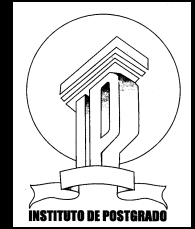




UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



INSTITUTO DE POSTGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (M.B.A) III PROMOCIÓN



“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL PROVINCIA DEL CARCHI”

(Trabajo de investigación previo a obtener el grado de Magister en Administración de Negocios).

AUTOR: JOSÉ LUIS ROBALINO Q.



CAPÍTULO I ANTECEDENTES



SITUACIÓN INICIAL:

Las A.P.A. iniciaron en 1998,
apoyadas por ONGS - FEPP;FAO -
capacitación

SITUACIÓN ACTUAL:

Existen 10 A.P.A; Emprendimientos familiares; Débil estructura organizacional, bajos niveles de asociatividad; el GAD Municipal de Montúfar es el es único socio comercial

PROSPECTIVA:

Red cantonal A.P.A; que permita lograr un desarrollo sustentable, mejorar competitividad; Incrementar el volumen de producción; ventas y rentabilidad.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



- Las A.P.A. al tener, al GAD Municipal de Montúfar como único socio comercial, ha permitido establecer la posible existencia de debilidad en la gestión comercial.



FORMULACIÓN DEL PROBLEMA



FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Es posible que con la elaboración de un plan de negocios se pueda fortalecer la gestión comercial de las asociaciones de productos agroecológicos en la ciudad de San Gabriel?



OBJETIVO GENERAL



OBJETIVO GENERAL

- Analizar la situación actual de las organizaciones de productores agroecológicos del cantón Montúfar, para fortalecer su gestión comercial.

OBJ. 1

- Diagnosticar la situación actual de las asociaciones de productores agroecológicos en el cantón Montúfar..

OBJ. 2

- Diseñar un plan de negocios que permita el fortalecimiento de la gestión comercial de las asociaciones de productores agroecológicos del cantón Montúfar.

OBJ. 3

- Identificar los posibles impactos que genera la implementación del proyecto.



¿Qué características, tiene las asociaciones de productores agroecológicos del cantón Montúfar?



¿Qué debe contener el plan de negocios para fortalecer la gestión comercial de las asociaciones de productores orgánicos del cantón Montúfar?



¿Cuáles son los impactos que generan la producción agroecológica en el cantón Montúfar?



JUSTIFICACIÓN/DELIMITACIÓN DE LA VIABILIDAD



VIABILIDAD POLÍTICA

Se cuenta con la apertura por parte de las asociaciones de productores agroecológicos del cantón Montúfar

VIABILIDAD ECONÓMICA

La investigación serán financiada por el investigador, la implantación serán financiada por las APA

VIABILIDAD LEGAL

C.P.E Art. 281, en los literal 10; 13, a Art. 311, 319, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria 2; 8; PDYOT cantonal

VIABILIDAD TÉCNICA

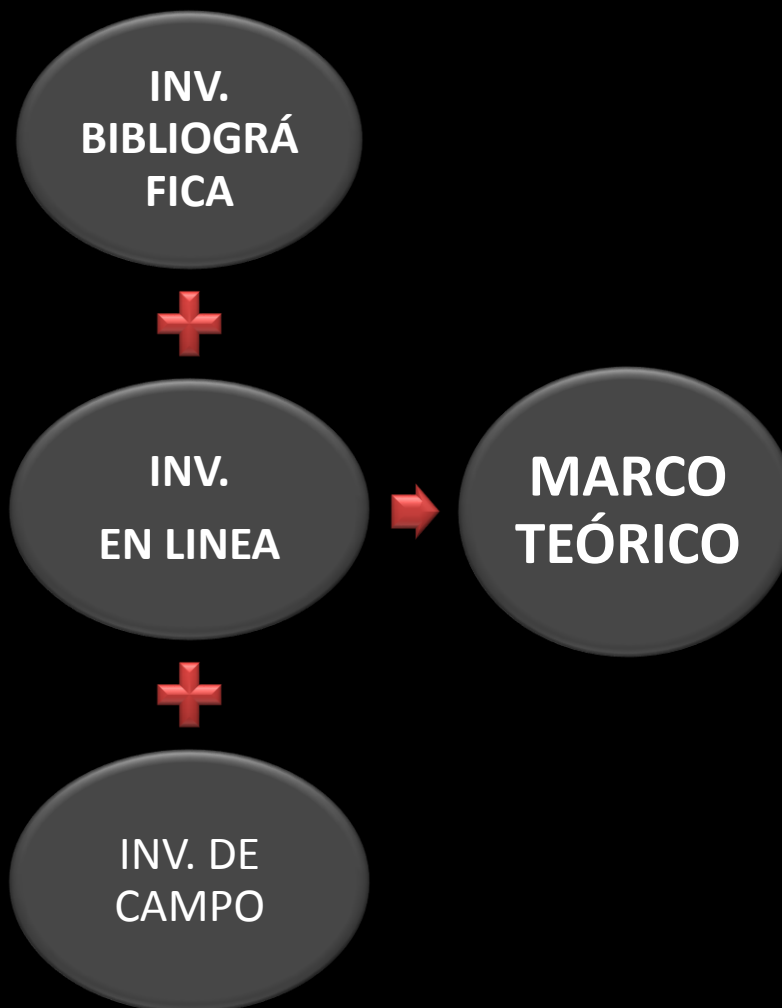
La investigación es técnicamente viable ya que se cuenta con el sustento de información bibliográfica y los conocimientos del investigador

VIABILIDAD AMBIENTAL

Se enmarca en el PNVB 213 – 2017, Objetivo 7, . Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, política 7,8; literales b). y j).



CAPITULO II MARCO TEÓRICO





CAPITULO III METODOLOGÍA



-ANÁLISIS
-SISTEMATIZACIÓN

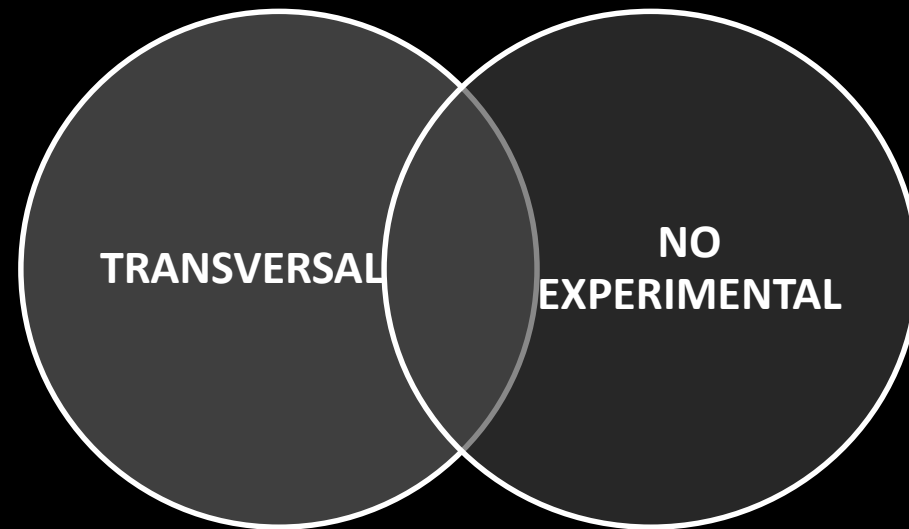
-LEVANTAMIENTO DE CAMPO
-BIBLIOGRAFICO
-ESTADISTICOS

-PLANTEAMIENTO DE LA
PROPUESTA
-ELABORACIÓN DEL INFORME DE LA
INVESTIGACIÓN

TIPO DE INVESTIGACIÓN

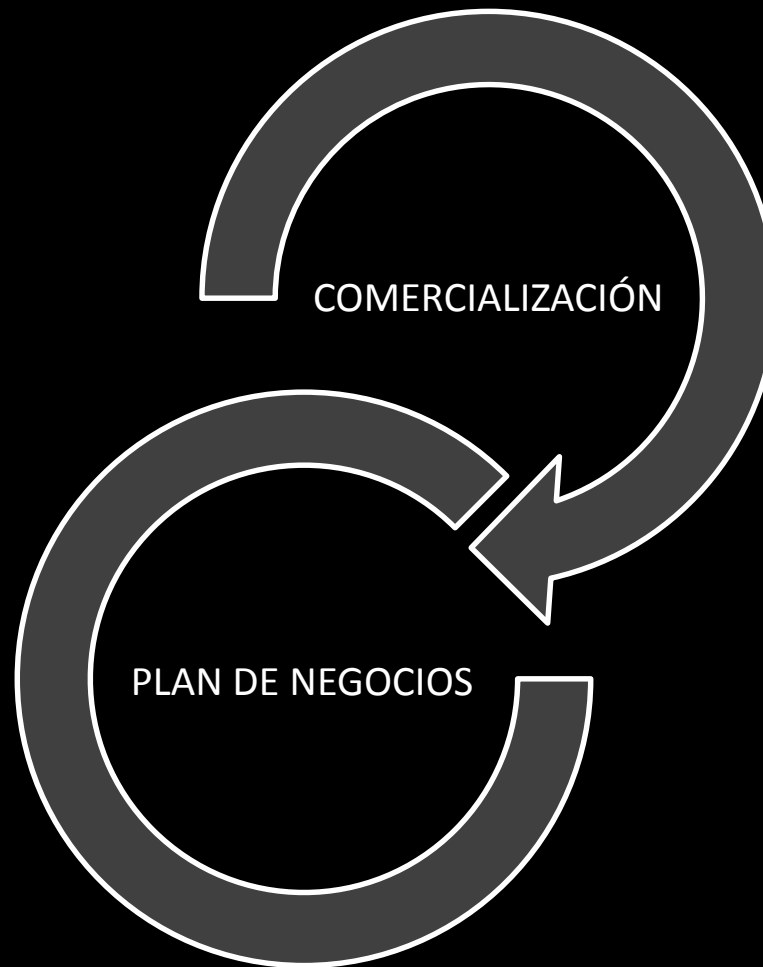


DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN





IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES.





POBLACIÓN/MUESTRA



POBLACION Nro. 1



10 A.P.A
128 miembros

POBLACION Nro. 2



Número de clientes potenciales 7.076
personas por categoría de ocupación x 4
integrantes promedio = 1.769 familias

n		?
N	Tamaño de la población	1.769
Z2	Nivel de confianza	95%
d2	Varianza	0,25
e2	Margen de error	0,05

$$n = \frac{N d^2 * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

$$n = 316$$

POBLACION Nro. 3



50 Comerciantes

Método
Teórico.

Inductivo
Deductivo
Analítico
Sintético

Método
Empírico.

Método
Estadístico.



CAPITULO IV

PRESENTACIÓN DE LOS DATOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO



ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES

ENCUESTAS APLICADAS A LOS COMERCIANTES

ENCUESTAS APLICADAS PRODUCTORES



DISCUSIÓN DE RESULTADOS



NO CUENTAN CON PROCESOS ADECUADOS QUE LES PERMITA LLEVAR ACABO SU GESTIÓN (COMERCIAL Y ESTRUC. ORGANIZATIVA)

EN LAS A.P.A. NO SE HA ESTABLECIDO UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, EN LA CUAL SE PUEDA IMPLEMENTAR PROCESO Y DELEGAR FUNCIONES

NO CONOCEN EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO LOCAL, (OF-DEM), SE COMERCIALIZA DE UNA MANERA EMPIRICA, CAUSANDO BAJOS INGRESOS ECONÓMICOS, EL PRODUCTO SOBRENTE SE DESTINA AL AUTOCONSUMO

LA OFERTA LOCAL DE PRODUCTOS LOCAL ES INSUFICIENTE PARA CUBRIR LA DEMANDA

LOS CONSUMIDORES POSEEN UNA TENDENCIA HACIA UNA ALIMENTACIÓN CADA VEZ MÁS SANA Y NUTRITIVA QUE LES PERMITA MEJORAR SU UNT. Y SALUD CREANDO UN NICHOS DE MERCADO

EXISTEN PROCESOS DE CAPACITACIÓN EN EL ÁREA PRODUCTIVA A TRAVÉS DE INIAP Y EL FEPP

UN LÍMITADO NÚMERO DE COMERCIANTES LOCALES EXPENDE EN PRODUCTOS ORGÁNICOS (PRECIO ALTO; TAMAÑO; BAJA OFERTA)

EN CASO DE INCREMENTARSE LA DEMANDA, ESTARÍAN DISPUESTOS A OBTENER MAYOR PRODUCTO

EL MERCADO LOCAL PREFEREN UNA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO AL NATURAL, YA QUE ESTA FACILITA LA MANIPULACIÓN, EXHIBICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



CONTRASTACIÓN DE LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN DEL PROBLEMA CON LOS RESULTADOS.



¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL?

- COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ES EMPÍRICO (FERIAS - (CONSUMIDOR FINAL Y POCOS CASOS A INTERMEDIARIOS), NO SE HAN DETERMINADO CANALES DE DISTRIBUCIÓN

¿CUÁL ES LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EXISTENTE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL?

- EXISTE BAJOS VOLÚMENES DE OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS LOCALES
- EXISTE UNA DEMANDA INSATISFECHA LO QUE GENERA DE UN NICHOS DE MERCADO

¿QUÉ DEBE CONTENER EL PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LA GESTIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL.

- ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, QUE PERMITA INCREMENTAR LOS NIVELES DE ASOCIATIVIDAD.
- PLAN DE COMERCIALIZACIÓN, EN DONDE SE PLANTEN ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EXPANDIR LA DEMANDA



CAPITULO V

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN



DESCRIPCIÓN

- Facilitar la gestión comercial Y Administrativa
- Ejecución de procesos
- Delegación de funciones

JUSTIFICACIÓN

- Las A.P.A .del cantón Montúfar, no cuentan con una adecuada gestión administrativa y comercial
- Desmotivación
- Bajos Niveles de Productividad

OBJETIVO

- Elaborar un plan de negocios que permita identificar, describir y mejorar los procesos administrativos y la gestión comercial de las asociaciones de productores orgánicos del cantón Montúfar, con la finalidad mejorar su competitividad.

BENEFICIARIOS



Productores



Asociaciones



Consumidores



DIRECTOS



Comerciantes



Proveedores de
Insumos Agrícolas



Compañías
de Transporte

INDIRECTOS



ESTUDIO DE MERCADO – MERCADO META



Mercado Meta

CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN	MERCADO META POR NÚMERO DE PERSONAS		MERCADO META POR NÚMERO DE FAMILIAS	
	MASCULINO	FEMENINO		
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	723	882	MMNF = $\frac{MMNP}{PIF}$	
Empleado/a u obrero/a privado	1414	808	MMNF = $\frac{7076}{4}$	
Patrono/a	263	133		
Cuenta propia	1824	1029		
Sub Total	4224	2852	MMNF = 1769	
TOTAL PERSONAS	7076		TOTAL FAMILIAS	1769



DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA



DEMANDA REAL POR	
NÚMERO DE FAMILIAS	NÚMERO DE COMERCIANTES
725	17

DEMANADA ANUAL POTENCIAL DE CONSUMIDORES	DEMANADA ANUAL POTENCIAL DE COMERCIANTES	DEMANDA ANUAL POTENCIAL TOTAL
179.904 kg	1.603.200 kg	1.766.112 kg



DETERMINACIÓN DE LA OFERTA



OFERTA TOTAL	
OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
49.500 klg	594.000 klg



DEMANDA INSATISFECHA



DEMENDA MENSUAL	OFERTA MENSUAL	DEMANDA INSATISFECHA
1766112 klg	49500 klg	1716612 klg



MEZCLA DE MARKETING - PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD



VARIABLE DE MARKETING	PROPUESTA
NOMBRE.	BIO - MONT
ESLOGAN.	“Sembrando calidad de vida...”
LOGOTIPO.	

MEDIO	CANTIDAD	LOGOS	RESULTADO
<p>Difusión en radio</p> <p>Radio Sky</p> <p>Radio Tropicana</p>	<p>10 cuñas diarias en horario rotativo. Por 12 meses</p> <p>10 cuñas diarias en horario rotativo. Los días sábados 4 cuñas en horario rotativo. Por 3 meses</p>		<p>Incentivar la demanda de productos a través de la difusión en medios radiales</p>
<p>Mensajes de texto a teléfonos celulares smart vía WhastsApp</p>	<p>1 mensaje semanal</p> <p>81600</p>		
<p>Portales Web (Instagram, Facebook y Twitter)</p>	<p>3</p>		



1. Logotipo empresarial.
2. Nombre del productor.
3. Código de barras

4. Peso neto
5. Lugar de origen.
6. Eslogan
7. Fecha de elaboración
8. Fecha de caducidad .

INCENTIVO	ESPECIFICACIONES	IMAGEN
<p>Presentación Al detal</p>	<p>Para esta presentación se utilizara fundas de polietileno bio degradable, en las se empacaran un solo tipo de producto, estos empaques poseerán las etiquetas informativas, en la cual se especificara la fecha de elaboración el lote, el peso y la fecha de caducidad las presentaciones serán 250, 500 y 1000 gramos.</p>	
<p>Presentación Mixta</p>	<p>Para esta presentación de acuerdo al tipo de producto se realizara, en empaque de fundas de polietileno bio degradable y malla de nylon, en las se empacaran varios tipo de producto, estos empaques poseerán las etiquetas informativas, en la cual se especificara la fecha de elaboración el lote, la fecha de caducidad y el peso las presentaciones serán 250, 500 y 1000 gramos.</p>	

INCENTIVO	ESPECIFICACIONES	IMAGEN
Presentación mayorista	<p>Para esta presentación de acuerdo al tipo de producto se realizara, en empaque de costales de polietileno o mallas de nylon, en las se empacaran varios un solo tipo de producto, estos empaques poseerán las etiquetas informativas, en la cual se especificara la fecha de elaboración el lote, el peso y la fecha de caducidad, las presentación será un quintal de 45 y 50 kilos .</p>	
Presentación al detallista natural	<p>Esta presentación permitirá la comercialización de una unidad o de grandes volúmenes de un mismo producto o varios productos, de acuerdo a las necesidades del consumidor, el precios será determinado en función al peso en kilogramos de la porción elegida por el consumidor</p>	

Canal de distribución múltiple detallista

Canal 1. Detallista de tres niveles.



Canal 2. Detallista de dos niveles.





MEZCLA DE MARKETING-PRECIO



		PRECIO		
		Alto	Medio	Bajo
CALIDAD DEL PRODUCTO	Alta	1. Estrategia de superior	2. Estrategia de valor alto	3. Estrategia de valor superior.
	Media	4. Estrategia de cobro en exceso	5. Estrategia de valor medio	6. Estrategia de valor bueno
	Baja	7. Estrategia de ganancia violenta	8. Estrategia de economía falsa	9. Estrategia de economía

La estrategia a utilizarse, **Estrategia de valor medio.**

ESTRATEGIA DE PRECIO PROMOCIONAL

Descuento del 20% para el canal de distribución número (mercados, tiendas y supermercados).

Descuento del 10% en canal de distribución número dos (consumidor final))



ESTUDIO TÉCNICO



TAMAÑO DEL PROYECTO

- 64 Hectáreas

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

- Macro = provincia del Carchi, cantón Montúfar
- Micro = ciudad de San Gabriel

UBICACIÓN DE LA PLANTA

- Calles Bolívar y Colón S/N (Oficinas punto de venta)



ESTUDIO FINANCIERO



INGRESO POR VENTAS AL AÑO

- 614.400,00 promedio

COSTO DE VENTAS

- 28.749,46

GASTOS

- 33.688,00

PROYECCIÓN DE VENTAS 3,50%

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
635.904,00	658.160,64	681.196,26	705.038,13	729.714,46

UTILIDAD NETA DEFLACTADA

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
351.067,04	363.354,39	376.071,79	389.234,30	402.857,50



ESTUDIO FINANCIERO



TASA DE RENDIMIENTO
MEDIO

- 13,23% Es superior a TRM del mercado de valores

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

- 65.783,38 Es superior a la Inversión

TASA INTERNA DE RETORNO
(TIR)

- 14,82% Es superior a la TRM lo cual hace viable al proyecto

TIEMPO DE RECUPERACIÓN
DE LA INVERSIÓN

- 2 Años 9 meses

ÍNDICE DE RENTABILIDAD
COSTO BENEFICIO

- 1,72 cada dólar de inversión se prevé un rendimiento de 1 dólares con 7,2 centavos.



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



RAZÓN SOCIAL

- BIO – MON

MARCO LEGAL

- ASOCIACIÓN
- Conformada por las 10 asociaciones

BASE FOLOSÓFICA

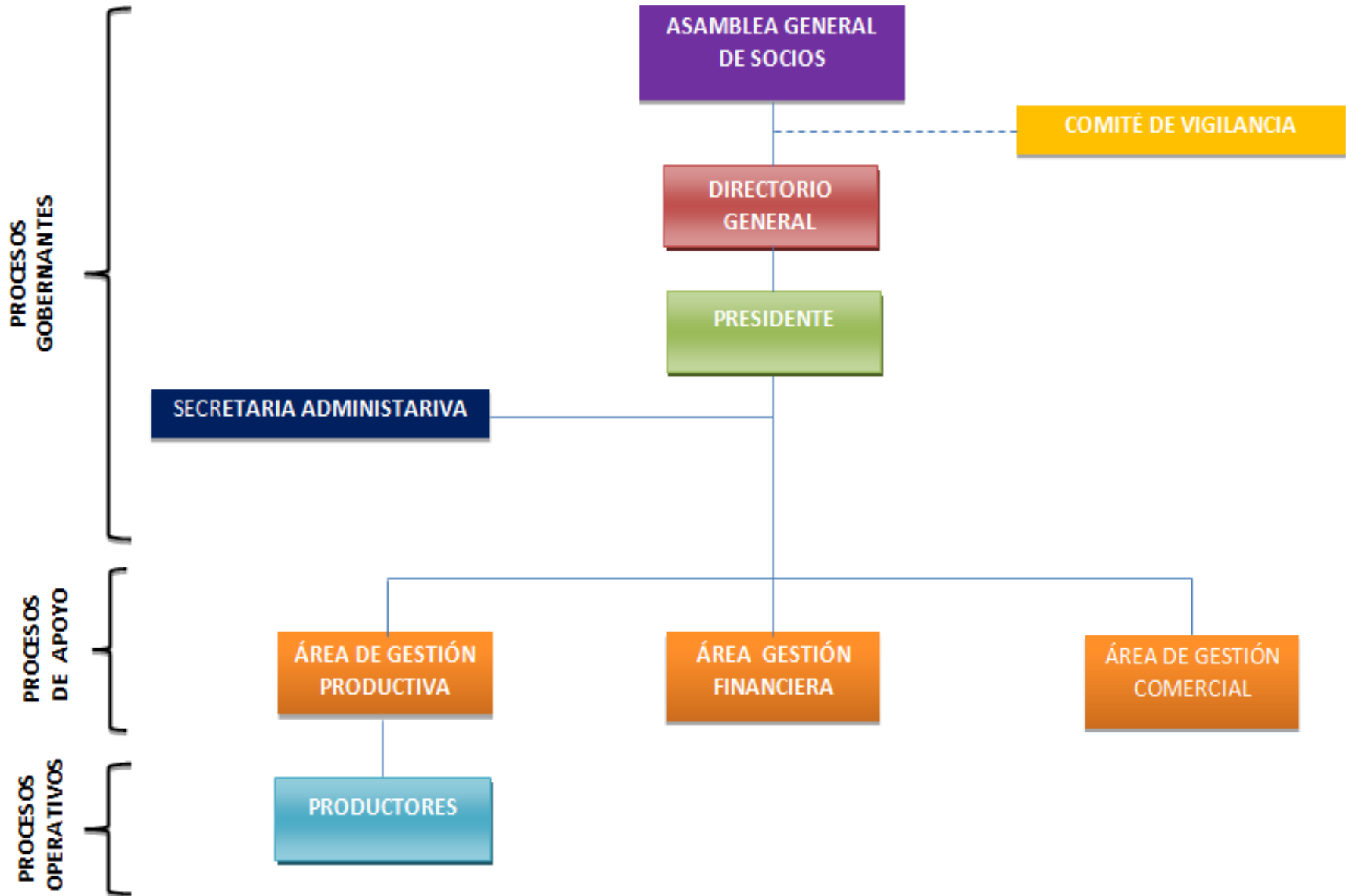
- **Misión**
- Producir y comercializar productos cultivados orgánicamente de excelente calidad, cuidando el medio ambiente, generando alternativas sanas de alimentación, aportando al mejoramiento nutricional de la población.

Visión

En el año 2020 consolidar una organización eficiente, rentable y competitiva con prestigio y reconocimiento, líder en el mercado de la producción orgánica local y provincial, aportando al desarrollo de la economía popular y solidaria de la zona norte del país.



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA





ORGÁNICO FUNCIONAL



Asamblea General de Socios: Todos los miembros de las A.P.O.

Comité de Vigilancia: Hacer cumplir Estatuto y el Reglamento interno.

Directorio: Aplicar las políticas y decisiones que han sido aprobadas por la Asamblea.

Presidencia: Representa legal, judicial y extrajudicialmente a la organización

Área de gestión financiera: Manejo financiero, contable de la organización



ORGÁNICO FUNCIONAL



Área de gestión productiva: Coordinación, planificación, organización, ejecución y control de los procesos productivos

Productores: En esta área se encuentran todos los miembros de las diez asociaciones

Área de gestión comercial: área encargada de implementar estrategias de comercialización y posicionamiento de los productos

Secretaría administrativa: Encargada del manejo documental institucional y la atención al cliente



CONTRASTACIÓN DE LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN DEL PROBLEMA CON LOS RESULTADOS.



¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL?

- PUNTOS DE VENTAS MÓVILES (FERIAS)
- A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS (MERCADOS, SUPERMERCADOS, Y TIENDAS) ZONA URBANA DE LA CIUDAD
- PUNTO DE VENTA FIJO IMPLEMENTADO POR LA ORGANIZACIÓN

¿CUÁL ES LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EXISTENTE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL?

- EXISTE UNA DEMANDA ACTUAL DE 238,99 QUINTALES AL MES DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS
- EXISTE UNA OFERTANDO ACTUAL 198 QUINTALES.
- DEMANDA INSATISFECHA 40,99 QUINTALES (45 KILOS)

¿QUÉ DEBE CONTENER EL PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LA GESTIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL.

- ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, QUE PERMITA INCREMENTAR LOS NIVELES DE ASOCIATIVIDAD.
- PLAN DE COMERCIALIZACIÓN, EN DONDE SE PLANTEN ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EXPANDIR LA DEMANDA, CAPTAR NUEVOS NICHOS DE MERCADO

COMPONENTES ACCIONES		COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS											AFECTACIONES POSITIVAS	AFECTACIONES NEGATIVAS	AGREGACIÓN DE IMPACTOS						
		PRODUCCIÓN						OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO													
		Preparación del terreno	Selección de semillas	Siembra	Riego	Abono, control de plagas	Cosecha	Limpieza y empaquetado	Trasporte del producto	Ingreso del producto	Almacenamiento	Actualización de inventario				Promoción (web, sms)	Percheo en el punto de venta	Distribución en punto de venta	Distribución por mayor	Comercialización al detal en ferias	
AMBIENTAL																					
ABIÓTICOS	SUELO	MORFOLOGÍA	-3	-5	-3	-4	-2											0	5	-64	
		DRENAJE	4	-1	-4			-1											0	4	-14
		CAPA ORGÁNICA	-5	-3	-2	-4	-3	-1	4										0	6	-46
	AGUA SUP	EROSIÓN	-5	-2	-2	3	2	3	2										0	4	-28
		ESTABILIDAD	-5		-4	-2	-2												0	5	-63
		CALIDAD FÍSICO-QUÍMICO	-3	5		3	4	3											0	5	-89
AIRE	CALIDAD	-7	7		-5	7	5	3	3									2	4	-133	
	RUIDO- VIBRACIONES	-3	6			8												0	4	-53	
BIÓTICOS	FLORA	VEGETACIÓN NATURAL	-7	-5	-4	-1	-2	-2										0	4	-128	
		AVES	7	5	3	3	2	5	5	5									0	4	-58
	FAUNA	MAMÍFEROS	-8	5	3		-6	-3	-3	-4									0	4	-101
		INSECTOS	-4	-5		-4	-4	-2	-2	-4									0	7	-108
			5	4		5	4	4	3	3	3										

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	IMPACTOS																TOTAL		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
CULTURA	APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO																	1	0	16
	PROCESOS																	2	0	200
COMERCIAL	GESTIÓN																	3	0	256
	COBERTURA																	1	0	0
EQUIDAD Y GÉNERO	COMPETITIVIDAD																	2	0	164
	CONDICIONES DE TRABAJO																	3	0	153
SALUD Y SEGURIDAD	MANO DE OBRA																	6		204
	ESTIMULOS Y RECONOCIMIENTO																	2	0	0
SALUD Y SEGURIDAD	POLÍTICAS SALARIALES																	1	0	0
	BIENES TAR. COMUNITARIO																	1	0	100
SALUD Y SEGURIDAD	AFECCIONES A LA SALUD																	3	0	220
	CONDICIONES SANTARIAS																	1	0	100
SALUD Y SEGURIDAD	POLUCIÓN AMBIENTAL																	0	2	-19
																		30	53	595
AFECCIONES POSITIVAS		1	1	0	1	0	0	0	2	3	3	3	1	1	4	1	7			
AFECCIONES NEGATIVAS		12	6	5	6	9	6	6	6	0	3	5	0	0	1	0	0			
AGREGACIÓN DE IMPACTOS		-270	-62	-57	-140	-67	-44	-92	13	192	80	111	36	64	225	6	600			595



CONCLUSIONES



- En base al diagnóstico se logró determinar que en cantón Montúfar existen diez asociaciones de productores agroecológicos conformadas por 218 miembros, estas poseen una inadecuada estructura organizacional ya que son manejadas empíricamente, esto ha generado bajos niveles de producción, desmotivación de sus miembros ya que todas venden a un único socio comercial, el que a su vez por la política pública vigente, se ha visto limitado en hacer adquisiciones de alimentos, lo que ha ocasionado que la producción que no logra ser comercializada se destina al auto consumo o a la alimentación de animales, generando malestar entre los productores.
- La propuesta del plan de negocios fue validada por los diez presidentes de las asociaciones de productores agroecológicos del cantón Montúfar, fue fortalecida a través de la aplicación del método de expertos, por lo cual se ha logrado determinar que las estrategias de comercialización descritas son acorde a la realidad del local, puesto que la implementación del punto de venta planteado en el mismo, ha permitido que a las asociaciones incrementen sus volúmenes de ventas de 9900 kilogramos mensuales, a 10197 kilogramos, lo que representa un incremento del 0,03%
- El análisis de impactos generados por el proyecto, fue validado con por los 128 productores miembros de las asociaciones, de estos se pudo determinar que el proyecto aporta positivamente el área socio económica, ya que se aporta a la dinamización de la economía local, a través de la generación de fuentes de empleo. En área ambiental el proyector aporta a la conservación de los suelos, se disminuirá la generación de residuos sólidos ya que serán reutilizados para la elaboración de como abono orgánico, se disminuirá el impacto de la generación de aguas residuales ya que se evitara el uso de agroquímicos



RECOMENDACIONES



- Se recomienda, mejorar que las asociaciones de productores agroecológicas del cantón Montúfar, mejoren su estructura organizacional con la finalidad mejorar los niveles de asociatividad, delegación de funciones, ejecución de procesos, poniendo énfasis en la gestión comercial, para dejar de depender de un solo cliente.
- Se recomienda invertir en el plan de negocios, siempre que los escenarios en los cuales se planteó el mismo se mantengan, ya que los indicadores financieros son alentadores y presentan un rendimiento superior a la tasa de rendimiento promedio de la bolsa de valores nacional y las estrategias planteadas, han iniciado a generar beneficios para los 128 productores.
- Se recomienda mitigar al máximo el impacto ambiental generado por la implementación del proyecto, a través de la re utilización de los desechos sólidos para la producción de abonos orgánico, lo que permitirá disminuir la contaminación de suelos, por olores y la disminución de niveles de contaminación de las aguas residuales.