos del productor y necesidades de los consumidores.

2.1.2 ANTECEDENTES DE LA PRODUCCION AGRICOLA

Muchos de los problemas sociales de las comunidades afroecuatorianas del Valle del Chota tienen sus raíces en la herencia esclavista, la cual por medio de las haciendas permitió la concentración de la tierra y por tanto el monopolio de la producción, y con ello la limitación al desarrollo. En efecto, tres son los principales desafíos de estas comunidades:

- a) La concentración de la tierra en pocas manos,
- b) El monopolio del agua para consumo y para riego y,
- c) La falta de crédito para el desarrollo productivo junto con los limitados sistemas de mercadeo y comercialización.

2.1.3 PRODUCTOS AGRICOLAS

Producto es todo aquel bien material o inmaterial con características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de la empresa, servicio) que puesto en el mercado viene a satisfacer las necesidades de un determinado cliente que el comprador

acepta, en principio como algo que va a satisfacer sus necesidades. Al bien material se le denomina producto y al inmaterial servicio.

2.1.4 CULTIVO DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS

2.1.4.1 PREPARACION DEL SUELO PARA LA SIEMBRA

En la comunidad del Chota para comenzar la siembra el primer paso es la preparación del terreno, el cuál consiste en remover la tierra con la maquinaria (tractor) o utilizando la mano de obra para quitar la hierba mala, luego se utiliza los bueyes para hacer los guachos y quede listo para la siembra, para que todo este proceso de resultados el terreno debe estar reposado por lo menos unos tres meses.

2.1.4.2 PREPARACION DE LA SEMILLA

Después de la preparación del terreno viene la preparación de la semilla la misma que debe estar sana y limpia, lo cuál ayuda en un gran porcentaje para que las plantaciones nazcan y crezcan en buenas condiciones y lleguen a cumplir su periodo de vida logrando un producto saludable y de buena calidad.

2.1.4.4 FERTILIZACIÓN

Antes de proceder a la siembra de se debe realizar un cuidado o preparación de la tierra. Esta fertilización se da con abonos orgánicos o en muchos casos pueden ser con abonos inorgánicos los que le dan un abonamiento a la tierra y hacen que la semilla se nutria y la planta también al momento del desarrollo.

2.1.5 VENTAJAS DE LA PRODUCCION AGRICOLA

Los productos agrícolas tienen muchas ventajas al momento de servirse tanto en vitaminas como en carbohidratos por esta razón podemos mencionar las siguientes ventajas:

- La variabilidad de los productos es alta y rica en vitaminas
- Los productos agrícolas como el fréjol, papaya, guayaba, etc. tienen una gran cantidad de vitaminas, proteínas, minerales y fibra.
- En su mayoría los desechos de estos productos sirven como abono para el terreno

2.1.6 DESVENTAJAS DE LA PRODUCCION AGRICOLA

Entre las desventajas de la producción agrícola podemos anotar las siguientes:

- El ingreso de otros productos por contrabando y a menores precios que los de nuestra provincia hace que los costos y la demanda de los productos locales bajen.
- El gran incremento de productos como son los lácteos y embutidos hace que las familias actualmente disminuyan el consumo de los productos locales como el fréjol, el camote, yuca, etc.

2.1.7 COSECHA Y ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS

2.1.7.1 COSECHA

La cosecha de los productos agrícolas se da en un tiempo establecido dependiendo del producto que se siembre. Esta es la cosecha tradicional donde se contrata mano de obra para hacer el recogimiento de los mismos y empaque para que estén listos para la venta o el consumo.

2.1.7.2 ALMACENAMIENTO

Una vez hecha la recolección de los productos se procede a seleccionar y empaquetar de acuerdo al estado en el que se encuentre el producto. El almacenamiento se lo hará en un lugar adecuado y apropiado para su conservación hasta que llegue el momento de sacarlo al mercado para su venta.

2.2 CENTRO DE ACOPIO

2.2.1 INTRODUCCION

El impulso hacia la modernización de las comunidades andinas tiene su origen, en la idea bastante generalizada que a las comunidades rurales de las provincias, les hace falta muchas cosas en términos de bienes materiales, conocimientos, experiencias, oportunidades, visión política y económica. La intención es querer buscar una solución al problema del subdesarrollo, del atraso, de la carencia.

Al interior de ese marco focaliza en la comercialización un punto clave para mejorar las condiciones de vida de los campesinos y romper con una condición de marginalidad y exclusión de los mecanismos de

mercado. Ofreciendo pagar a los agricultores un precio justo en sus productos, mejorando sus conocimientos de las reglas del mercado, y sobre todo eliminando la intermediación de los comerciantes presentes en las ferias. El centro de acopio además permitirá capitalizar en la misma comunidad aquellas ganancias que normalmente quedan en los intermediarios.

2.2.2 CONCEPTO E IMPORTANCIA

2.2.2.1 CONCEPTO

Un centro de acopio es una instalación física permanente o temporal, destinada a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaca y prepara, para su venta.

2.2.2.2 IMPORTANCIA

El centro de acopio principalmente, recibe los insumos en desorden y muchas veces grandes cantidades de desperdicios. Una vez clasificados, los insumos se deben registrar de manera que se facilite su control, para conocer peso, volumen y dimensiones del transporte necesario.

Un aspecto fundamental en los centros de acopio, es la participación social y al mismo tiempo, da transparencia al proceso de recepción, empaquetado e incluso al desecho de los materiales no utilizables.

Su función es concentrar la producción, eventualmente seleccionarla y empacarla para enviarla al mercado del centro urbano o a supermercados. En muchos casos tiene funciones adicionales: información de precios del mercado, suministro de material de empaque, mesa de preselección y empaque.

2.3 FRUTAS TROPICALES

2.3.1 DEFINICIÓN

Las frutas constituyen uno de los alimentos más sanos para el organismo, además son un grupo de alimentos indispensables para la salud y bienestar, especialmente por su aporte de fibra, vitaminas y minerales. Junto con las hortalizas y verduras, son fuente exclusiva de vitamina C, la distinta forma de prepararlas hace de ellas, productos de gran aceptación por parte de los consumidores.

2.3.2 FUNCIONES DE LAS FRUTAS

Las frutas son ricas en azúcares, vitaminas C y A, sales y minerales y pertenecen al grupo 5 de la rueda de alimentos, representada en dicha rueda de color verde. Las frutas se localizan en la segunda grada de la pirámide de alimentos, es decir, que se recomienda ingerir de 2 piezas en niños y 4 piezas en el adulto al día, además su contenido en hidratos de carbono es más elevado que las verduras y ello las convierte en alimentos un poco más energéticos. Por consiguiente:

Son alimentos de bajo valor calórico, casi el 80% de su composición es de agua, y se recomienda en las dietas para obesidad.

Contiene fibra dietética, aporta múltiples beneficios como, el estreñimiento y la diverticulosis.

La fruta contiene múltiples micronutrientes que actúan sinérgicamente como antioxidantes, son sustancias protectoras contra el cáncer, demostrando en estudios epidemiológicos en el cáncer de próstata y cáncer de colon.

Según la “Sociedad de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SDCA)” la fruta además de ser el postre por excelencia y de aportar colorido y belleza a nuestra mesa, el consumo regular de fruta representa

en nuestra alimentación un pilar del equilibrio dietético y la seguridad de un aporte correcto de determinadas vitaminas.

2.3.3 COMPOSICION DE LAS FRUTAS

La composición química de las frutas depende sobre todo del tipo de fruta y de su grado de maduración:

Agua: Más del 80% y hasta el 90% de la composición de las frutas es agua.

Glúcidos: Entre el 5% y el 18% de la fruta está formado por carbohidratos. El contenido puede variar desde un 20% en el plátano hasta un 5% en el melón, sandía y fresas. Las demás frutas tienen un valor medio de un 10%.

Fibra: Aproximadamente el 2% de la fruta es fibra dietética. Los componentes de la fibra vegetal que nos podemos encontrar en las frutas son principalmente pectinas y hemicelulosa.

Vitaminas: Como los carotenos, vitaminas C, vitaminas del grupo B. Según el contenido en vitaminas podemos hacer dos grandes grupos de frutas:

1. Ricas en vitamina C: Entre estas frutas se encuentran los cítricos, también el melón, la sandía y la guayaba.
2. Ricas en vitamina A: Como los albaricoques, melocotón y ciruelas.

Sales minerales: Las frutas son ricas en potasio, magnesio, hierro y calcio. Las sales minerales son siempre importantes pero sobre todo durante el crecimiento para la osificación. El mineral más importante es el potasio. Las que son más ricas en potasio son las frutas de hueso como el albaricoque, cereza, ciruela, ovos, etc.

Proteínas y grasas: El contenido de grasa puede oscilar entre 0,1 y 0,5%, mientras que las proteínas pueden estar entre 0,1 y 1,5%.

Aromas y pigmentos: La fruta contiene ácidos y otras sustancias aromáticas que junto al gran contenido de agua de la fruta hace que ésta sea refrescante. El sabor de cada fruta vendrá determinado por su contenido en ácidos, azúcares y otras sustancias aromáticas.

2.3.4 PROPIEDADES NUTRITIVAS DE LAS FRUTAS

La composición de las frutas difiere en gran medida en función del tipo de fruto y de su grado de maduración.

Valor energético: Las calorías de la frutas depende casi exclusivamente de su contenido de hidratos de carbono, a excepción del caso del aguacate y del coco, frutas en las que el contenido graso determina su valor energético.

Hidratos de carbono: los azúcares o hidratos de carbono simples (fructosa, glucosa, sacarosa...) confiere el sabor dulce a las frutas maduras y suponen un 5 a 18% del peso de la porción comestible.

Grasas: Su contenido es casi inapreciable (0,1-0,5%), excepto en el aguacate, que aporta un 14% de grasa, especialmente ácido oleico, saludable (72% del total de grasa) y en el coco, con un 35% de grasa, mayoritariamente saturada (88,6% del total de grasa), menos saludable.

2.3.5 CLASIFICACION DE LAS FRUTAS

Según como sea la semilla que contenga el fruto, las frutas se clasifica en:

- **Frutas de hueso o carozo:** Son aquellas que tienen una semilla grande y de cáscara dura, como el albaricoque o el melón.
- **Frutas de pepita:** Son las frutas que tienen varias semillas pequeñas y de cáscara menos dura como la pera y la manzana.
- **Frutas de grano:** Son aquellas frutas que tienen infinidad de minúsculas semillas como el higo y la fresa.

Según como se produzca el proceso de maduración de la fruta, se clasifican en frutas climatéricas y no climatéricas.



Frutas climatéricas: Son las que sufren bruscamente la subida climatérica. Entre las frutas climatéricas tenemos: manzana, pera, plátano, melocotón, albaricoque y chirimoya.


Frutas no climatéricas: Son las que presentan una subida climatérica lentamente y de forma atenuada. Entre las no climatéricas tenemos: naranja, limón, mandarina, piña, uva, melón y fresa.

CLASIFICACION DE LAS FRUTAS DE LA ZONA DEL VALLE DEL CHOTA

Las frutas que se dan y se cultivan en el Valle del Chota son de carácter tropical y contienen una mayor proporción de azúcares y vitaminas que las cultivadas en climas templados. A continuación tenemos una lista de las principales frutas de la zona del Valle del Chota:

CUADRO N° 43 Frutas del Valle del Chota

FRUTA	DETALLE	GRAFICO
<p>PLATANO</p>	<p>El Banano es una planta herbácea gigante, pertenece al género musa, familias de las musaceas; posee algunas especie como <i>Musa Sapientum, Musa Paradisiaca, Musa Textilis, Musa Ornamental</i>, de las cuales las dos primeras son las más cultivadas en nuestro medio sin desconocer que la Musa Textilis también es un producto de exportación.</p> <p>El Banano comestible, que lo llevamos con gran deleite a nuestro paladar, se originó a través de una serie de mutaciones y cambios genéticos, a partir de especies silvestres no comestibles, de fruto pequeño con numerosas semillas. Para llegar a las mutaciones se producen cambios en los cromosomas que tienen las características hereditarias que dieron origen al banano comestible comercial.</p>	
<p>AGUACATE</p>	<p>Los aguacates cultivados pertenecen a la especie <i>Persea gratissima</i> (Gaertu), también llamada <i>Persea americana</i> (Mill). En la sistemática vegetal, su situación es:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orden: Ranales. - Suborden: Magnolíneas. - Familia: Lauráceas. - Género: <i>Persea</i>. <p>EL FRUTO, globoso, ovoide o periforme, es un drupa de tamaño variable, que puede alcanzar hasta 10 cm longitud y un peso comprendido entre 200 y 1000 gramos. Según la variedad, el</p>	

	epicarpio puede estar constituido por una fina y lisa película o una corteza gruesa y correosa, de una coloración entre el verde, el gris y el violeta. El mesocarpio, a su vez, está formado por una pulpa de consistencia blanda, de color blanco amarillento que pasa a verde en la proximidad de la piel; tiene un agradable sabor al de las avellanas.	
GUAYABA	Su nombre científico es <i>Psidium spp</i> , son un género de unas cien especies de arbustos tropicales y árboles, nativa del Caribe, América Central y el norte de Sudamérica, la fruta es redonda o en forma de una pera, entre 3 a 10 cm. en diámetro (hasta 12 cm. en cultivos selectos). Tiene una corteza delgada y delicada, color verde pálido a amarillo en la etapa madura en algunas especies, rosa a rojo, en otras pulpa blanca cremosa o naranja-salmón con muchas semillitas duras y un fuerte aroma característico, es rica en vitaminas A, B y C.	
MANGO	Su nombre científico es <i>Mangifera Indica</i> , perteneciente a la familia de las Anacardiaceae, originario de Asia (India). Este fruto es rico en calcio, magnesio, potasio y fósforo, vitamina A y algunos aminoácidos. Tiene además bajo contenido en azúcares y calorías. Puede ser consumido en forma fresca y procesada. La industria lo utiliza como materia prima para la elaboración de jugos, puré y conservas en almíbar.	
LIMON	Su nombre científico es <i>Citrus x hystrix</i> , posee un alto contenido en vitaminas C (501,6 miligramos) y ácido cítrico (49,88 gramos) por litro	

<p>SANDIA</p>	<p>Su nombre científico Citrullus lanatus en pepónide, carnoso y jugoso (más del 90% de la sandía es agua), con numerosas semillas, casi esférico, verdoso, pulpa de color rosado o rojo, generalmente de sabor dulce muy apreciada por ser refrescante y rica en agua y sales; importante para dietas de adelgazamiento por contener pocas calorías, las semillas, ricas en vitamina E, se han utilizado en medicina popular, también se consumen tostadas como alimento; maduran en 40 días después de su floración.</p>	
<p>PAPAYA</p>	<p>Su nombre científico es Carica papaya, pertenece a la familia de las Caricáceas, nativa de Centroamérica, es una baya ovoide-oblonga, periforme o casi cilíndrica, grande, amarillento, amarillo o anaranjado amarillo cuando madura, de una celda, de color anaranjado o rojizo por dentro con numerosas semillas parietales y de 10-25 cm. o más de largo y 7-15 cm. o más de diámetro, las semillas son de color negro, redondeadas u ovoides y encerradas en un arilo transparente, sub-ácido; los cotiledones son ovoide-oblongos, aplanados y de color blanco.</p>	

2.3.6 PROCESO DE MADURACION

La maduración de las frutas está ligada a complejos procesos de transformación de sus componentes. Las frutas, al ser recolectadas, quedan separadas de su fuente natural de nutrientes, pero sus tejidos todavía respiran y siguen activos. Los azúcares y otros componentes sufren importantes modificaciones, formándose anhídrido carbónico (CO₂) y agua.

Las frutas climatéricas normalmente se recolectan antes del citado pico para su distribución comercial, de forma que terminan de madurar fuera del árbol.

Endulzamiento

Azúcares: Con la maduración aumenta el contenido de hidratos de carbono sencillos y el dulzor típico de las frutas maduras.

Ácidos: Los ácidos van disminuyendo con la maduración. Desaparece el sabor agrio y la astringencia.

Ablandamiento: La textura de las frutas depende en gran medida de su contenido en pectinas; protopectina y pectina soluble en agua. Con la maduración, disminuye la protopectina y se va transformando en pectina soluble, que queda disuelta en el agua que contiene la fruta, produciéndose el característico ablandamiento de la fruta madura.

Cambios en el aroma: Durante la maduración se producen ciertos compuestos volátiles que son los que proporcionan a cada fruta su aroma

Cambios en el color: La maduración de las frutas generalmente va unida a una variación del color. La transición más habitual, de verde a otro color, está relacionada con la descomposición de la clorofila, de modo que quedan al descubierto otros colorantes rojos y amarillos característicos de las frutas maduras.

Valor Nutritivo

Vitamina C: Las frutas pierden vitamina C cuando maduran en el árbol y durante el almacenamiento; en este caso, la pérdida depende en gran medida de la temperatura, siendo mucho menor si ésta es cercana a 0°C.

Pro vitamina A: Esta vitamina es muy sensible a la oxidación por contacto con el oxígeno del aire, por lo que el pelado, troceado y batido de frutas, debe realizarse justo antes de su consumo.

2.3.7 PROCESO DE CONSERVACIÓN

La fruta debe ser consumida, principalmente como fruta fresca. Un almacenamiento prolongado no es adecuado; tampoco sería posible para algunos tipos de frutas, como la cereza o las fresas. Muchas clases de frutas no pueden ser conservadas frescas, porque tienden a descomponerse rápidamente.

En la conservación a gran escala o industrial de la fruta el objetivo más importante para alcanzar dicha conservación será el control de su respiración, evitando la maduración de las frutas climatéricas e intentando que la maduración de las frutas no climatéricas sea lo más lento posible.

2.3.8 PRINCIPALES PLAGAS

Es de vital importancia destacar que las plagas no son lo mismo que las enfermedades que en ocasiones puede contraer la fruta, existen veces en que las enfermedades son más difíciles de tratar que las plagas, y por lo tanto causan más daños a la misma.

Existen dos pasos primordiales para tratar de evitar cualquiera de las dos principales amenazas:

2.3.8.1 Conocimiento del Cultivo

El productor debe conocer muy bien las necesidades de su cultivo, si bien la experiencia es un factor determinante pues así también lo son los nuevos avances tecnológicos, muchas veces un cultivo aguanta un ataque de plagas hasta un cierto límite sin ocasionar pérdidas importantes.

2.3.8.2 El Monitoreo

Una clave central de un control integrado de plagas es el sistema de vigilancia o monitoreo de las poblaciones de plagas que se pueden estar desarrollando en el cultivo, un sistema de monitoreo con muestras periódicas mostrará los problemas reales de plagas que se presenten en el cultivo desde su inicio hasta la cosecha de la producción.

En la zona del Valle del Chota, las principales plagas son:

Las Mosquillas: Estos insectos con sus piezas bucales picadores, pican y chupan los brotes nuevos, las hojas, la corteza de las ramitas nuevas y a los frutos nuevos y aún verdes, formando manchas negras y verrugas.

Queresena Redonda: Es una queresena o mancha aplanada, circular de color marrón amarillento mas intenso en el centro, se encuentra atacando hojas, frutas y ramas delgadas donde se aglomeran fuertemente formando densas costras.

Queresena Negra: Ataca las ramas más delgadas de los árboles, las hojas y sobre los pedúnculos de los frutos, en todos estos sitios pican con su trompa y chupan la sabia de la planta.

Gusanillo: Es un insecto cosmopolita, son de hábitos múltiples y se presentan en los cultivos durante todo el año, siendo mas frecuente en el verano, se incrementa en la etapa de fructificación debido a que se alimenta del fruto. En la zona del Valle del Chota se le conoce como el gusanillo blanco.

Sigatoca Negra: Los primeros síntomas son puntos pardos que se desarrollan hasta formar finas rayas abundantes y estrechas, son visibles en la superficie inferior de la hoja al aumentar de tamaño, se ven en la parte superior y al unirse se oscurecen hasta ennegrecerse intensamente, esta plaga se presenta en el cultivo del plátano.

2.4 MARKETING

2.4.1 DEFINICIÓN

Según la **Asociación Americana de Profesionales de Marketing**: “El marketing es el proceso de planear y ejecutar la concepción, fijación de precios, promociones y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”.

2.4.2 ELEMENTOS DEL MARKETING

El marketing tiene una diversidad de componentes, para realizar una transacción comercial existe un sin número de factores para producir intercambios y relaciones con el propósito de crear un valor y satisfacer deseos y necesidades; para obtener un resultado satisfactorio se tiene que estudiar varios factores como:

2.4.2.1 MERCADO

Conjunto de compradores reales o potenciales del producto, los mercados potenciales los forman los grupos de personas dependiendo de las necesidades, la capacidad y el deseo.

- **Mercados Industriales:** Reprocesamiento del bien o servicio antes de revenderlo al comprador siguiente.
- **Mercado de Revendedores:** Son los mayoristas o detallistas a quienes compran productos físicos y los revenden sin realizarles ningún cambio.
- **Mercados Gubernamentales:** Son organismos federales, estatales y locales que adquieren bienes y servicios para la población que estos atienden.
- **Mercado de Productos Agrícolas:** Generalmente son de producción manual o con ayuda de maquinaria para el tratamiento de la tierra (agricultura).

A medida que aumenta el número de personas y transacciones en la sociedad, también aumenta el número de mercaderes y de plazas de mercado.

2.4.2.2 COMERCIALIZACIÓN

El primer objetivo de la comercialización es encontrar suficientes mercados y compradores que adquieran regularmente la cantidad y calidad de productos que se poseen.

El segundo objetivo es procurar que los contratos se ejecuten eficazmente. Ello requiere una buena red de comunicaciones. El servicio postventa es tan importante como la propia venta.

El tercer objetivo consiste en proporcionar un servicio particular respetando las necesidades del comprador.

Canales de Comercialización: Son los medios utilizados para diseñar, elaborar, instrumentar y operar programas y estrategias de ventas para la adecuada comercialización de los productos.

- **Canales Directos:** El mismo productor es el encargado de efectuar la comercialización y entrega de los productos al cliente.
- **Canales Indirectos:** Son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, en los cuales se destacan: representantes autorizados, distribuidores autorizados y comerciantes mayoristas

2.4.2.3 PRODUCTOR

Es la persona que se encarga de producir algún bien, es la encargada de transformar una materia prima en un bien, en el caso de la agricultura es la persona encargada de llevar a cabo el proceso de trabajo, de siembra, cultivo y cosecha de su producción.

2.4.2. 4 INTERMEDIARIO

El intermediario es una persona o entidad que media entre el fabricante y los mercados de usuarios finales, desempeñan una función logística evidente al reunir, almacenar y distribuir el producto.

2.4.2.5 CONSUMIDOR FINAL

El consumidor final es la persona o personas sin importar que tengan 80 años u 8 meses de edad, que usen los bienes y servicios adquiridos para el hogar.

2.4.2.6 OFERTA

Corresponde a la conducta de los empresarios, los principales efectos que condicionan la oferta son el costo de producción, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada de nuevos competidores, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores entre otros.

2.4.2.7 DEMANDA

La demanda del mercado es la búsqueda de satisfacción de los requerimientos o necesidades que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones.

2.5 MICROEMPRESA

Las microempresas son pequeños negocios que abarca una organización específica y pueden estar integradas por una o más personas.

2.5.1 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

Según SOTO, Rogelio; 2000, pág. 29, define los siguientes objetivos como los más importantes:

- “Con la creación de una microempresa se espera mejorar los niveles de vida de quienes la integran.
- Crear nuevos puestos de trabajo
- Ampliar la productividad en cada uno de los puestos de trabajo, para de esta forma obtener buenos ingresos, la capacidad de ahorro e inversión.
- Mejorar la calidad de producción
- Tener acceso a créditos para el capital de trabajo e inversiones”.

El objetivo de crear un Centro de Acopio, es mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona, a través de creaciones de fuentes de trabajo, asistencia de capacitación a los agricultores, mejorar los precios de sus productos eliminando a los intermediarios y uno también importante es que los productos agrícolas de la zona sean comercializados en los mercados de la provincia.

2.5.2 CARACTERISTICAS DE LA MICROEMPRESA

Las características que destacan a la microempresa son:

- El mercado local o regional es el objetivo predominante de la pequeña empresa.
- La microempresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades, ya que no cuenta con apoyo técnico – financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno.
- El número de empleados con que cuenta la microempresa no supera las 45 personas, dedicadas a actividades administrativas y operacionales.

2.5.3 CLASIFICACION DE LA MICROEMPRESA

CUADRO N° 44 Clasificación de la Microempresa

TIPO	CLASIFICACIÓN	CARACTERISTICAS
POR SU OBJETIVO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Industrial o de transformación 2. Comerciantes 3. De servicios 	<p>Son aquellas que compran bienes o materias primas, y las someten a un proceso de transformación total o parcial.</p> <p>Son las que buscan utilidad a través de la compra y venta de productos, sin ejercer en ellos ninguna modificación</p> <p>Son aquellas que se dedican a realizar o brindar ayuda para obtener una remuneración a cambio.</p>
POR SU ORGANIZACION	<ol style="list-style-type: none"> 1. Individuales 2. De sociedad 	<p>Como su nombre lo indica, son aquellas que están constituidas o manejadas por una sola persona.</p> <p>Cuando están conformadas por más de una sola persona, que a través de un acuerdo convenio o arreglo, aportan algo para el negocio.</p>

2.5.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- Al igual que la pequeña y mediana empresa genera empleo
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado

DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno
- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente
- Dificultad de acceso a crédito

2.6 CONTABILIDAD

2.6.1 ESTADOS FINANCIEROS

La contabilidad tiene como uno de sus principales objetivos el conocer la situación económica y financiera de la empresa al término de un periodo o ejercicio económico, esto se logra a través de la preparación de los estados financieros (NEC 1). Según esta norma un juego completo de los estados financieros incluye los siguientes:

- Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)
- Estado de Situación Financiera
- Estado de Flujo de Efectivo
- Estado de Cambios en el Patrimonio
- Notas Explicativas y Políticas Contables

2.6.1.1 ESTADO DE RESULTADOS O DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Las gestiones y operaciones que realizan las empresas tienen por finalidad encontrar beneficio o utilidad, esto depende de las decisiones y acciones que se realicen en un periodo. De tal manera que los ingresos por ventas o servicios y otros ingresos deberán relacionarse con los costos y gastos para lograr la utilidad o pérdida.

2.6.1.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

También conocido como Balance General, es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, valuados y elaborados de acuerdo con los PCGA.

2.6.1.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Hace referencia a los recursos de la empresa generados por su actividad, se obtiene sumando el beneficio neto ordinario y las amortizaciones del ejercicio. El flujo de efectivo es una herramienta que permite establecer de donde se obtienen los recursos monetarios y en donde se van a invertir dichos recursos monetarios.

2.6.1.4 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

Es el estado financiero que muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores. También muestra la diferencia entre el capital contable (patrimonio) y el capital social (aporte de los socios), determinando la diferencia entre el activo total y el pasivo total, incluyendo en el pasivo los aportes de los socios.

2.6.1.5 NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

Según las NEC 1 las notas a los Estados Financieros de una empresa deben:

- “Presentar información sobre las bases de preparación de los estados financieros y las políticas contables específicas seleccionadas y aplicadas para transacciones y cuentas importantes.
- Revelar la información requerida por las NEC que no es presentada en otra parte de los estados financieros.
- Proveer información adicional que no se presenta en los estados financieros pero que es necesaria para una presentación razonable”.

2.7 TECNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Es el proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión.

2.7.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Con este método se descuentan todos los flujos de efectivo a valor presente de la inversión inicial, utilizando como tasa de rendimiento requerida por los accionistas y los acreedores de recursos con costo, como el banco, que cobra intereses a la empresa por los recursos que le otorgan en préstamo.

$$\text{VAN} = \text{LI} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^3}$$

2.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Evacua el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

$$TIR = Ti + (Ts + TI) + \frac{VAN Ti}{VAN Ts - VAN Ti}$$

2.7.3 BENEFICIO COSTO

El índice Beneficio Costo es el valor actual de los flujos de efectivo previstos divididos por la inversión inicial. El índice de rentabilidad o Costo Beneficio nos permite decidir si aceptamos los proyectos con un índice mayor a 1.

El índice de rentabilidad o beneficio costo cuenta con una fórmula detallada a continuación:

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS DEFLACTADOS}}{\text{EGRESOS DEFLACTADOS}}$$

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCION

El sector agropecuario es muy importante dentro de la economía ecuatoriana, la cual debería beneficiarse de la aplicación de políticas tendientes a la protección de este sector productivo, especialmente por estar constituido en su mayoría por pequeños agricultores, de los cuáles un mayor porcentaje no son los vendedores directos.

La superficie agropecuaria en nuestro país se supone que es el 29% del total de la superficie, unas 2'562.000ha., con lo cual aporta aproximadamente un 17% al PIB de nuestro país. Los bananos constituyen el principal cultivo, seguido de la caña de azúcar, el arroz, el maíz y la producción de flores, ya sean tropicales o de clima frío, que han adquirido importancia en las últimas décadas.

La provincia de Imbabura es reconocida por su cultura, gastronomía, artesanías y la producción agrícola que en ella se desarrolla. El Valle del Chota es una zona dedicada a la actividad agrícola, debido al clima que posee, siendo una ventaja competitiva para la producción de frutas.

Los pobladores de la zona que se dedican a esta actividad cuentan con los conocimientos básicos y un clima apropiado para llevar a cabo la producción de estas frutas, pero no han podido desarrollarse de buena manera, ya que han sido aprovechados por los intermediarios. Los productores del Valle son de bajos recursos económicos, que no están en posibilidades de ser ellos quienes oferten sus productos directamente al consumidor, razón por la cual venden su producción a intermediarios que acuden al sector buscando la mayor utilidad posible para ellos y el agricultor no obtiene un margen de utilidad adecuado.

En el presente proyecto, el estudio de mercado está encaminado a todas aquellas actividades que permiten a las organizaciones a conseguir la información necesaria para la toma de decisiones sobre su medio, el marketing y clientes potenciales; a través de la interpretación y comunicación de la información.

Además este capítulo es el antecedente más importante para desarrollar el análisis técnico, económico y financiero del periodo de vida del proyecto. Se considera también necesario e importante estudiar en forma detallada cada uno de los componentes del estudio de mercado: producto, precio, demanda, oferta, comercialización o canales de distribución y publicidad.

3.2. EL MERCADO

Según Adam Smith, citado por Arboleda G., (2004, pág. 84): “El mercado no es un ente abstracto, supone cinco elementos fundamentales: por lo menos un comprador, un vendedor, una oferta, una retribución lógica a cambio de la oferta y un ambiente adecuado que brinde tranquilidad, comodidad y que permita la interacción positiva entre los elementos”.

El mercado es todo lugar donde se reúnen los comerciantes y consumidores, para enfrentar a la oferta y demanda, y así llegar a un acuerdo definitivo, concluir con la transacción comercial y obtener como resultado la satisfacción de los consumidores y vendedores.

3.3. OBJETIVOS

- Descubrir si existen necesidades insatisfechas y cubrir con la venta de productos de calidad, mejor precio y brindando un buen servicio al cliente.

- Conocer el tipo de producto que el consumidor requiere y cumplir con las características que demanda.
- Cubrir con los costos del centro de acopio, para definir el precio que será entregado al mercado, concordando con los precios vigentes en el mismo.
- Obtener buena aceptación dentro del mercado meta, que en el caso de este proyecto serán los supermercados, micro-mercados, despensas y fruterías de la ciudad de Ibarra.

3.4. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

De acuerdo a las últimas tendencias del mercado de consumo, las frutas están teniendo mayor aceptación (demanda) en la actualidad, esto se debe al cambio dietético de las personas que prefieren las frutas para mejorar su salud y nutrición.

De esto se desprende que la demanda potencial de este proyecto son los supermercados, micro-mercados, despensas y fruterías de la ciudad de Ibarra, especialmente a los que tienen mayor porcentaje de concurrencia las familias del cantón, que van en busca de satisfacer sus necesidades.

A continuación se muestra, el cuadro que se tomo como referencia para la investigación de la demanda en lo referente a los supermercados, micro-mercados y despensas del cantón (tomando los datos proporcionados por el Departamento de Rentas del Municipio de Ibarra.).

SUPERMERCADOS CON MAYOR CONCURRENCIA DE CONSUMIDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA

CUADRO N° 45 Supermercados y Micro-mercados

CLASE DE SUPERERCADO	LOCALIDAD	N° POR CATEGORIA
COMISARIATOS	IBARRA	3
MICRO-MERCADOS	IBARRA	26
SUPERMERCADOS	IBARRA	6
FRUTERIAS	IBARRA-AMBUQUI	27
DESPENSAS	IBARRA	2

Fuente: Base de datos del IMI, departamento de rentas

Elaborado por: La autora de la investigación

3.4.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Los consumidores identificados como componentes de las actividades comerciales, que en este caso son los supermercados, micro-mercados, fruterías y despensas de la ciudad de Ibarra. Más adelante se precisa algunos indicadores básicos para categorizar a los posibles consumidores.

3.4.2 DEMANDA POTENCIAL

Entre otros factores que afectan a la demanda se pueden precisar: hábitos, nivel de ingresos, gustos, preferencias, precios de los servicios y productos.

3.4.3 DEMANDA ACTUAL

Se dice demanda actual a las preferencias que el mercado tiene por estos tipos de productos.

La demanda de los productos de la presente investigación está encaminada hacia los centros comerciales alimenticios de mayor concurrencia de los consumidores finales, que son los integrantes de cada familia de la ciudad de Ibarra. El cliente asiste a los centros de acopio para buscar nuevas formas de satisfacer sus necesidades dada las bondades y peculiaridades de organización y desempeño de estos centros de comercialización y venta.

La demanda comprende a 64 centros comerciales de expendió de alimentos y frutas especialmente, localizados en la parte urbana del cantón Ibarra, de conformidad al siguiente cuadro:

CUADRO N° 46 Demanda

PRODU CTO	DESCRIPC ION	PESO POR U/MEDID A EN KG.	CANTID AD MENSU AL	CANTID AD ANUAL	KILOS REALE S MENS	KILOS REALES ANUALE S
Papaya	Caja	12,75	53	636	675,75	8109,00
Plátano	Cabeza	14,00	120	1440	1680,00	20160,00
Mango	Caja	16,75	135	1620	2261,25	27135,00
Guayaba (rosada)	Caja	9,00	103	1236	927,00	11124,00
Sandia	Unidad	3,25	98	1176	318,50	3822,00
Limón	Bulto	23,75	86	1032	2042,50	24510,00
Aguacate	Ciento	24,50	75	900	1837,50	22050,00
TOTAL					9742,50	116910,00

Fuente: Consumidores de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

3.4.4. PROYECCION DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado como variable el incremento del PIB agrícola en el año 2008, siendo este del 2.97%. No se tomó el dato del año 2009, por cuánto varios expertos en economía manifiestan que fue un año atípico en la economía mundial, debido a la crisis ocurrida en los Estados Unidos. Para la demanda se considerará 5 años, es decir hasta el 2014.

CUADRO N° 47 PROYECCION DE LA DEMANDA EN KILOS

PRODUCTO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Papaya	8109,00	8349,84	8597,83	8853,18	9116,12
Plátano	20160,00	20758,75	21375,29	22010,13	22663,83
Mango	27135,00	27940,91	28770,75	29625,25	30505,12
Guayaba (rosada)	11124,00	11454,38	11794,58	12144,88	12505,58
Sandía	3822,00	3935,51	4052,40	4172,75	4296,69
Limón	24510,00	25237,95	25987,51	26759,34	27554,10
Aguacate	22050,00	22704,89	23379,22	24073,58	24788,57
TOTAL	116910,00	120382,23	123957,58	127639,12	131430,00

Elaborado por: La autora de la investigación

3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta no es más que la cantidad de servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad a un precio determinado.

Los principales abastecedores de frutas al Centro de Acopio serán los agricultores de la comunidad del Chota; mostrando la cantidad ofertada de acuerdo como se muestra en el siguiente cuadro de acuerdo a las encuestas realizadas, en el año 2009.

CUADRO N° 48 Oferta

PRODUCTO	DESCRIPCION	PESO POR U/MEDIA EN KG.	CANT MENS	CANT ANUAL	KILOS MENS	KILOS ANUALES
Papaya	Caja	12,75	8	96	102,00	1224,00
Plátano	Cabeza	14,00	103	1236	1442,00	17304,00
Mango	Caja	16,75	76	912	1273,00	15276,00
Guayaba (rosada)	Caja	9,00	89	1068	801,00	9612,00
Sandía	Unidad	3,25	75	900	243,75	2925,00
Limón	Bulto	23,75	65	780	1543,75	18525,00
Aguacate	Ciento	24,50	53	636	1298,50	15582,00
TOTAL					6704,00	80448,00

En el cuadro anterior se puede observar que la mayoría de los agricultores, cultivan el plátano seguido del limón, ya que supieron manifestar que es una fruta que no necesita de mucho trabajo.

3.5.1 PROYECCION DE LA OFERTA

Al igual que en la demanda para la proyección de la oferta se tomo como variable el incremento del PIB agrícola en el año 2008, siendo este del 2.97% (fuete de investigación, Página web del Banco Central del Ecuador). La misma que se va a proyectar por 5 años, es decir hasta el 2014. Quedando como aparece en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 49 Proyección de la Oferta en Kilos

PRODUCTO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Papaya	1224,00	1260,35	1297,79	1336,33	1376,02
Plátano	17304,00	17817,93	18347,12	18892,03	19453,12
Mango	15276,00	15729,70	16196,87	16677,92	17173,25
Guayaba (rosada)	9612,00	9897,48	10191,43	10494,12	10805,79
Sandia	2925,00	3011,87	3101,33	3193,43	3288,28
Limón	18525,00	19075,19	19641,73	20225,08	20825,77
Aguacate	15582,00	16044,79	16521,32	17012,00	17517,25
TOTAL	80448,00	82837,31	85297,57	87830,91	90439,49

Elaborado por: La autora de la investigación

3.5.2. PROVEEDORES

Los productores que abastecerán al Centro de Acopio de las frutas son:

- Pequeños agricultores de la comunidad del Chota, asociados al Centro de Acopio.
- Pequeños agricultores del Valle del Chota, no asociados al Centro de Acopio.
- Socios de la micro-empresa “Ecuambuqui”.

3.5.3. CLIENTES

Los posibles clientes del Centro de Acopio son:

- Supermercados
- Micro-mercados
- Despensas
- Fruterías

3.5.4. COMPETENCIA

La competencia, aunque de acuerdo a las encuestas realizadas los agricultores de la zona indican que la competencia es media, se verá reflejada en los pequeños agricultores de los lugares aledaños, en cantidades no muy significativas:

- Producción proveniente de las parroquias de Lita, La Carolina, Salinas, San Vicente de Pusir, que cultivan frutas tropicales como: la papaya, plátano. guayaba, mango, limón, chirimoya, sandía, melón, etc.
- Producción proveniente de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

CUADRO Nº 50 Relación entre la Demanda y la Oferta en Kilos

PRODUCTO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Papaya	8109,00	1224,00	6885,00
Plátano	20160,00	17304,00	2856,00
Mango	27135,00	15276,00	11859,00
Guayaba (rosada)	11124,00	9612,00	1512,00
Sandia	3822,00	2925,00	897,00
Limón	24510,00	18525,00	5985,00
Aguacate	22050,00	15582,00	6468,00
TOTAL	116910,00	80448,00	36462,00

De acuerdo al cuadro anterior se puede observar que existe una demanda insatisfecha de 36462 kilos de frutas tropicales en los principales centros de expendio en la ciudad de Ibarra.

3.6. PRECIOS

Los precios son fijados principalmente por el mercado, pero manipulados por los intermediarios para poder ellos obtener mayor porcentaje de utilidad.

En el cuadro siguiente se muestran los precios que fueron recolectados en el mercado mayorista y mercado amazonas de la ciudad de Ibarra, las cuáles son las dos fuentes principales de abastecimiento de frutas para la ciudadanía del cantón

La investigación de estos precios se realizó en el mes de Enero del año 2010, mediante un sondeo de precios para luego proceder a buscar un valor medio. Es importante recalcar que los precios de estos productos varían por temporadas, pero lo que se necesita mostrar es el margen de incremento en el precio de la fruta y los precios a los que llega al consumidor final.

CUADRO N° 51 Precios

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRODUCTOR	INTERMEDIARIO
Papaya	Caja	15.00	18.00
Plátano	Cabeza	5.00	7.00
Mango	Caja	10.00	12.00
Guayaba (rosada)	Caja	6.00	7.00
Sandía	Unidad	1.00	1.35
Limón	Bulto	6.00	8.00
Aguacate	Ciento	25.00	27.00

Fuente: Mercado Mayorista

Elaborado por: La autora de la investigación

3.7. POLÍTICAS DE VENTA Y PRECIOS

Para fijar las políticas de venta y precio se deberá observar cuidadosamente los indicadores siguientes:

- Calidad en el producto
- Buena presentación
- Comercializadores altamente capacitados en atención al cliente
- Supervisión permanente

Se aplicará la técnica del Team Marketing, la cuál será la que direcciona los medios a implementar para comercializar las frutas en el Centro de Acopio.

El canal de comercialización directo será el mismo Centro de Acopio, a través de una persona que se encargará de efectuar el expendio y la entrega de las frutas al cliente. Este tipo de canal es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan en el mismo cantón.

La propia empresa crea toda una estructura de reparto de los pedidos con días y horarios establecidos por los clientes.

En lo que a la actividad productiva se refiere existirá la debida planeación, de tal manera, que los productores asociados, con la infraestructura disponible en el Centro de Acopio, lleven sus productos a ese lugar y sean realizados los procedimientos necesarios para la venta.

3.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

El servicio que se va a ofrecer en este Centro de Acopio, está vinculado a la explotación agrícola de la Comunidad del Chota, el mismo que tiene asegurado su venta y su mercado final, al cuál se quiere llegar con las frutas que en este lindo sector se cultivan.

De acuerdo a las encuestas realizadas, a los demandantes, oferentes y el sondeo de precios realizado en el mercado mayorista de la ciudad de Ibarra se llegó a las siguientes conclusiones:

- Por ser un producto de consumo masivo y bueno para todas las edades, los consumidores encuestados están dispuestos a adquirir las frutas que la nueva unidad productiva va a ofrecer.
- Se tiene asegurado el mercado al cuál ofrecer el producto, ya que ellos supieron manifestar que la fruta que se cultiva en esta comunidad y por ende en todo el Valle del Chota es un producto de buena calidad, y más aún si se va a entregar un producto con mejor presentación y limpio.
- Además, se puede anotar que el proyecto tiene un aspecto negativo, el no poder abastecer con toda la cantidad requerida por los clientes, ya que es un proyecto pequeño que abarca a agricultores de la comunidad del Chota, los mismos que no producen mucho por no existir los recursos económicos necesarios y suficientes para aumentar la producción.

- Todos los agricultores encuestados manifestaron que sería de mucha importancia y apoyo que se cree en la comunidad un Centro de Acopio, el mismo que ayude a buscar nuevos mercados al cual poder expender el producto.
- Los pequeños agricultores de la comunidad del Chota están dispuestos a capacitarse en todo el proceso productivo: preparación del suelo, utilización de fungicidas, cosecha, pos cosecha y venta, además, en lo que a costos se refiere, para saber el valor invertido y la utilidad obtenida.
- Se puede decir que el Centro de Acopio a crearse de acuerdo a la oferta y la demanda encuestada si es factible, porque tiene mercado al cuál ofrecer las frutas tropicales.

También se puede manifestar que, al prestar un servicio especializado en este tipo de producto y la asociatividad de los pequeños agricultores de esta zona, se debe observar para su potencial desarrollo, los siguientes aspectos:

- Trabajar en función de la ética organizacional
- Cumplir en todos los aspectos con la misión y visión del Centro de Acopio, para que se pueden realizar las metas y objetivos planteados.
- Observar y ejecutar las políticas y directrices de trabajo, sus objetivos generales, específicos, y de manera fundamental las estrategias de cada de una de las actividades a desarrollarse en el Centro de Acopio.
- Innovar y mejorar las habilidades y tácticas de atención al cliente.
- Actualizar permanentemente los medios de publicidad y promoción, para el mayor conocimiento de las frutas en el mercado local.

- Trabajar con talento humano especializado y con conocimientos generales para llevar a cabo el proyecto.
- Dirigir la empresa con visión prospectiva y teniendo siempre presente el mejoramiento continuo.
- Revisar y analizar constantemente las políticas que ayuden a abrir nuevos mercados para el Centro de Acopio.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar la función óptima de la producción, utilización y distribución de los recursos necesarios, así como también el tamaño y localización de la planta, además analiza la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se lo mide de acuerdo a la capacidad a instalarse, lo que da la capacidad de mercado proyectado para un tiempo determinado, se considera volumen de producción y materia prima, para poder determinar si es grande, mediano o pequeño. En el caso de este proyecto, se puede decir que es pequeño, porque solo abarca a agricultores de la comunidad del Chota y a los socios de la microempresa “Ecuambuqui”, los cuales producirán aproximadamente 80448kg. de frutas al año, se puede decir que el volumen de producción es bajo.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 MACROLOCALIZACION

El Valle del Chota, localizado en el límite de las provincias de Imbabura y Carchi, en la Sierra Norte del Ecuador, se encuentra entre los 1600 y 1700 msnm., posee un clima cálido seco. Su principal fuente económica es la agricultura, cultivando productos como: frutas tropicales, fréjol y caña de azúcar para luego ser vendidos en los mercados o a los intermediarios a través de ferias; la vía de comunicación que se utiliza para comercializar estos productos es la terrestre. Los productos que se

cultivan son de calidad y sin la utilización de muchos fungicidas utilizando mano de obra calificada y necesaria para dicha producción y sin aplicación de tecnologías para realizar estos trabajos. La mayoría de las comunidades pertenecientes al Valle del Chota cuentan con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono).

4.2.2. MICROLOCALIZACION

4.2.2. 1. Aspectos Geográficos

El Valle del Chota, y por ende la comunidad que lleva el mismo nombre “Chota” está localizada en el límite de las provincias de Imbabura y Carchi de la Sierra Norte del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra a 29 km. de la cabecera cantonal y a 161 Km. de la capital ecuatoriana.



4.2.2.2. Topografía

El proyecto se desarrollará en la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra, sector norte, específicamente en la parroquia de Ambucui, comunidad El Chota, en donde el tipo de suelo es arenoso y areno arcilloso.

4.2.2.3. Clima

La comunidad del Chota es una comunidad ubicada en la zona rural de la ciudad de Ibarra, apta para el cultivo de frutas tropicales por tener un clima cálido seco, con una temperatura media anual de 19.5°C.

4.2.2.4. Altitud (altura con respecto al nivel del mar)

El Chota se encuentra dentro de los 1500 m.s.n.m. y además cuenta con una humedad de 80%; por estas razones favorece a la producción agrícola, frutícola, y actualmente turística.

4.2.2.5 ASPECTOS COMERCIALES

Competencia

En el sector de influencia del proyecto no existen empresas que ofrezcan un servicio de comercialización de frutas, por tal razón se ha visto la oportunidad de crear un Centro de Acopio que ofrezca un servicio diferenciado orientado a satisfacer los requerimientos del cliente.

Canales de Distribución

La nueva unidad productiva, ofrecerá el servicio de entrega a domicilio, por lo que los posibles clientes no tienen la necesidad de concurrir hasta la unidad productiva, para adquirir el producto.

Otra alternativa de comercialización de las frutas es vender su producción, previo acuerdo escrito, con un supermercado (supermaxi, despensas, micro-mercados), teniendo la ventaja que conoce de antemano la producción solicitada por éste y asegurando la venta de la producción.

Cultura Empresarial

Esta comunidad, es el conjunto armónico de tierra, gente, costumbres, tradiciones y acontecimientos sucedidos a través del tiempo; como lo es también ese sinnúmero de compatriotas que como antenas del convivir comunitario están regados en las diferentes latitudes del país y que unidos por los hilos invisibles de la coterraneidad luchan por la grandeza de su pueblo natal. La actividad primordial que tiene la gente del Chota es la producción agrícola y, además existen muchas personas que trabajan como intermediarios entre productor y consumidor.

4.2.2.6. ASPECTOS DE PRODUCCION MATERIA PRIMA

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semi-elaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.

En este proyecto no se transformará al producto, se venderá la fruta ya como un producto terminado, pero si mejorando su empaque y presentación. Quiénes proveerán los productos a este centro de acopio serán los agricultores del lugar, que tienen una gran trayectoria en la producción agrícola, lo cual permitirá entregar al cliente un producto de calidad.

Mano de Obra

Es la fuerza de trabajo que participa en la transformación de los materiales en productos acabados, ya sea que intervengan manualmente o accionando máquinas. La nueva unidad productiva requiere de una mano de obra especializada y capacitada en el área de agricultura, administración y mercadeo, para asegurar de esta forma la producción.

Productividad

En Ecuador, los sitios de mayor representación de frutas tropicales son: Lita-La Carolina de Imbabura, Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas, etc.

4.2.2.7 INFRAESTRUCTURA

Servicios Básicos

El sector es de rápido y fácil acceso, cuenta con la infraestructura adecuada y necesaria para la implementación del proyecto, dispone de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y de riego, alcantarillado, y teléfono.

Costo del Terreno

Para el desarrollo de este proyecto se contará con un terreno de aproximadamente 336m².

Vías de Comunicación

Con el crecimiento acelerado de las ciudades, se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte terrestre que permiten a los habitantes trasladarse en el menor tiempo posible con sus productos hacia los clientes. Por esta razón se puede llegar con facilidad y sin demora a los posibles consumidores finales de la nueva unidad productiva.

Disponibilidad de Espacio Físico

El terreno en donde se ubicará la nueva unidad productiva es propio, contribuyendo de esta forma a la sostenibilidad del proyecto lo cual dispone de espacio físico suficiente y adecuado.

4.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

Según JACOME, Walter (2005) Pág. 133 dice: “Esta fase corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”.

4.3.1 DISEÑO DE PROCESOS

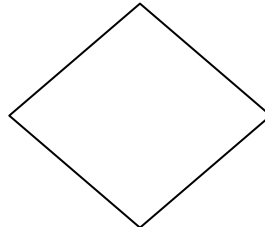
El diagrama es un instrumento, a través del cual se da a conocer en forma general los pasos que se realizan para desarrollar cierta actividad.

La simbología a utilizarse para representar las operaciones efectuadas en cada actividad es la siguiente:

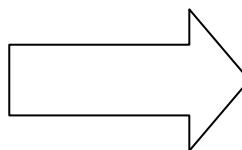
ACTIVIDAD



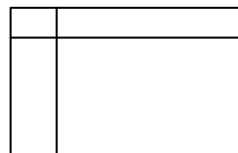
DECISION



TRANSPORTE

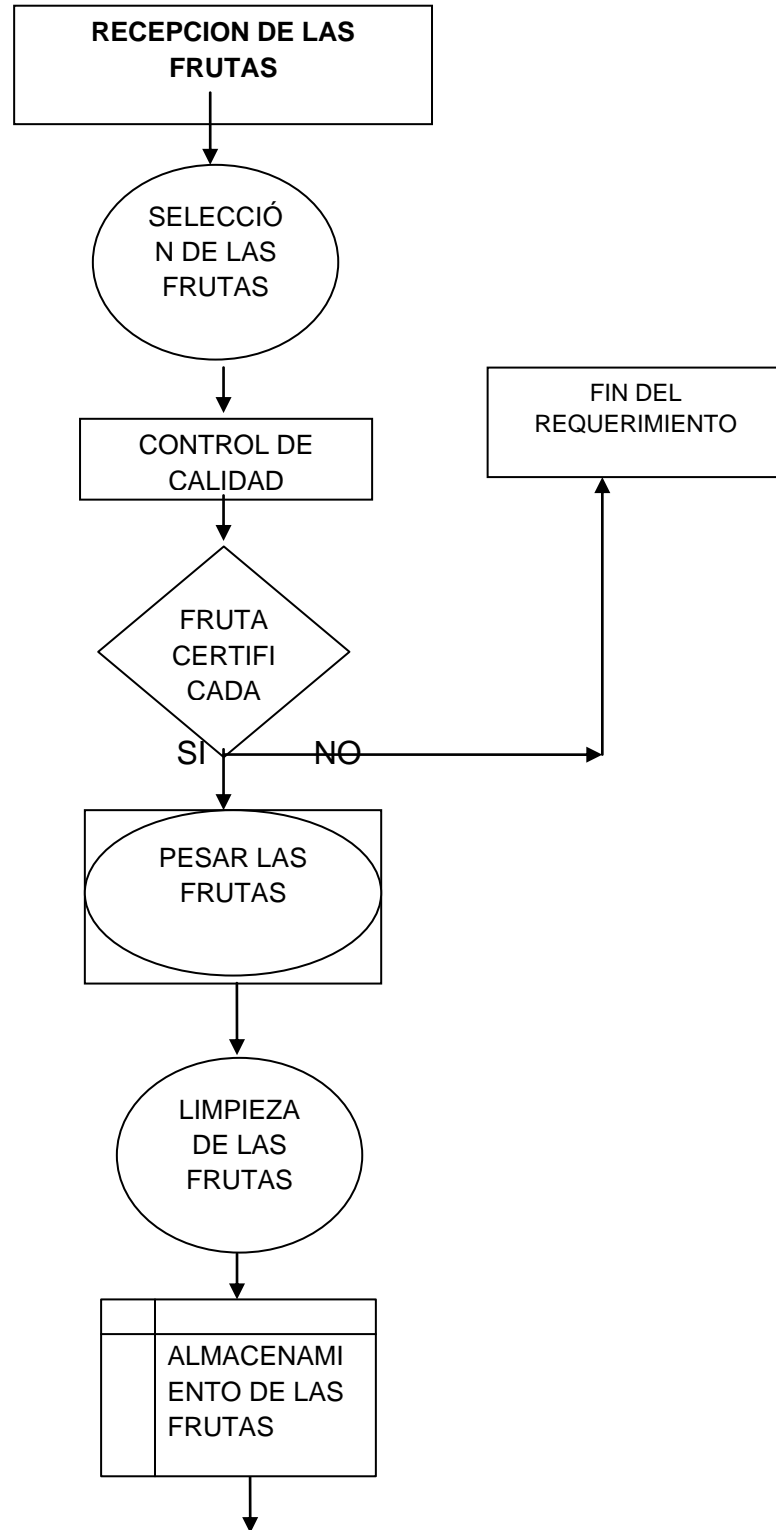


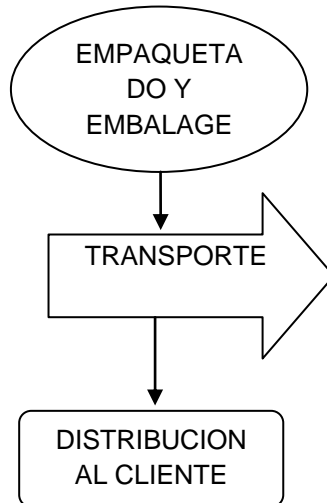
ALMACENAMIENTO INTERNO



4.3.2 DIAGRAMA DEL PROCESO DE ACOPIO

Los procesos que se llevarán a cabo dentro del centro de acopio son los siguientes:





Dentro del proceso de acopio se seguirán varios procedimientos lógicos y necesarios, el mismo que empezará por:

- Recibir la fruta que los agricultores ofrecerán al Centro de Acopio.
- Seleccionar la fruta en grande, mediana o pequeña.
- Realizar el control de calidad, si la fruta es de buena calidad se empezará a pesar caso contrario se devolverá al agricultor.
- Pesar la fruta para saber los kilogramos que contiene.
- Limpiar las frutas, para mejorar su presentación
- Almacenar las frutas en un lugar limpio y seco.
- Empaquetar y embalar la fruta antes de ser distribuida a los posibles compradores o demandantes.
- Transportar la fruta, a los clientes finales
- Distribuir la fruta a los supermercados, micro-mercados, despensas y fruterías.

La recepción de las frutas la realizarán el conserje y el encargado de la limpieza.

La selección y control de calidad la realizará un ingeniero agrónomo.

El pesado el conserje, encargado de la limpieza y el ingeniero agrónomo.

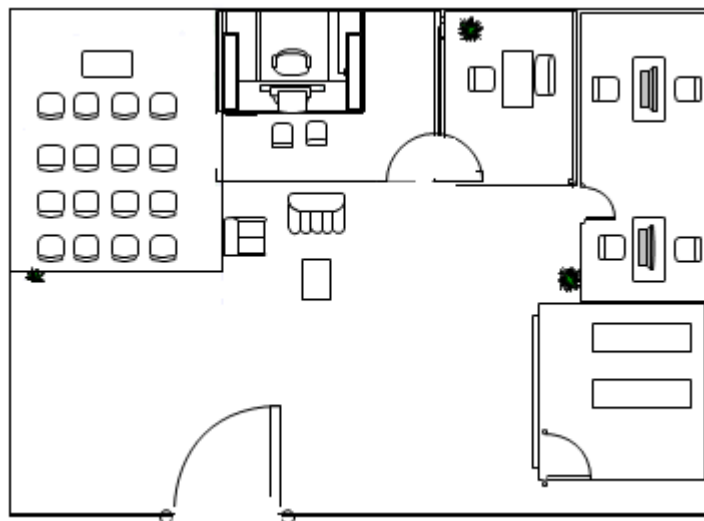
La limpieza, almacenado, empaquetado y embalaje lo realizará el encargado de la limpieza con la ayuda necesaria del conserje.

El transporte y distribución de los productos la realizarán el conserje conjuntamente con el mercadólogo.

4.3.3 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

La nueva unidad productiva estará distribuida de la siguiente manera:

- Una sección para oficinas, en donde estará la organización administrativa-financiera, la gerencia, el departamento técnico y el departamento de comercialización y marketing con sus respectivos equipos y accesorios para realizar las actividades.
- En otra área estará el cuarto de recepción, pesado, empaquetado y almacenado de las frutas.
- En la última área estará la sala de reuniones.



4.3.4 DETERMINACION DE LA INVERSIÓN

4.3.4.1 Inversión Fija

A continuación se presenta la tabla en donde se detallan los activos fijos, que se invertirán en el proyecto:

a) Terreno

Este es el espacio físico en donde se construirá el edificio de la nueva unidad productiva.

CUADRO N° 52 Terreno

DETALLE	m²	VALOR m²	VALOR TOTAL (usd)
Terreno	336m ²	8.00	2688.00
TOTAL	336m²	8.00	2688.00

Elaborado por: La autora de la investigación

b) Construcción de Edificación

En este rubro se incluyen todos los valores para la construcción de las áreas según el estudio técnico, más los gastos de instalación.

CUADRO N° 53 Edificio

DETALLE	m²	VALOR m²	VALOR TOTAL (usd)
Obra Civil	136,979m ²	227,7308	31194,34
TOTAL	136,979m²	227,7308	31194,34

Fuente: Presupuesto de construcción

Elaborado por: La autora de la investigación

c) Vehículo

Se considera importante y necesario adquirir un vehículo que será utilizado en la entrega de las frutas hacia los clientes finales.

CUADRO N° 54 Vehículo

DETALLE	MARCA	VALOR TOTAL (usd)
Camión	Hd-65	25990,00
TOTAL		25990.00

Fuente: Proforma proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

d) Equipo

Dentro de la inversión de equipamiento comprende todo lo referente a equipos necesarios para el funcionamiento de las áreas administrativas y almacenamiento de las frutas.

CUADRO N° 55 Equipo

DESCRIPCION	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (usd)
Mini componente Sony	1	549.13	549.13
Televisor Sony LCD 32"	1	839.00	839.00
Teléfono inalámbrico	1	80.00	80.00
Facsimile	1	150.00	150.00
Impresora multifunción, laser	1	400.00	400.00
Calculadora eléctrica	1	100.00	100.00

Calculadora Casio	1	15.00	15.00
Computador pantalla plana con todos sus implementos disco duro de 320 GB y memoria de DDR2 2GB	2	715.00	1430.00
Computador pantalla plana con todos sus implementos disco duro de 160 GB memoria de DDR2 1GB	1	598.00	598.00
Balanza (20 kg.)	2	1100.00	2200.00
TOTAL			6361.13

Fuente: Proforma proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

e) Muebles y enseres

Los muebles y enseres se clasifican de acuerdo a su distribución como son: oficina gerente, oficina secretaria, oficina del técnico y del mercadólogo.

CUADRO N° 56 Muebles y Enseres

DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Estación de trabajo gerencial	1	285.71	285.71
Estación de trabajo tipo secretaria 1.50 x 1.65	2	227.68	455.36
Sillón gerencial	1	98.21	98.21
Sillón tipo secretaria	2	66.96	133.92
Sillas Cuerina Negra	50	26.79	1339.50
Sillón de Espera Triple Person	2	142.86	285.72
Mesa de Centro	1	58.04	58.04
Archivadores, tipo libreros de 2 puertas	2	98.21	196.42
Archivadores Aéreos	2	58.04	116.08
Papeleras 2 Servicios	3	13.39	40.17
TOTAL			3009.13

Fuente: Proforma proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

f) Inversiones Diferidas

Las inversiones diferidas son todos los gastos que inciden el proyecto antes de iniciar sus actividades, como el pago de honorarios a los abogados para realizar el trámite legal, es decir la constitución del proyecto y los costos de investigación.

CUADRO N° 57 Inversión Diferida

DESCRIPCION	TOTAL
Costos de Investigación	1000.00
Costos de Constitución	500.00
Imprevistos (10%)	150.00
TOTAL	1650.00

Fuente: Proforma proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

Para poner en marcha este proyecto se necesitará de los siguientes materiales, equipos y activos fijos que se resumen en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 58 Inversión Fija

DESCRIPCION	TOTAL
TERRENO	2688.00
OBRA CIVIL	31194.34
VEHICULO	25990.00
EQUIPO	6361.13
MUEBLES Y ENSERES	3009.13
INVERSIONES DIFERIDAS	1650.00
TOTAL	70892,60

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.4.2. INVERSIONES VARIABLES

La inversión variable corresponde al Capital de Trabajo requerido por el proyecto para su iniciación con prestación de servicios, hasta llegar a obtener los primeros ingresos por ventas, comprende lo siguiente:

CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N° 59 Materia Prima Directa

PRODUCCION EN KILOGRAMOS	% PRODUCCIÓN	TOTAL KG.	V. UNITARIO	V. TOTAL
PAPAYA (AMARILLA)	1,52%	102,00	15,00	1530,00
PLATANO	21,51%	1442,00	5,00	7210,00
MANGO	18,99%	1273,00	10,00	12730,00
GUAYABA ROSADA	11,95%	801,00	6,00	4806,00
SANDIA	3,64%	243,75	1,00	243,75
LIMON	23,03%	1543,75	6,00	9262,50
AGUACATE	19,37%	1298,50	25,00	32462,50
TOTAL	100,00%	6704,00		68244,75

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 60 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	N°	TIEMPO/ DIAS	TIEMPO/ MEN	COSTO UNIT.	V. TOTAL
AGRICULTOR (LIMPIEZA DE LAS FRUTAS)	1	6	24	240,00	240,00
TECNICO AGRONOMO	1	5	20	300,00	300,00
TOTAL	2				540,00

Elaborado por: La autora de la investigación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CUADRO N° 61 Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS	CIENTOS	V. UNITARIO	V. TOTAL
ETIQUETADO	10	5,25	52,50
CODIGO DE BARRAS	10	5,25	52,50
TOTAL			105,00

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 62 Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	N°	TIEMPO/ DIAS	TIEMPO/ MEN	COSTO UNITARIO	V. TOTAL
CONSERJE EXTERNO	1	6	24	240,00	240,00
TOTAL	1				240,00

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 63 Gastos Variables

SERVICIOS BASICOS	DIARIO	CANT.	CANT./ MEN	COSTO/k w/km	TOTAL
AGUA	4,5		108	0,5184	55,99
TELEFONO			1		25,00
ELECTRICIDAD (kw)	7,739		185,736	0,11	20,43
COMBUSTIBLE VEHICULO (km)14km. 1 galón de diesel	58	4,14	99,43	1,02	101,42
TOTAL					202,84

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 64 Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCION	VALOR
MATERIALES INDIRECTOS	105,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	240,00
GASTOS VARIABLES	202,84
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	547,84

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 65 Gastos Administrativos y de Venta

PERSONAL ADMINISTRATIVO	Nº	TIEMPO/ DIAS	TIEMP O/MEN	COSTO UNIT.	V. TOTAL
GERENTE DEL PROYECTO	1	5	20	400,00	400,00
SECRETARIA-CONTADORA	1	5	20	240,00	240,00
CONTADOR	1	2	8	100,00	100,00
TOTAL	3			740,00	740,00

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 66 Gastos de Venta

GASTOS DE VENTA	Nº	TIEMPO/ DIAS	TIEMPO/ MEN	COSTO UNIT.	V. TOTAL
MERCADOLOGO	1	6	24	240,00	240,00
PUBLICIDAD			1	150,00	150,00
TOTAL					390,00

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 67 Resumen del Capital de Trabajo

DESCRIPCION	VALOR
MATERIA PRIMA DIRECTA	68244.75
MANO DE OBRA DIRECTA	540,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	547,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	740,00
GASTOS DE VENTA	390,00
TOTAL	2217,84
IMPREVISTOS (5%)	110,89
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2328,73

Elaborado por: La autora de la investigación

BENEFICIOS SOCIALES

Además de los anteriores gastos el Centro de Acopio, tendrá que pagar las aportaciones al IESS de cada uno de los trabajadores, el décimo tercero, décimo cuarto y fondos de reserva a partir del segundo año de trabajo los que tendrán relación directa con la empresa. Quedando como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 68 Beneficios Sociales

CARGO	Nº	S.B.U	APOR. PATRON.	13º S. MENS.	14º S. MES.	FONDO DE RES, MENS.	TOTAL
ADMINISTRADOR DEL PROYECTO O GERENTE	1	400,00	48,60	33,33	20,00	33,33	535,27
SECRETARIA	1	240,00	29,16	20,00	20,00	20,00	329,16
MERCADOLOGO	1	300,00	36,45	25,00	20,00	25,00	406,45
CONSERJE EXTERNO	1	240,00	29,16	20,00	20,00	20,00	329,16
AGRICULTOR (LIMPIEZA DE LAS FRUTAS)	1	240,00	29,16	20,00	20,00	20,00	329,16
TECNICO AGRONOMO	1	300,00	36,45	25,00	20,00	25,00	406,45
CONTADORA (HONORARIOS PROFESIONALES)	1	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
TOTAL	7	1820,00	208,98	143,33	100,00	143,33	2435,65

Elaborado por: La autora de la investigación

DEPRECIACIONES

Las depreciaciones se las realizaron mediante el método de línea recta, con un valor residual del 10% de su valor real, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 69 Depreciación

DESCRIPCION	VALOR	VALOR RESIDUAL	DEPREC. ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
EDIFICIO	31194,34	3119,43	1403,75	116,98
MUEBLES Y ENSERES	3009,13	300,91	270,82	22,57
EQUIPO DE COMPUTACION	2028,00	202,80	608,40	50,70
EQUIPO DE OFICINA	2133,13	213,31	191,98	16,00
MAQUINARIA EQUIPO	2200,00	220,00	198,00	16,50
VEHICULO	25990,00	2599,00	4678,20	389,85
TOTAL	66554,60	6655,46	7351,15	612,60

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO N° 70 Resumen de la Inversión Variable

DESCRIPCION	TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	2328,73
BENEFICIOS SOCIALES	595,64
DEPRECIACIONES	612,60
TOTAL	3536,97

Elaborado por: La autora de la investigación

4.3.4.3. INVERSION TOTAL

La inversión total del proyecto es de \$74429,57 dólares, de los cuales el 95,25% corresponde a inversión fija y el 4,75% corresponde a inversión variable.

CUADRO N° 71 Inversión Total

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN FIJA	70892,60	95,25%
INVERSION VARIABLE	3536,97	4,75%
INVERSIÓN TOTAL	74429,57	100%

Elaborado por: La autora de la investigación

4.4. FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo del proyecto será necesario realizar un préstamo en una institución financiera.

4.4.1. NECESIDADES DE CAPITAL

Para que el Centro de Acopio empiece a funcionar se requiere de \$74429,57 de los cuáles el 30% se financiarán con recursos propios y el 70% será con crédito financiado. Estos recursos le ayudarán al Centro de Acopio a iniciar la construcción de la obra civil, adquirir el vehículo y equipar todas las oficinas, para una adecuada presentación. El mismo que queda de la siguiente manera:

CUADRO N° 72 Composición del Capital

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Recursos Propios	22328,87	30%
Recursos Financiados	52100,70	70%
TOTAL INVERSIÓN	74429,57	100%

Elaborado por: La autora de la investigación

4.4.2. COSTO DE OPORTUNIDAD

Para realizar el cálculo del costo de oportunidad se tomará en cuenta la tasa pasiva para la inversión propia, que es de 4.57% y la activa para la inversión financiada, que es el 9.11%.

CUADRO N° 73 COSTO DE OPORTUNIDAD

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	22328,87	30%	4.57%	137.10
INVERSIÓN FINANCIADA	52100,70	70%	9.11%	637.70
INVERSIÓN TOTAL	74429,57	100%	13.68	774.80

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora de la investigación

$$774.80/100=7.748\% \text{ COSTO DE OPORTUNIDAD}$$

4.4.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para cubrir el total de la inversión requerida y poner en marcha el Centro de Acopio, se realizará un préstamo en una Institución Financiera, a una tasa activa del 13,15% mensual, para 2 años plazo.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que faciliten la verificación de los resultados que generará el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con su obligaciones operacionales y finalmente la organización financiera.

5.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

CUADRO N° 74 Ingresos

PRODUCTO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
PAPAYA (AMARILLA)					
CANTIDAD	1224,00	1260,35	1297,79	1336,33	1376,02
PRECIO	16,80	17,52	18,28	19,07	19,89
INGRESO	20563,20	22086,52	23722,69	25480,07	27367,64
PLATANO					
CANTIDAD	17304,00	17817,93	18347,12	18892,03	19453,12
PRECIO	5,60	5,84	6,09	6,36	6,63
INGRESO	96902,40	104080,94	111791,26	120072,76	128967,76
MANGO					
CANTIDAD	15276,00	15729,70	16196,87	16677,92	17173,25
PRECIO	11,20	11,68	12,19	12,71	13,26
INGRESO	171091,20	183765,65	197379,02	212000,87	227705,91
GUAYABA ROSADA					
CANTIDAD	9612,00	9897,48	10191,43	10494,12	10805,79
PRECIO	6,72	7,01	7,31	7,63	7,96
INGRESO	64592,64	69377,67	74517,17	80037,41	85966,58
SANDIA					
CANTIDAD	2925,00	3011,87	3101,33	3193,43	3288,28
PRECIO	1,12	1,17	1,22	1,27	1,33
INGRESO	3276,00	3518,69	3779,35	4059,33	4360,04
LIMON					
CANTIDAD	18525,00	19075,19	19641,73	20225,08	20825,77
PRECIO	6,72	7,01	7,31	7,63	7,96
INGRESO	124488,00	133710,08	143615,33	154254,37	165681,54
AGUACATE					
CANTIDAD	15582,00	16044,79	16521,32	17012,00	17517,25
PRECIO	28,00	29,21	30,47	31,78	33,15
INGRESO	436296,00	468616,84	503332,01	540618,88	580667,96
TOTAL	917209,44	985156,38	1058136,83	1136523,68	1220717,44

Elaborado por: La autora de la investigación

5.1.1 RESUMEN DE PROYECCION DE INGRESOS

CUADRO N° 75 Proyección de Ingresos

PRODUCTO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
PAPAYA (AMARILLA)	20563,20	22086,52	23722,69	25480,07	27367,64
PLATANO	96902,40	104080,94	111791,26	120072,76	128967,76
MANGO	171091,20	183765,65	197379,02	212000,87	227705,91
GUAYABA	64592,64	69377,67	74517,17	80037,41	85966,58
SANDIA	3276,00	3518,69	3779,35	4059,33	4360,04
LIMON	124488,00	133710,08	143615,33	154254,37	165681,54
AGUACATE	436296,00	468616,84	503332,01	540618,88	580667,96
TOTAL	917209,44	985156,38	1058136,83	1136523,68	1220717,44

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

Dentro de la determinación de egresos encontramos los costos y los gastos en los que se incurrirá en el proyecto.

5.2.1 COSTOS

Llamamos costos al conjunto de valores incurridos en un periodo, identificados con el producto que se fabrica, el mismo que es recuperable.

Los costos están formados por tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Además se puede anotar que los costos en los cuales se incurre en la fabricación de un producto son recuperables en el momento de la venta del producto, siempre que su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario existe pérdida.

5.2.1.1 Materia Prima Directa.- Es la que constituye dentro del proceso la transformación de un producto, el producto terminado. En este proyecto la materia prima directa son las frutas que serán compradas al agricultor, las mismas que se venderán como producto terminado mejorando su empaque y presentación.

CUADRO N° 76 Materia Prima Directa

PRODUCTO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
PAPAYA (AMARILLA)					
CANTIDAD	1224,00	1260,35	1297,79	1336,33	1376,02
PRECIO	15,00	15,65	16,32	17,02	17,76
INGRESO	18360,00	19720,11	21180,98	22750,07	24435,39
PLATANO					
CANTIDAD	17304,00	17817,93	18347,12	18892,03	19453,12
PRECIO	5,00	5,22	5,44	5,67	5,92
INGRESO	86520,00	92929,41	99813,62	107207,82	115149,79
MANGO					
CANTIDAD	15276,00	15729,70	16196,87	16677,92	17173,25
PRECIO	10,00	10,43	10,88	11,35	11,84
INGRESO	152760,00	164076,47	176231,27	189286,49	203308,85
GUAYABA ROSADA					
CANTIDAD	9612,00	9897,48	10191,43	10494,12	10805,79
PRECIO	6,00	6,26	6,53	6,81	7,10
INGRESO	57672,00	61944,35	66533,19	71461,97	76755,88
SANDIA					
CANTIDAD	2925,00	3011,87	3101,33	3193,43	3288,28
PRECIO	1,00	1,04	1,09	1,13	1,18
INGRESO	2925,00	3141,68	3374,42	3624,40	3892,89
LIMON					
CANTIDAD	18525,00	19075,19	19641,73	20225,08	20825,77
PRECIO	6,00	6,26	6,53	6,81	7,10
INGRESO	111150,00	119384,00	128227,97	137727,11	147929,95
AGUACATE					
CANTIDAD	15582,00	16044,79	16521,32	17012,00	17517,25
PRECIO	25,00	26,08	27,20	28,37	29,60
INGRESO	389550,00	418407,89	449403,58	482695,43	518453,54
TOTAL	818937,00	879603,91	944765,03	1014753,29	1089926,28

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.1.2 Mano de Obra Directa.- Es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación del producto de los materiales en productos terminados, ya sea que se intervenga manualmente o mediante la utilización de máquinas. En el Centro de Acopio se tendrá a dos personas que intervendrán directamente en el producto, como el agricultor que participará en la limpieza y pesado de las frutas y el técnico

agronomo quién se encargará del control de calidad y asesoramiento a los agricultores para obtener un producto de calidad.

Dentro del costo de mano de obra directa tenemos: el salario, el décimo tercero, décimo cuarto sueldo, aporte patronal y los fondos de reserva que se cancelan a partir del segundo año de trabajo.

CUADRO N° 77 Mano de Obra Directa

DENOMINACION	CANT	COSTO MENS	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
AGRICULTOR (LIMPIEZA DE LAS FRUTAS)	1	309,16	3709,92	4120,16	4297,74	4482,97	4676,19
TECNICO AGRONOMO	1	381,45	4577,4	5087,62	5306,89	5535,62	5774,20
TOTAL			8287,32	9207,78	9604,63	10018,59	10450,39

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.1.3 Costos Indirectos de Fabricación.- Llamada también carga fabril, el mismo que engloba a todos aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican, y no se identifican con un solo producto o proceso productivo.

En el caso del Centro de Acopio encontramos a los materiales indirectos que son, el etiquetado y el código de barras, la mano de obra indirecta, que vendría a ser el conserje externo y los servicios básicos (agua, luz, teléfono) y el combustible utilizado en el vehículo que trasladará los productos.

CUADRO Nº 78 Costos Indirectos de Fabricación

MATERIALES INDIRECTOS	COSTO MEN	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
ETIQUETADO	52,5	630,00	657,15	685,48	715,02	745,84
CODIGO DE BARRAS	52,5	630,00	657,15	685,48	715,02	745,84
MANO DE OBRA INDIRECTA						
CONSERJE EXTERNO	309,16	3709,92	4120,16	4297,74	4482,97	4676,19
GASTOS SERVICIOS BASICOS						
AGUA	55,99	671,88	700,84	731,04	762,55	795,42
TELEFONO	25,00	300,00	312,93	326,42	340,49	355,16
ELECTRICIDAD (kw)	20,43	245,16	255,73	266,75	278,25	290,24
COMBUSTIBLE VEHICULO (km)14km. 1 galón de diesel	101,42	1217,04	1269,49	1324,21	1381,28	1440,82
TOTAL	617,00	7404,00	7973,46	8317,11	8675,58	9049,50

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO Nº 79 Resumen de los Costos de Producción

COSTOS	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
MATERIA PRIMA	818937,00	879603,91	944765,03	1014753,29	1089926,28
MANO DE OBRA DIRECTA	8287,32	9207,78	9604,63	10018,59	10450,39
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	7404,00	7973,46	8317,11	8675,58	9049,50
IMPREVISTOS 3%	26875,03	28876,48	30998,51	33277,01	35723,52
TOTAL	861503,35	925661,63	993685,29	1066724,47	1145149,70

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de los procesos de la empresa.

5.2.2.1 Suministros y Materiales de Oficina.- Se refiere a las adquisiciones de los suministros de oficina que serán utilizados en las diferentes actividades administrativas del Centro de Acopio, y por lo general se la realiza una vez al año.

CUADRO N° 80 Suministros de Oficina

MATERIALES	CANT	COST O UNIT	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
PAPEL BOND	20	3,20	64,00	66,76	69,64	72,64	75,77
ESFEROS	12	0,25	3,00	3,13	3,26	3,40	3,55
CARPETAS ARCHIVADORAS	15	1,22	18,30	19,09	19,91	20,77	21,66
SELLOS	2	3,50	7,00	7,30	7,62	7,94	8,29
GRAPADORA	3	5,20	15,60	16,27	16,97	17,71	18,47
PERFORADORA	3	4,80	14,40	15,02	15,67	16,34	17,05
CUADERNOS	5	1,50	7,50	7,82	8,16	8,51	8,88
PAPEL PARA FAX	3	3,00	9,00	9,39	9,79	10,21	10,65
ALMOHADILLA PARA SELLOS	2	1,00	2,00	2,09	2,18	2,27	2,37
CORRECTOR LIQUIDO	12	0,35	4,20	4,38	4,57	4,77	4,97
CINTA DE EMBALAGE	12	0,70	8,40	8,76	9,14	9,53	9,94
CLIPS ESTÁNDAR	4	0,25	1,00	1,04	1,09	1,13	1,18
SACAGRAPAS	3	0,85	2,55	2,66	2,77	2,89	3,02
BORRADORES	10	0,15	1,50	1,56	1,63	1,70	1,78
TONER PARA IMPRESORA	5	89,00	445,00	464,18	484,19	505,05	526,82
PAPEL PARA SUMADORA	5	0,95	4,75	4,95	5,17	5,39	5,62
TOTAL			608,20	634,41	661,76	690,28	720,03

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2.2 Suministros de Aseo y Limpieza.- Son todos los materiales y accesorios que se utilizarán para la limpieza de la parte operativa y administrativa.

CUADRO N° 81 Suministros de Aseo

MATERIALES	CANT	COST O UNIT	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
ESCOBAS PLASTICAS	3	1,80	5,40	5,63	5,88	6,13	6,39
TRAPEADORES	3	2,20	6,60	6,88	7,18	7,49	7,81
DETERGENTE (500 G)	6	3,50	21,00	21,91	22,85	23,83	24,86
DESINFECTANTE	5	2,50	12,50	13,04	13,60	14,19	14,80
RECOGEDOR DE BASURA	3	1,75	5,25	5,48	5,71	5,96	6,22
CEPILLO DE BAÑO	4	1,00	4,00	4,17	4,35	4,54	4,74
TOALLAS DE TOCADOR	4	2,00	8,00	8,34	8,70	9,08	9,47
AMBIENTALES SPRAY	10	1,75	17,50	18,25	19,04	19,86	20,72
LIMPIONES VILEDA	10	0,80	8,00	8,34	8,70	9,08	9,47
TOTAL			1146,20	1195,60	1247,13	1300,88	1356,95

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.2.3 Sueldos y Salarios.- Son los sueldos y salarios en los que incurre una empresa por todo el personal administrativo que en ella labora. En el caso del Centro de Acopio serán los sueldos, el décimo tercer sueldo, el décimo cuarto sueldo, aporte patronal y fondos de reserva a partir del segundo año del Administrador del Proyecto, Secretaria Contadora y del Contador que trabajará con honorarios profesionales.

CUADRO Nº 82 Sueldos Administrativos

DENOMINACION	Nº	COSTO MEN	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
ADMINISTRADOR DEL PROYECTO O GERENTE	1	501,93	6023,16	6700,08	6988,86	7290,07	7604,28
SECRETARIA CONTADORA	1	309,16	3709,92	4120,16	4297,74	4482,97	4676,19
CONTADORA (HONORARIOS PROFESIONALES)	1	100,00	1200,00	1251,72	1305,67	1361,94	1420,64
TOTAL			10933,08	12071,96	12592,26	13134,99	13701,11

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO Nº 83 Resumen de los Gastos Administrativos

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	10933,08	12071,96	12592,26	13134,99	13701,11
SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA	608,20	634,41	661,76	690,28	720,03
MATERIALES Y ACCESORIOS DE ASEO	1146,20	1195,60	1247,13	1300,88	1356,95
IMPREVISTOS 3%	408,54	447,64	466,94	487,06	508,05
TOTAL	13096,02	14349,62	14968,09	15613,21	16286,14

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.3 GASTOS DE VENTA

Son todos los desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

En este caso solo incluimos el sueldo del mercadólogo y la publicidad que se realizará en cualquiera de los medios de comunicación más populares de la ciudad y la provincia.

CUADRO N° 84 Gastos de Venta

DENOMINACION	COSTO MENS	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
MERCADOLGO	381,45	4577,40	5087,62	5306,89	5535,62	5774,20
PUBLICIDAD	150,00	1800,00	1877,58	1958,50	2042,92	2130,96
IMPREVISTO 3%		205,35	224,28	233,95	244,03	254,55
TOTAL		6582,75	7189,48	7499,34	7822,56	8159,72

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.4 GASTOS FINANCIEROS

Son los pagos realizados por intereses y comisiones que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

Para la nueva unidad productiva son los intereses bancarios que se pagarán en 2 años, por la cantidad de 7,434.53 los mismos que se pagarán mensualmente de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO Nº 85 Cuadro Financiero

N	VP	INTERESES	VALOR SOLUTO	VALOR INSOLUTO
1	2480,63	570,94	1909,70	50191,00
2	2480,63	550,01	1930,62	48260,38
3	2480,63	528,85	1951,78	46308,60
4	2480,63	507,47	1973,17	44335,43
5	2480,63	485,84	1994,79	42340,63
6	2480,63	463,98	2016,65	40323,98
7	2480,63	441,88	2038,75	38285,23
8	2480,63	419,54	2061,09	36224,14
9	2480,63	396,96	2083,68	34140,46
10	2480,63	374,12	2106,51	32033,95
11	2480,63	351,04	2129,60	29904,35
12	2480,63	327,70	2152,93	27751,42
13	2480,63	304,11	2176,53	25574,89
14	2480,63	280,26	2200,38	23374,52
15	2480,63	256,15	2224,49	21150,03
16	2480,63	231,77	2248,87	18901,16
17	2480,63	207,13	2273,51	16627,65
18	2480,63	182,21	2298,42	14329,23
19	2480,63	157,02	2323,61	12005,62
20	2480,63	131,56	2349,07	9656,55
21	2480,63	105,82	2374,81	7281,73
22	2480,63	79,80	2400,84	4880,89
23	2480,63	53,49	2427,15	2453,75
24	2480,63	26,89	2453,75	0,00
TOTAL	59535,23	7434,53	52100,70	

Fuente: Institución Financiera

Elaborado por: La autora de la investigación

CUADRO Nº 86 Resumen de los Gastos Financieros

DESCRIPCION	AÑO 2010	AÑO 2011
INTERESES	5418,34	2016,20
TOTAL	5418,34	2016,20

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.5 DEPRECIACION

Consiste en la pérdida del valor de los activos fijos usados por la empresa y sobre los cuáles tiene propiedad. La depreciación se la realizará de acuerdo a las leyes ecuatorianas, mediante el método de línea recta.

CUADRO N° 87 Depreciación

DESCRIPCION	COSTO MEN	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
EDIFICIO	116,98	1403,75	1403,75	1403,75	1403,75	1403,75
MUEBLES Y ENSERES	22,57	270,82	270,82	270,82	270,82	270,82
EQUIPO DE COMPUTACION	50,70	608,40	608,40	608,40	0,00	0,00
EQUIPO DE OFICINA	16,00	191,98	191,98	191,98	191,98	191,98
MAQUINARIA EQUIPO	16,50	198,00	198,00	198	198	198
VEHICULO	389,85	4678,20	4678,20	4678,20	4678,20	4678,20
TOTAL	612,60	7351,15	7351,15	7351,15	6742,75	6742,75

Elaborado por: La autora de la investigación

5.2.6 PRESUPUESTO DE EGRESOS

CUADRO N° 88 Egresos

DESCRIPCION	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
COSTOS	861503,35	925661,63	993685,29	1066724,47	1145149,70
GASTOS ADMINIST.	13096,02	14349,62	14968,09	15613,21	16286,14
GASTOS DE VENTA	6582,75	7189,48	7499,34	7822,56	8159,72
GASTOS FINANCIEROS	5418,34	2016,20	0,00	0,00	0,00
DEPRECIACION	7351,15	7351,15	7351,15	6742,75	6742,75
TOTAL	893951,61	956568,07	1023503,87	1096903,00	1176338,31

Elaborado por: La autora de la investigación

5.3 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

5.3.1 BALANCE GENERAL INICIAL

Este estado presenta la situación financiera y económica del proyecto de manera estimada, todos los activos pasivos y el capital de trabajo con el cuál iniciará la nueva unidad productiva.

CUADRO N° 89 Balance General

<u>BALANCE GENERAL INICIAL</u>			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	3536,97	Deuda a largo Plazo	52100,70
Activos Fijos	69242,60	TOTAL PASIVOS	52100,70
Terreno	2688,00	PATRIMONIO	
Edificio	31194,34	Capital de Trabajo	22328,87
Vehículo	25990,00		
Equipo	6361,13		
Muebles y Enseres	3009,13		
Otros Activos	1650,00		
Costos de Investigación	1000,00		
Gastos de Constitución	650,00		
TOTAL ACTIVO	<u>74429,57</u>	TOTAL PASIVOS MAS PATRIMONIO	<u>74429,57</u>

Elaborado por: La autora de la investigación

5.3.2 ESTADO DE RESULTADOS O PÉRDIDAS Y GANANCIAS

En este se presentan los posibles ingresos, costos y gastos que permiten determinar en qué medida el capital invertido rinde utilidad o pérdida, y de esta manera establecer la efectividad económica del proyecto.

ESTADO DE RESULTADOS O PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas proyectadas	917209,44	985156,38	1058136,83	1136523,68	1220717,44
Total ingresos proyectados	917209,44	985156,38	1058136,83	1136523,68	1220717,44
-Costos proyectados	861503,35	925661,63	993685,29	1066724,47	1145149,70
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	55706,09	59494,75	64451,54	69799,21	75567,74
GASTOS					
Gastos Administrativos	13096,02	14349,62	14968,09	15613,21	16286,14
Gastos de Venta	6582,75	7189,48	7499,34	7822,56	8159,72
Depreciación	7351,15	7351,15	7351,15	6742,75	6742,75
TOTAL DE GASTOS PROYECTADOS	27029,92	28890,25	29818,58	30178,52	31188,61
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	28676,17	30604,50	34632,96	39620,69	44379,13
-Gastos Financieros Proyectados	5418,34	2016,20	0,00	0	0
UTILIDAD PROYECTADA ANTES DEL 15%	23257,83	28588,30	34632,96	39620,69	44379,13
15% Participación Trabajadores	3488,68	4288,25	5194,94	5943,10	6656,87
UTILIDAD PROYETADA ANTES DE IMP.	19769,16	24300,06	29438,02	33677,59	37722,26
-25% Impuesto a la Renta	4942,29	6075,01	7359,50	8419,40	9430,57
UTILIDAD NETA PROYECTADA	14826,87	18225,04	22078,51	25258,19	28291,70

Elaborado por: La autora de la investigación

5.3.3 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá el proyecto en un periodo determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

CUADRO N° 91 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA LIBRE					
DESCRIPCION	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Ingresos proyectados	917209,44	985156,38	1058136,83	1136523,68	1220717,44
Otros Ingresos (valor de salvamento)	0,00	0,00	0,00	0,00	6655,46
TOTAL DE INGRESOS	917209,44	985156,38	1058136,83	1136523,68	1227372,90
EGRESOS					
Costos proyectados	861503,35	925661,63	993685,29	1066724,47	1145149,70
Gastos administrativos	13096,02	14349,62	14968,09	15613,21	16286,14
Depreciación	7351,15	7351,15	7351,15	6742,75	6742,75
Oblig. financieras (valor pres)	29767,62	29767,62	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE EGR. PROYECT.	911718,14	977130,02	1016004,53	1089080,43	1168178,59
FLUJO NETO (ING- EGR)	5491,30	8026,36	42132,30	47443,25	59194,31

Elaborado por: La autora de la investigación

5.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.4.1 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE REDESCUENTO O TRM

La tasa de redescuento o también llamada Tasa de Rendimiento Medio tiene dos componentes: el costo de capital, tanto para el aporte propio como para el financiamiento, y el nivel de riesgo en inversiones en el país.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{TRM} = (1+Ck)(1+Rp)-1$$

Ck=Costo de capital (0,07748)

Rp=Riesgo país (811 puntos)

$$\text{TRM} = (1+0,07748)(1+0,0811)-1$$

$$\text{TRM} = 16,49\%$$

Esta tasa nos indica lo mínimo que debe rendir el proyecto en condiciones reales

5.4.2 DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto es la suma actualizada de los flujos de caja que se espera genere el proyecto a lo largo de su vida.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

En donde:

I = Inversión Inicial

FNE = Flujos Netos de Efectivo

i = Tasa de redescuento o TRM

N = Tiempo u horizonte de vida de útil del proyecto.

$$\text{VAN} = -74429,57 + \frac{5491,30}{(1+0,1649)^1} + \frac{8026,36}{(1+0,1649)^2} + \frac{42132,30}{(1+0,1649)^3} + \frac{47443,25}{(1+0,1649)^4} + \frac{59194,31}{(1+0,1649)^5}$$

$$\text{VAN} = \$ 16.212,21$$

El VAN es positivo por lo tanto teóricamente el proyecto es bueno o aceptable.

5.4.3 DETERMINACION DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

(TIR)

JACOME Walter, 2005, Pág. 85. “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o en el momento que el VAN es igual a cero”.

Su fórmula es la siguiente):

$$TIR = ti + (ts - ti) \left(\frac{VAN_{ti}}{VAN_{ts} + VAN_{ti}} \right)$$

En donde:

ti = Tasa Inferior

ts = Tasa Superior

VAN_{ti} = Valor Actual Neto Tasa Inferior

VAN_{ts} = Valor Actual Neto Tasa Superior

CUADRO N° 92

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR (1+i) ⁿ 16,49%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR (1+i) ⁿ 23%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	74429,57		-74429,57		-74429,57
1	5491,30	1,16	4713,97067	1,23	4464,48
2	8026,36	1,36	5914,8207	1,51	5305,28
3	42132,30	1,58	26653,1923	1,86	22641,22
4	47443,25	1,84	25764,3892	2,29	20727,84
5	59194,31	2,15	27595,4027	2,82	21025,89
			90641,78		-264,86

$$TIR = 16,49 + (23 - 16,49) \left(\frac{90641,78}{-264,86 + 90641,78} \right)$$

TIR = 23,02%

La TIR es superior a la tasa mínima vigente en el mercado, lo que indica que la realización del proyecto si es factible

5.4.4 DETERMINACIÓN DEL BENEFICIO – COSTO (B/C)

Sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, para la cual se hace una relación de los ingresos deflactados sobre los egresos deflactados.

Su fórmula es la siguiente:

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS DEFLACTADOS}}{\sum \text{EGRESOS DEFLACTADOS}}$$

CUADRO Nº 93 INGRESOS Y EGRESOS

AÑOS	TOTAL INGRESOS		AÑOS	TOTAL EGRESOS
1	917209,44		1	911718,14
2	985156,38		2	977130,02
3	1058136,83		3	1016004,53
4	1136523,68		4	1089080,43
5	1227372,90		5	1168178,59
CON LA FORMULA DEL VAN	\$ 3.372.120,07			\$ 3.281.478,29

$$B/C = \frac{3.372.120,07}{3.281.478,29}$$

B/C = 1,03

El Beneficio Costo debe ser mayor a 1, ya que de esta manera se recibe un adicional sobre los egresos realizados.

En este caso por cada dólar de egresos se obtendrá 0,03 centavos de adicional lo cual es beneficioso para el proyecto

5.4.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Es muy importante saber en qué tiempo se recuperará la inversión realizada, lo que permitirá tomar la decisión para invertir.

CUADRO N° 94 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO DE CAJA LIBRE				
1	5491,30			SUMA V.1+V.2+V3	55649,97
2	8026,36			INVERS.-SUMA V4	18779,60
3	42132,30				74429,57
4	47443,25				
5	59194,31				
	90641,78				
	55649,97		3	AÑOS	
	74429,57		X		

PRI = 4,01 AÑOS

El 4,01 significa que en 4 años se recuperará la inversión realizada al inicio del proyecto la cual es de \$74429.57.

5.4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se refiere a la cantidad o al monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero. Además el punto de equilibrio únicamente es válido para el año 1, porque entre más dura el proyecto el pronóstico es menos cierto.

Para calcular el punto de equilibrio en dólares se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS O VENTAS}}}$$

CUADRO Nº 95 COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

DETALLE	2010
INGRESOS	
VENTAS	917209,44
COSTOS FIJOS	
MANO DE OBRA DIRECTA	8287,32
GASTOS ADMINISTRATIVOS	13096,02
GASTOS DE VENTA	6582,75
GASTOS FINANCIEROS	5418,34
AMORTIZACION DE LA DEUDA	29767,62
DEPRECIACION	7351,15
TOTAL COSTO FIJO	70503,19
COSTOS VARIABLES	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	7404,00
MATERIA PRIMA DIRECTA	818937,00
TOTAL COSTO VARIABLE	826341,00

PE =	70503,19
	1- 826341,00
	917209,44

PE = \$ 711646,33

Cuando se obtenga de ingresos \$711646,33 en el año uno se puede decir que no se ha perdido ni se ha ganado, sino el proyecto alcanzo el punto de equilibrio.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En cualquier sistema económico la empresa será el motor que mueva la economía de un país; su importancia radica en la capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente, propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo. Este proyecto que se dedicará a una sola actividad que es la de comercializar las frutas del valle, tiene la finalidad de vender los productos directamente a los consumidores, a través de los grandes supermercados del cantón y así satisfacer las necesidades del cliente.

6.1 MISION

“Ser una importante empresa en la provincia de Imbabura que comercialice frutas de clima tropical, ofreciendo productos de buena calidad, debidamente empacados y con una excelente presentación, para satisfacer las necesidades de los clientes”.

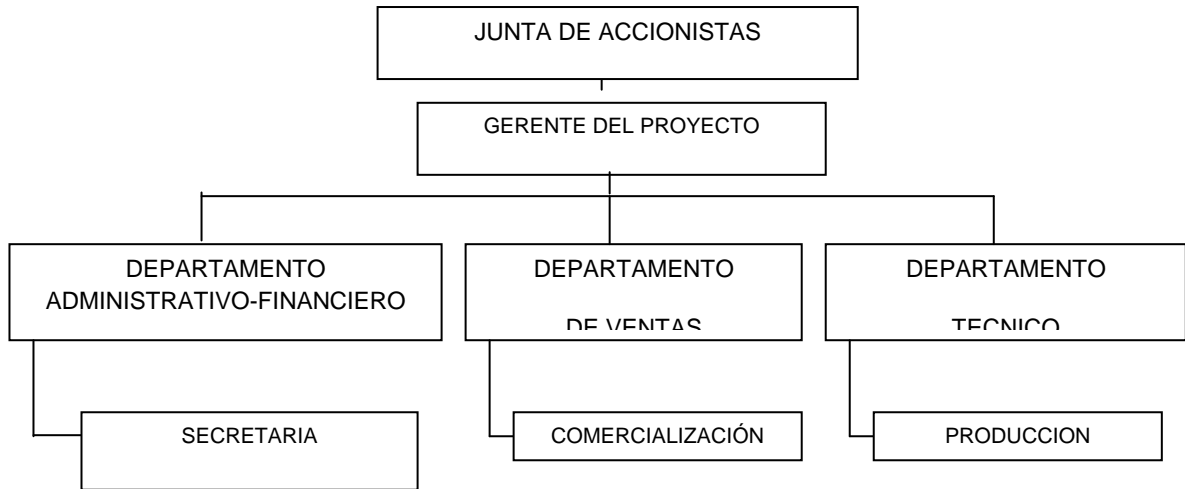
6.2 VISION

Para el año 2015 la empresa “TROPICALFRUITS”, estará entre las primeras empresas comercializadoras de frutas de clima tropical en Imbabura, ampliando sus mercados a otras provincias, y al mismo tiempo ofreciendo un producto de buena calidad, a través de la innovación y el mejoramiento continuo en sus procesos, para de esta manera satisfacer las necesidades del cliente.

6.3 ORGANICO ESTRUCTURAL

Para este proyecto se trabajará con una estructura horizontal que se acople adecuadamente a las necesidades primordiales de la empresa.

“TROPICALFRUITS” Cía. Ltda.



6.4 ORGANICO FUNCIONAL

6.4.1 NIVELES ADMINISTRATIVOS

Para el desarrollo de las actividades de la nueva empresa se necesitará de personal que conozca y cumpla con los perfiles para desarrollar trabajos de comercialización, además debe estar cimentada en valores y principios como son: responsabilidad, honestidad, lealtad, respeto, liderazgo, credibilidad, buen servicio y perseverancia.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Auxiliar o de apoyo
- Nivel Operativo.

6.4.1.1 Nivel Directivo: En este nivel se encuentra la Junta de Accionistas, conformada por los agricultores que están de acuerdo en

ser parte de este centro de acopio, quienes serán la máxima autoridad y su principal función es determinar el plan estratégico.

6.4.1.2 Nivel Ejecutivo: Está comprendido por el gerente del proyecto, quién ejecutará el plan estratégico, para alcanzar los objetivos planteados.

6.4.1.3 Nivel Auxiliar: En este nivel está el departamento administrativo-financiero, que sería la secretaria y la contadora, quién realizará la revisión y supervisión de las actividades administrativas, contabilidad, nómina, declaración de impuestos, en coordinación con la secretaria que será auxiliar para la ejecución de informes y estados financieros.

6.4.1.4 Nivel Operativo: Esta conformado por el departamentos técnico, el cual es el responsable de verificar que los productos sean de calidad y se acojan a las exigencias del mercado local; y, el departamento de ventas que será el encargado de abrir nuevos mercados o buscar nuevos clientes.

6.5 CONFORMACION DEL PERSONAL

Para la nueva unidad productiva se tiene previsto el siguiente número de personas:

- 37 Socios
- Gerente del Proyecto
- Secretaria
- Técnico en Producción
- Mercadólogo
- Contador (contrato por honorarios profesionales)
- Conserje externo
- Agricultor quién realizará la limpieza de las frutas

6.6. FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Para la nueva empresa comercializadora, los empleados deben contar con el siguiente perfil y deben cumplir las funciones que se especifica en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 96 PERFILES COMPETENCIAS Y FUNCIONES

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES
Gerente	<p>1. <u>Técnico-Funcionales</u> Coordinar y ser creativo en sus labores y actividades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de tercer nivel en agroindustrias, administración, contabilidad o marketing. ▪ Experiencia en estructuración en centros de acopio. ▪ Aspiración de superación personal y comunitaria. ▪ Sólida experiencia evaluada por resultados. ▪ Persona con liderazgo. ▪ Habilidad para tomar decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar, organizar y controlar los procesos administrativos y comerciales. ▪ Hacer conocer a los socios los presupuestos, informes y Estados Financieros para su aprobación. ▪ Cumplir y hacer cumplir los estatutos y reglamentos del centro de acopio ▪ Preparar proyectos que beneficien al centro de acopio
	<p>2. <u>Estructurales</u> Trabajo leal y oportuno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persona con valores éticos y morales. ▪ Habilidad para interrelacionarse. 	

Secretaria- Contadora	1. <u>Técnico-Funcionales</u> Habilidad y creatividad para realizar documentos comerciales y tributarios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sólida experiencia en realizar documentos. ▪ Independencia mental. ▪ Experiencia en el manejo de sistemas contables. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar comunicaciones para informar sobre el producto a los proveedores. ▪ Realizar oficios, informes y convocatorias.
	2. <u>Estructurales</u> Trabajo con lealtad y confidencialidad.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ética profesional. ▪ Estabilidad emocional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener el archivo e información contable bajo su custodia. ▪ Realizar las conciliaciones bancarias mensuales. ▪ Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios básicos, bienes y otros. ▪ Realizar trámites tributarios requeridos por el SRI.
Técnico en agricultura	1. <u>Técnico-Funcionales</u> Conocimiento sobre cultivo, desarrollo y cosecha del área.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo eficiente para la toma de decisiones. ▪ Trabajo a destiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dar asesoramiento técnico en todos los procesos de producción. ▪ Realizar el control de calidad de las frutas.

	<p>2. <u>Estructurales</u> Trabajo con experiencia, eficiente eficaz y honradez.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo en equipo. ▪ Lealtad ▪ Experiencia en uso y aplicación de productos químicos. 	
Mercadólogo	<p>1. <u>Técnico-Funcionales</u> Habilidad y destreza para buscar nuevos mercados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia de por lo menos un año en atención al cliente. ▪ Conocimiento de comercialización de productos agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificación y supervisión de las ventas realizadas. ▪ Supervisar a las personas que forman parte de la bodega. ▪ Controlar el orden y la limpieza de las frutas. ▪ Informar al presidente las novedades para la toma de decisiones. ▪ Verificar los cobros por ventas. ▪ Expende el producto.
	<p>2. <u>Estructurales</u> Trabajo oportuno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formación académica en marketing. ▪ Habilidad para interrelacionarse 	
	<p>1. <u>Técnico-Funcionales</u> Actitud de trabajo en equipo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener experiencia en trabajos agrícolas ▪ Tener licencia de conducir 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicar al técnico agrónomo y al mercadólogo si existe escasez de las frutas.

Agricultor y Conserje Externo		profesional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ayudar e pesar y limpiar las frutas. ▪ Conducir el vehículo de la microempresa para la entrega final de las frutas. ▪ Ayudar en las actividades administrativas del centro de acopio.
	<p><u>2. Estructurales</u></p> <p>Trabajar con honradez, puntualidad, iniciativa y bajo presión</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad comprendida entre los 18 a 35 años. 	
Contadora	<p><u>1. Técnico-Funcionales</u></p> <p>Trabajar con celo profesional</p> <p>Trabajo bajo presión</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contador Público Autorizado. ▪ Experiencia en el manejo de sistemas contables. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar la contabilidad del centro de acopio. ▪ Emitir informes contables para la toma de decisiones. ▪ Realizar la comprobación de cálculos para su corrección u validación. ▪ Realizar inspecciones a todos los procesos que se llegan a cabo en el centro de acopio.
	<p><u>2. Estructurales</u></p> <p>Ser responsable en las funciones encomendadas.</p> <p>Trabajar con honradez y ética profesional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad comprendida entre 24 y 35 años. ▪ Experiencia de por lo menos 2 años en actividades afines. 	

6.7. MARCO LEGAL

Los requisitos primordiales y a la vez fundamentales para la creación y funcionamiento de una Microempresa, son los siguientes:

a) RUC (Registro Único de Contribuyentes)

Para obtener este requisito se debe presentar los siguientes documentos:

- Original y copia de la Cédula de ciudadanía
- Original y copia del último Certificado de Votación
- Original del documento que indique la dirección domiciliaria exacta actual o donde se vaya a desarrollar la actividad económica (una planilla de agua, luz o teléfono).
- Documento original de calificación artesana si es artesano, en el caso de este proyecto, el documento antes mencionado no se lo tiene que presentar, porque se van a realizar actividades de comercialización.

Además ya constituida la empresa se debe manejar las siguientes leyes, para la buena marcha de la microempresa:

- Ley de Régimen Tributario Interno
- Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF'S)
- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA)
- Normas de Calidad
- Estatutos de Constitución de la Empresa

CAPITULO VII

7. PRINCIPALES IMPACTOS

Es necesario en el presente capítulo, realizar un análisis técnico de los impactos que el proyecto generara a los ámbitos Socio-económico, Ambiental, Comercial, Ético y Empresarial para lo cual se ha utilizado la siguiente metodología.

Para cada ámbito, a ser analizado se utiliza una matriz de impactos, en la cual al eje horizontal ubicamos los niveles de impactos, sobre la base de la siguiente tabla:

CUADRO Nº 97 Valoración de Impactos

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No existe Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Para cada tipo de impacto se realizará una matriz, la misma que está compuesta por sus indicadores con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la operación para obtener el resultado final y realizar el análisis global del impacto.

7.1 IMPACTO SOCIO-ECONOMICO

CUADRO N° 98 Impacto Socio-Económico

NIVEL DE IMPACTO								
INDICADORES	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1. Incremento de los ingresos de la familia					X			1
2. Oportunidades para mejorar las condiciones de vida						X		2
3. Disminución de la migración						X		2
4. Fuentes de trabajo						X		2
5. Seguridad y protección familiar					X			1
TOTAL					2	6		8

Elaborado por: La autora de la investigación

PROMEDIO

$$8/5 = 1,6 = 2$$

Análisis:

En este ámbito socio económico el proyecto tendrá un impacto medio positivo, porque generará empleo a los pequeños agricultores de la comunidad al mismo tiempo que les motiva a seguir sembrando las frutas tropicales, incrementará los ingresos de la familia, con lo cual las condiciones de vida mejorarán, se disminuirá la migración del campo a la ciudad, ya que con el proyecto se incentivará a que las personas se queden trabajando en su mismo pueblo.

7.2 IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 99 Impacto Ambiental

NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1. Desechos orgánicos						X		2
2. Desechos plásticos					X			1
3. Reactivación de la agricultura							X	3
4. Manejo de la basura(reciclaje)						X		2
5. Contaminación auditiva					X			1
TOTAL					2	4	3	9

Elaborado por: La autora de la investigación

PROMEDIO

$$9/5 = 1,8 = 2$$

Análisis:

En ese ámbito el proyecto generará un impacto medio positivo, ya que los desechos o desperdicios de las frutas serán utilizados como abono orgánico por los propios agricultores, los desechos plásticos serán almacenados para luego ser vendidos como material reciclado, se reactivará la agricultura, a través del incremento de la producción de las frutas ya que los agricultores tendrán a quien vender los productos, el manejo de la basura se someterá a un sistema de reciclaje para no contaminar el medio ambiente y no habrá contaminación auditiva porque todo el trabajo será de manera manual sin la utilización de maquinaria.

7.3 IMPACTO ETICO

CUADRO N° 100 Impacto Ético

NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1 Honestidad					X			1
2. Transparencia						X		2
3. Veeduría de los socios							X	3
4. Cumplimiento de leyes						X		2
5. Responsabilidad					X			1
TOTAL					2	4	3	9

Elaborado por: La autora de la investigación

PROMEDIO

$$9/5 = 1,8 = 2$$

Análisis:

El impacto ético tendrá una incidencia media positiva, ya que se trabajará con honestidad a través de un precio justo a nuestros posibles clientes, transparencia en todo momento y más que nada en la contabilidad todo será transparente para no perjudicar ni a los socios, al estado y por ende a la sociedad, se trabajará con los socios a través de la veeduría en todos los procesos que se realizarán en la microempresa o en los que ellos creyeren convenientes, se cumplirá con las leyes vigentes que vayan acorde con la actividad que se va a desarrollar y todas las personas que el laboren deberán realizar sus actividades con responsabilidad y cumpliendo a cabalidad con las actividades a ellos encomendadas.

7.4 IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 101 Impacto Empresarial

INDICADORES \ NIVEL DE IMPACTO	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
	1. Trabajo corporativo.						X	
2. Toma de decisiones.						X		2
3. Rentabilidad financiera	X							-1
4. Productividad y Competitividad					X			1
5. Estilos de Gestión	X							-1
TOTAL	-2				1	4		3

Elaborado por: La autora de la investigación

PROMEDIO

$$3/5 = 0,6 = 1$$

Análisis:

Los beneficios que el proyecto obtendrá en este aspecto son bajos, a través de un trabajo corporativo con otras empresas que serán las que compren las frutas, la toma de las más acertadas decisiones, es decir todos los procesos serán elegidos por democracia, obtendrá en los primeros años niveles de rentabilidad bajo por los gastos que deben realizarse para poner en marcha el proyecto, la productividad es positiva ya que se tendrá una variedad de frutas las mismas que serán de calidad y entrarán a competir con las frutas de otros lugares como las de la Costa y se tendrá que buscar un estilo de gestión que sea el más apropiado para el tipo de actividad que la microempresa ofrecerá.

7.2 IMPACTO COMERCIAL

CUADRO N° 102 Impacto Comercial

NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	-1	-2	-3	0	1	2	3	TOTAL
1. Canales de distribución.						X		2
2. Atención y servicio al cliente.						X		2
3. Fijación de precios.					X			1
4. Cobertura de mercado.					X			1
5. Normas técnicas de producción.						X		2
TOTAL					2	6		8

Elaborado por: La autora de la investigación

PROMEDIO

$$8/5 = 1,6 = 2$$

Análisis:

Los beneficios que se obtendrán en el ámbito comercial son de carácter medio positivo, ya que se utilizarán los mejores canales de distribución para la venta de las frutas, la atención al cliente será de la mejor manera para así poder ir abriendo nuevos mercados por el buen trato que se ofrecerá al cliente, los precios serán los mismos que estén en el mercado y en ocasiones hasta precios más bajos, se buscará nuevos mercados y por ende se ampliará la producción para poder abastecer a todos los posibles clientes y se utilizarán las mejoras normas técnicas de producción para que el producto sea de calidad y que satisfaga las necesidades de los clientes.

7.5 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

CUADRO N° 103 Impacto General del Proyecto

INDICADORES \ NIVEL DE IMPACTO	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
1. Impacto socio-económico						X		2
2. Impacto ambiental						X		2
3. Impacto ético						X		2
4. Impacto empresarial					X			1
5. Impacto comercial						X		2
TOTAL					1	8		9

Elaborado por: La autora de la investigación

PROMEDIO

$$9/5 = 1,8 = 2$$

Análisis:

De manera general se puede decir que el proyecto generará un nivel medio positivo, por lo tanto es aceptable la realización del mismo.

CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional se pudo determinar que la mayoría de los agricultores tienen sólida experiencia en la producción de frutas y la realizan de manera técnica, sin embargo un 66,67% de los agricultores encuestados no han recibido capacitación sobre los mecanismos y procedimientos de comercialización, para el mejoramiento de sus ingresos.
- Los agricultores de la comunidad del Chota realizan sus actividades de comercialización de manera individual, ya que para la venta de las frutas no existe una asociación o microempresa de acopio de productos, que permita una fijación de precios adecuada, para beneficio de los productores y consumidores.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado, existe una oferta que no satisface por completo a la demanda, a la cual la denominamos demanda insatisfecha, que representa un 31,19% de los centros de expendio de frutas encuestados, lo que nos permitirá cubrir con mayor producción.
- En el análisis económico, se determinó que el presente proyecto si es factible realizarlo, ya que se obtuvo un Valor Actual Neto positivo, una Tasa Interna de Retorno del 23,02%, un Beneficio/Costo de 0,03 por cada dólar invertido y se espera recuperar la inversión en un periodo de 4 años, lo que genera una ventaja para el sector donde se va a instalar el proyecto.
- La estructura organizativa del Centro de Acopio “Tropicalfruits” es horizontal, ya que este tipo de estructura es la que más se acopla a las necesidades primordiales de la empresa, y se establece las jerarquías y funciones de cada uno de los empleados, respetando las cadenas de autoridad y responsabilidad,

RECOMENDACIONES

- Es importante establecer estrategias que permitan que los productores sean capacitados sobre la comercialización de sus productos, en tal virtud se hace necesario realizar convenios con la universidad para promover talleres o seminarios, con la finalidad de que se comparta y guíe a los agricultores sobre los procesos de venta de sus productos, en forma técnica para el mejoramiento de sus ingresos.
- Es importante la creación del Centro de Acopio, ya que permitirá un trabajo organizado, ofertar las frutas mejorando su presentación, limpieza y empaque directamente al consumidor y además los agricultores obtendrán ingresos razonables por la venta de las mismas, con el propósito de que se mejore la calidad de vida de ellos y sus familias
- Del total de la demanda insatisfecha existente, se recomienda aprovechar un gran porcentaje de los supermercados, micro-mercados, despensas y fruterías de la ciudad de Ibarra para el presente proyecto, llegando al consumidor final con un producto de calidad, seleccionado y limpio, para de esta manera satisfacer las necesidades del cliente.
- De acuerdo a los resultados económicos obtenidos en el presente trabajo de investigación, se recomienda que es procedente iniciar con la ejecución del proyecto, en la comunidad del Chota, siendo este el sitio propicio para este tipo de actividad, lo que generará un efecto multiplicador en la economía del Valle.
- En este tipo de organizaciones se recomienda que los controles al personal lo debe realizar cada jefe inmediato superior, el mismo que será quién tome las decisiones de su área, para luego ponerlas a consideración de la Junta de Accionistas, con el fin de lograr los objetivos planteados por la empresa.

BIBLIOGRAFIA

ANZOLA, Servuelo, Administración de Pequeñas Empresas, 2da. Edición, 2001.

ARBOLEDA, Germán, Proyectos, 4ta. Edición, editorial Luna, 2001.

CARDENAS, Sofía, El Chota, Rincón Ardiente, 1era. Edición, Ibarra-Ecuador, 2000.

CHALÁ, José, Chota Profundo, 1era. Edición, Quito-Ecuador, 2006.

CHILQUINGA, Manuel, Costos por Órdenes de Producción, Ibarra-Ecuador, 2001.

HARGADON, Bernard, Principios de Contabilidad, Editorial Norma, 4ta. Edición, Bogotá-Colombia, 2002.

HELMULTH, Rogg, Manejo Integrado de Plagas de Cultivos Tropicales, Editorial ABYA-YALA, 1era. Edición, Ecuador, 2000.

INEC, Proyecto SICA-MAG.

III Censo Nacional Agropecuario.

JACOME, Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Ibarra-Ecuador, 2005.

JANY, José, Investigación Integral de Mercados, 3era, Editorial Nomos, Bogotá-Colombia, 2005.

MACARTHY, Jerome, otros, Marketing un Enfoque Global, 13ava. Edición, McGraw-hill Interamericana Editores S.A., Bogotá-Colombia, 2002.

NASSIR, Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2da. Edición, 2002.

NORDHAUS, Samuelson, Economía, Edigrafos, 17ma. Edición, Madrid-España, 2002.

POSSO, Miguel, Metodología para el Trabajo de Grado (Tesis y Proyectos), 3ra. Edición, Ibarra-Ecuador, 2006.

SARMIENTO, Rubén, Contabilidad General, 10ma. Edición, Editorial Voluntad, Quito-Ecuador, 2004.

TERRY Franklin, Principios de Administración, Editorial Continental, 6ta. Edición, México, 2001.

VILLACIS, Carlos, Producción Agrícola, 1era. Edición, Quito-Ecuador, 1999.

LINCONGRAFIA

www.inec.gov.ec

www.agroecuador.com

www.imbabura.gov.ec

www.sica.gov.ec

www.gestiopolis.com

www.google.com

<http://www.monografias.com/trabajos6/elme.shtml#tipos>

<http://www.imbaburaturismo.gov.ec/es/index.htm>

http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/htm

ANEXOS

ANEXO A

FORMATO DE ENCUESTA PRODUCTORES

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

Encuesta dirigida a los agricultores de la comunidad del Chota:

El objetivo de la presente encuesta es conocer la situación actual de los agricultores de la comunidad, para determinar si es factible o no crear en la misma un Centro de Acopio de Frutas donde se puedan almacenar para luego venderlas de manera directa a los consumidores finales, sin la presencia de intermediarios, mejorando su empaque y presentación.

TALENTO HUMANO

1.- Qué nivel de educación tiene usted?

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

2.- Qué tiempo lleva en la agricultura?

De 2 año a 5 ()

De 5 a 10 años ()

Más de 10 años ()

3.- Ha recibido capacitación en las áreas de:

Producción ()

Comercialización ()

Costos ()

Otros ()

4.- Pertenece a alguna asociación, microempresa o fundación?

Si () No ()

Indique.....

PRODUCCION

1.- Que tipo de productos agrícolas cultiva usted en mayor proporción?

Frutas ()

Hortalizas ()

Gramíneas (fréjol) ()

2.- Cuáles de estas frutas cultiva usted?

Plátano ()

Sandía ()

Aguacate ()

Mango ()

Guayaba ()

Limón ()

Papaya ()

3.- Cuántas hectáreas de terreno posee para sembrar estas frutas?

Menos de 1 hectárea ()

De 1 a 2 hectáreas ()

De 2 a 3 hectáreas ()

Más de 3 hectáreas ()

4.- En qué forma utiliza Mano de Obra para el cultivo de las frutas?

Frecuentemente ()

Ocasionalmente ()

Nunca ()

5.- A los trabajadores se les cancela su salario de manera:

Diaria ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

6.- Los desechos de los alimentos son reutilizados en la producción?

Si () No ()

7.- Qué cantidad de frutas cultiva mensualmente?

1 - 25kg ()

26 - 50kg ()

51 - 75kg ()

76 - 100kg ()

COMERCIALIZACIÓN

1.- Las frutas usted las vende en?

Finca ()

Mercado ()

Supermercados ()

Directamente al consumidor ()

Comerciantes ()

2.- Existe algún mes de mayor demanda de las frutas?

Si () No ()

Indique.....

3.- Actualmente la competencia de las frutas que usted cultiva es:

Alta ()

Media ()

Baja ()

4.- Utiliza alguna estrategia para la comercialización de las frutas?

Si () No ()

Indique.....

COSTOS

1.- Para la producción de las frutas que tipo de financiamiento utiliza?

Propio ()

Instituciones Financieras ()

ONG'S ()

Fundaciones ()

Otras ()

2.- Utiliza alguna forma de control de gastos para:

	SI	NO
Preparación del suelo	()	()
Fertilizantes, fungicidas, abonos	()	()
Compra de semillas	()	()
Mano de obra	()	()
Flete	()	()

3.- Quién impone los precios de venta de las frutas?

Usted	()
El mercado	()
Otros	()

Indique.....

4.- Cómo calificaría las ganancias económicas obtenidas en el último año en el cultivo de las frutas?

Muy buenas	()
Buenas	()
Malas	()

5.- Su capital de trabajo está entre:

200 a 500	()
500 a 800	()
800 a 1000	()
Más de 1000	()

ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO

1.- Estaría de acuerdo en que funcione en la comunidad un Centro de Acopio de Frutas del Valle?

Si () No ()

2.- Le gustaría formar parte del Centro de Acopio?

Si () No ()

Por qué.....

3.- Estaría dispuesto a capacitarse en algunos aspectos para mejorar la producción y comercialización de las frutas?

Si () No ()

Por qué

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO B

FORMATO DE ENCUESTA CONSUMIDORES

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

Encuesta dirigida a los consumidores (supermercados, despensas, fruterías, micro-mercados) de la ciudad de Ibarra:

El objetivo de la presente encuesta es conocer en qué cantidad, precio, en donde y como se distribuyen las frutas del Valle del Chota, y de esta manera determinar si es factible o no crear en la comunidad del Chota un Centro de Acopio de Frutas donde se puedan almacenar para luego venderlas de manera directa a los consumidores finales, sin la presencia de intermediarios, mejorando su empaque y presentación.

1.- Cuáles de estas frutas compra usted para ofrecer a sus clientes?

- | | |
|----------|-----|
| Plátano | () |
| Sandía | () |
| Aguacate | () |
| Mango | () |
| Guayaba | () |
| Limón | () |
| Papaya | () |

2.- Cómo califica usted a las frutas que se cultivan en el Valle del Chota?

Buena calidad ()

Baja calidad ()

Mala calidad ()

3.- Dónde compra usted mayoritariamente las frutas?

Productores ()

Intermediario ()

Mercado mayorista ()

Otros ()

Indique

4.- Con qué frecuencia compra usted las frutas?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

5.-El precio de compra de las frutas los considera?

Caro ()

Normal ()

Barato ()

6.- Conoce usted cómo fueron cultivadas las frutas?

SI () NO ()

7.- La presentación (aseo) de las frutas al ser compradas las considera:

Muy buena ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

8.- Le gustaría a usted comprar estas frutas en un centro de acopio?

SI () NO ()

Por qué

9.- Desearía que las frutas estén debidamente empacadas?

SI () NO ()

10.- Conoce usted las bondades nutritivas que tienen las frutas?

SI () NO ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO C

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN

ANEXO D

PLANO ARQUITECTÓNICO