



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TÍTULO:** “ANÁLISIS PARA REESTRUCTURAR ORGANIZACIONALMENTE EL  
CENTRO DE ACOPIO DE MARACUYÁ DEL SECTOR EL CHAGUE EN EL  
CANTÓN NARANJITO.”

**TUTOR:**

ING. ROBERTO CABEZAS CABEZAS

**AUTORES:** ALEXANDRA LILIANA ANDRADE SANTOS  
JANETH ROCÍO FERNÁNDEZ IDROVO

**MILAGRO, 2011**

**ECUADOR**

# ACEPTACIÓN DEL TUTOR

## ACEPTACIÓN DEL AUTOR

En mi calidad de tutor de Proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

### CERTIFICO:

Que he analizado el Proyecto de Grado con el Título “**Análisis para Reestructurar organizacionalmente el centro de acopio de maracuyá del sector El Chague en el Cantón Naranjito.**” Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el **Título de Licenciada en Gestión Empresarial.**

El problema de investigación se refiere a: ¿Cómo se logrará mejorar el centro de acopio de maracuyá en el sector El Chague del Cantón Naranjito?

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, mes de Julio del 2011.

---

Alexandra Liliana Andrade Santos  
C.I. 092256930-6

---

Janeth Rocío Fernández Idrovo  
C.I. 092266141-8

Tutor:

---

**Ing. Roberto Cabezas Cabezas**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el proyecto denominado **“Análisis para Reestructurar organizacionalmente el centro de acopio de maracuyá del sector El Chague en el Cantón Naranjito.”** Es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona al no ser el referenciado debidamente en el texto; parte de él o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro diploma de una institución nacional o extranjera.

Milagro, mes de Julio del 2011.

---

Alexandra Liliana Andrade Santos  
**CI.: 092256930-6**

---

Janeth Rocío Fernández Idrovo  
**CI.: 092266141-8**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**COMERCIALES**

**CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión Empresarial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| MEMORIA CIENTÍFICA..... | [ | ] |
| DEFENSA ORAL.....       | [ | ] |
| TOTAL.....              | [ | ] |
| EQUIVALENTE.....        | [ | ] |

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome, orientándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

A mi demás familia por el ánimo e incentivo brindado en los momentos más difíciles y a su vez por compartir mis alegrías y sin duda alguna dedico todo mi esfuerzo a mi preciosa hija, Melany Nicole por ser un pilar fundamental en mi vida, quien me incentiva día a día a seguir adelante de una forma destacada y sin desmayar con el fin de ser su mayor orgullo.

Dedico este trabajo de igual manera a los docentes quienes me han orientado en todo momento en la realización de este proyecto que enmarca el último escalón hacia un futuro en donde sea partícipe en el mejoramiento del proceso de enseñanza y aprendizaje.

JANETH FERNÁNDEZ IDROVO.

Autora

## DEDICATORIA

Quiero dedicar en primer lugar este proyecto de Tesis a Dios puesto que ha sido mi mayor fuente de inspiración gracias a sus bendiciones diarias y su ayuda me han permitido valorar la vida que me ha regalado, porque sin él no habría podido lograr este trabajo.

A mi hermosa familia que son el pilar fundamental en mi vida, Mami Inés, Mami Jenny, Papá Galo, Papá Jacinto, Tío Antonio, Tío Amado, Tío Alfredo, a mi hermana Teresa y no puede dejar a un lado dedicarle este esfuerzo a un hombre maravilloso que con su constancia, apoyo, confianza y paciencia ha permanecido junto a mí y es digno de reconocerte amor Juan Manuel Estrada gracias a todos por su apoyo constante en cada uno de los momentos difíciles que se presentaron a lo largo del camino y acompañarme en cada labor emprendida y ser siempre mis más fieles y fervientes hinchas por hacerme una persona de bien y apoyarme en mi carrera siempre.

A mis padres biológicos, por haberme dado la vida y en especial a un ser que amo y amaré con mi vida Alberto Andrade Maldonado gracias por sus sabios consejos y por haber estado a mi lado todos los días de tu vida y aun continuas guiándome desde el cielo Papito y sé que estas totalmente orgulloso de mi.

ALEXANDRA LILIANA ANDRADE SANTOS

Autora

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud, principalmente está dirigida a papito Dios por haberme dado la existencia y permitido llegar al final de mi carrera, a mi familia quienes me han apoyado y compartido las decisiones que he tomado a lo largo de mi formación profesional.

A nuestra casa de estudios por haberme dado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y cumplir este gran sueño.

A los docentes que me han acompañado durante el largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación como estudiante universitaria.

A todas y todos quienes de una u otra forma han colocado un granito de arena para el logro de este proyecto de tesis, agradezco de forma sincera su valiosa colaboración.

JANETH FERNÁNDEZ IDROVO.

Autora

## **AGRADECIMIENTO**

Cuando empecé a escribir este agradecimientos pensé que por descuido podía dejar a alguien importante fuera de la mención, por eso desde ya pido las disculpas correspondientes en caso de que suceda.

Antes que a todos quiero agradecer a Dios ya que sin él sería imposible dar un paso en nuestras vidas gracias por darme las fuerzas necesarias en los momentos en que más las necesité y bendecirme con la posibilidad de caminar a su lado durante toda mi vida.

También quiero agradecer a todos y cada uno de los maestros que con sus ahínco de enseñanzas estuvieron presentes en la prestigiosa Universidad en la que me he preparado y a lo largo de mi carrera gracias por el estima ya que con sus conocimientos impartidos pude enriquecer los míos y así de la mejor manera poder aplicarlos en la práctica de mi carrera profesional.

En especial a mi Tutor Profesor Roberto Cabezas, quien me orientó durante el tiempo que duró esta tesis.

¡Vamos que se puede!

No puedo dejar de agradecer a mis amigos (as) que estuvieron cerca de mi brindándome sus consejos, experiencias y ayuda desinteresada.

Gracias en general a todos los que han contribuido en mi preparación académica y han sembrado en mí la semilla que hoy está dando un buen fruto.

ALEXANDRA LILIANA ANDRADE SANTOS

Autora



## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.  
Rómulo Minchala Murillo.  
Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer nivel, cuyo tema fue “**Análisis para Reestructurar organizacionalmente el centro de acopio de maracuyá del sector El Chague en el Cantón Naranjito.**” Y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, mes de Julio del 2011.

---

Alexandra Liliana Andrade Santos  
**CI.: 092256930-6**

---

Janeth Rocío Fernández Idrovo  
**CI.: 092266141-8**

## ÍNDICE GENERAL

### A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

- i. Carátula o portada
- ii. Página de constancia de aprobación por el tutor
- iii. Página declaración de autoría de la investigación
- iv. Página de Certificación de la defensa (calificación)
- v. Página de dedicatoria
- vii. Página de agradecimiento
- ix. Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI
- x. Índice general
- xiii. Índice de cuadros
- xvi. Índice de gráficos
- xviii. Resumen
- xx. Abstract

### B.- TEXTO

Introducción

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>                              | <b>1</b>  |
| <b>1. EL PROBLEMA .....</b>                           | <b>2</b>  |
| <b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>           | <b>2</b>  |
| 1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN.....                           | 2         |
| 1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....                 | 5         |
| 1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....                  | 6         |
| 1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....               | 6         |
| 1.1.5 DETERMINACIÓN DEL TEMA .....                    | 6         |
| <b>1.2 OBJETIVOS.....</b>                             | <b>7</b>  |
| 1.2.1 OBJETIVOS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN .....     | 7         |
| 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN ..... | 7         |
| <b>1.3 JUSTIFICACIÓN .....</b>                        | <b>7</b>  |
| <b>2. MARCO REFERENCIAL .....</b>                     | <b>11</b> |
| <b>2.1 MARCO TEÓRICO.....</b>                         | <b>11</b> |
| 2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....                   | 11        |
| 2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES.....                 | 11        |

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| 2.2       | <b>MARCO CONCEPTUAL</b> .....   | 25        |
| 2.3       | <b>HIPÓTESIS Y VARIABLES</b> .....                                      | 29        |
| 2.3.1     | HIPÓTESIS GENERAL .....   | 29        |
| 2.3.2     | HIPÓTESIS PARTICULARES.....   | 29        |
| 2.3.3     | DECLARACIÓN DE VARIABLES .....  | 30        |
| 2.3.4     | OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....                               | 31        |
| <b>3.</b> | <b><u>MARCO METODOLÓGICO</u></b> .....                                  | <b>32</b> |
| 3.1       | <b>TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL</b> ..... | 32        |
| 3.2       | <b>LA POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....                                     | 33        |
| 3.2.1     | CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN .....                                   | 33        |
| 3.2.2     | DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....   | 33        |
| 3.2.3     | TIPO DE MUESTRA.....  | 34        |
| 3.2.4     | TAMAÑO DE LA MUESTRA.....   | 34        |
| 3.2.5     | PROCESO DE SELECCIÓN .....  | 35        |
| 3.3       | <b>LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS</b> .....                                 | 36        |
| 3.4       | <b>EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN</b> .....               | 38        |
| <b>4.</b> | <b><u>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</u></b> .....             | <b>39</b> |
| 4.1       | <b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b> .....                            | 39        |
| 4.2       | <b>ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS</b> .....  | 40        |
| 4.3       | <b>RESULTADOS</b> .....   | 42        |
| 4.4       | <b>VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS</b> .....                                  | 53        |
| <b>5.</b> | <b><u>PROPUESTA</u></b> .....   | <b>55</b> |
| 5.1       | <b>TEMA</b> .....   | 55        |
| 5.2       | <b>FUNDAMENTACIÓN</b> .....   | 55        |
| 5.3       | <b>JUSTIFICACIÓN</b> .....  | 58        |
| 5.4       | <b>OBJETIVOS</b> .....  | 58        |
| 5.4.1     | OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA .....                                  | 58        |
| 5.4.2     | OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA .....                             | 58        |
| 5.5       | <b>UBICACIÓN</b> .....  | 59        |
| 5.6       | <b>FACTIBILIDAD</b> .....   | 59        |
| 5.7       | <b>DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA</b> .....                                | 64        |
| 5.7.1     | ANÁLISIS FODA .....   | 65        |
| 5.7.2     | RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO.....                                      | 84        |
| 5.7.3     | IMPACTO.....  | 102       |
| 5.7.4     | CRONOGRAMA.....   | 103       |
| 5.7.5     | LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA .....                             | 105       |
|           | <b>CONCLUSIONES</b> .....   | 106       |
|           | <b>RECOMENDACIONES</b> .....  | 107       |
|           | <b>BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN</b> .....                              | 108       |
|           | <b>LINKOGRAFÍAS</b> .....   | 110       |
|           | <b>ANEXO 1</b> .....  | 111       |
|           | <b>ANEXO 2</b> .....  | 112       |
|           | <b>ANEXO 3</b> .....  | 113       |
|           | <b>ANEXO 4</b> .....  | 114       |
|           | <b>ANEXO 5</b> .....  | 119       |

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| <b>ANEXO 6</b> .....  | <b>120</b> |
| <b>ANEXO 7</b> .....  | <b>123</b> |
| <b>ANEXO 8</b> .....  | <b>124</b> |
| <b>ANEXO 9</b> .....  | <b>125</b> |
| <b>ANEXO 10</b> ..... | <b>127</b> |
| <b>ANEXO 11</b> ..... | <b>128</b> |
| <b>ANEXO 12</b> ..... | <b>129</b> |
| <b>ANEXO 13</b> ..... | <b>130</b> |
| <b>ANEXO 14</b> ..... | <b>131</b> |
| <b>ANEXO 15</b> ..... | <b>132</b> |
| <b>ANEXO 16</b> ..... | <b>134</b> |
| <b>ANEXO 17</b> ..... | <b>136</b> |
| <b>ANEXO 18</b> ..... | <b>138</b> |
| <b>ANEXO 19</b> ..... | <b>140</b> |
| <b>ANEXO 20</b> ..... | <b>142</b> |
| <b>ANEXO 21</b> ..... | <b>143</b> |
| <b>ANEXO 22</b> ..... | <b>144</b> |
| <b>ANEXO 23</b> ..... | <b>145</b> |
| <b>ANEXO 24</b> ..... | <b>146</b> |

## ÍNDICE DE CUADROS

|  |    |
|--|----|
| <b>Cuadro 1</b>                                |    |
| Variables de la investigación.....             | 30 |
| <b>Cuadro 2</b>                                |    |
| Variables e indicadores.....                   | 31 |
| <b>Cuadro 3</b>                                |    |
| Actividad agrícola por género.....             | 41 |
| <b>Cuadro 4</b>                                |    |
| Propuesta por agroindustria.....               | 42 |
| <b>Cuadro 5</b>                                |    |
| Cultivos por Hectáreas.....                    | 42 |
| <b>Cuadro 6</b>                                |    |
| Tiempo de actividad agrícola.....              | 44 |
| <b>Cuadro 7</b>                                |    |
| Mercado de compra.....                         | 45 |
| <b>Cuadro 8</b>                                |    |
| Nivel de cosecha de maracuyá.....              | 46 |
| <b>Cuadro 9</b>                                |    |
| Frecuencia de cosecha.....                     | 47 |
| <b>Cuadro 10</b>                               |    |
| Hectáreas cultivadas.....                      | 48 |
| <b>Cuadro 11</b>                               |    |
| Asociación a un centro de acopio.....          | 49 |
| <b>Cuadro 12</b>                               |    |
| Interés de vínculo a centro de acopio.....     | 50 |
| <b>Cuadro 13</b>                               |    |
| Propuestas de agroindustria.....               | 51 |
| <b>Cuadro 14</b>                               |    |
| Interés de comercialización materia prima..... | 52 |
| <b>Cuadro 15</b>                               |    |
| Análisis FODA.....                             | 67 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Cuadro 16</b>                                       |    |
| Análisis FOFADODA.....                                 | 68 |
| <b>Cuadro 17</b>                                       |    |
| Mapa de Relaciones.....                                | 70 |
| <b>Cuadro 18</b>                                       |    |
| Análisis de Entradas y Salidas.....                    | 71 |
| <b>Cuadro 19</b>                                       |    |
| Balance Score Card.....                                | 72 |
| <b>Cuadro 20</b>                                       |    |
| Cuadro de Mando Integral.....                          | 73 |
| <b>Cuadro 21</b>                                       |    |
| Talento humano.....                                    | 84 |
| <b>Cuadro 22</b>                                       |    |
| Recursos y medios de trabajo.....                      | 85 |
| <b>Cuadro 23</b>                                       |    |
| Recursos financieros.....                              | 85 |
| <b>Cuadro 24</b>                                       |    |
| Inversión Activos Fijos.....                           | 86 |
| <b>Cuadro 25</b>                                       |    |
| Estado de Pérdidas y Ganancias Anual.....              | 87 |
| <b>Cuadro 26</b>                                       |    |
| Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Mensual..... | 88 |
| <b>Cuadro 27</b>                                       |    |
| Balance General.....                                   | 89 |
| <b>Cuadro 28</b>                                       |    |
| Flujo de Caja Proyectado Anual.....                    | 90 |
| <b>Cuadro 29</b>                                       |    |
| Flujo de Caja Proyectado Mensual.....                  | 91 |
| <b>Cuadro 30</b>                                       |    |
| Razones Financieras.....                               | 94 |
| <b>Cuadro 31</b>                                       |    |
| Presupuesto Ingreso por Ventas Mensual y Anual.....    | 98 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| <b>Cuadro 32</b>           |    |
| Presupuesto de Costos..... | 99 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| <b>Cuadro 33</b>           |     |
| Presupuesto de Gastos..... | 101 |

|                  |     |
|------------------|-----|
| <b>Cuadro 34</b> |     |
| Cronograma.....  | 104 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1</b>                                |    |
| El Maracuyá.....                               | 12 |
| <b>Figura 2</b>                                |    |
| Características del Maracuyá.....              | 21 |
| <b>Figura 3</b>                                |    |
| Actividad agrícola por género.....             | 41 |
| <b>Figura 4</b>                                |    |
| Tiempo de actividad agrícola.....              | 44 |
| <b>Figura 5</b>                                |    |
| Mercado de compra.....                         | 45 |
| <b>Figura 6</b>                                |    |
| Nivel de cosecha de maracuyá.....              | 46 |
| <b>Figura 7</b>                                |    |
| Frecuencia de cosecha.....                     | 47 |
| <b>Cuadro 8</b>                                |    |
| Hectáreas cultivadas.....                      | 48 |
| <b>Figura 9</b>                                |    |
| Asociación a un centro de acopio.....          | 49 |
| <b>Figura 10</b>                               |    |
| Interés de vínculo a centro de acopio.....     | 50 |
| <b>Figura 11</b>                               |    |
| Propuestas de agroindustria.....               | 51 |
| <b>Figura 12</b>                               |    |
| Interés de comercialización materia prima..... | 52 |
| <b>Figura 13</b>                               |    |
| Mapa de Naranjito.....                         | 59 |
| <b>Figura 14</b>                               |    |
| Cinco fuerzas de Porter.....                   | 75 |
| <b>Figura 15</b>                               |    |
| Las 5 P del Marketing.....                     | 78 |



|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 16</b>                        |    |
| Logotipo.....                           | 79 |
| <b>Figura 17</b>                        |    |
| Centro de Acopio.....                   | 80 |
| <b>Figura 18</b>                        |    |
| Esquema Ciclo de vida del proyecto..... | 82 |

## RESUMEN

El presente proyecto se refiere a una planificación estratégica para orientar y capacitar a los agricultores de maracuyá del sector El Chague para aprovechar todos y cada uno de los recursos con los que cuentan para obtener una cosecha productiva de dicha fruta, y a su vez incrementar sus beneficios económicos dando como resultado un mejoramiento en el estilo de vida de los mismos, al comercializar directamente con la agroindustria.

El proyecto está dividido en cinco capítulos:

En el primer capítulo se establece la problemática del mismo, las subcausas dando origen al planteamiento del problema que es el siguiente:

- Determinación de objetivos que posteriormente permitirán establecer hipótesis.

En el capítulo número dos corresponde al marco teórico dividido en:

- Fundamentación científica y
- Fundamentación legal.

En la Fundamentación científica se deja constancia de todo lo relacionado con este tipo de planificaciones estratégicas y los pasos que se tienen que seguir, mientras que en la Fundamentación legal se establecen todos los requisitos reglamentarios que requiere en el diseño de un Plan Estratégico siendo su principal estrategia un Centro de Acopio.

En el capítulo tres se describe la metodología que se ha utilizado junto con las técnicas y establecimiento del universo del sector El Chague que permitirá posteriormente aplicar técnicas de investigación como son las encuestas.

En el capítulo cuatro se realiza un estudio profundo de todas las tabulaciones que corresponden al levantamiento de datos de las encuestas para proceder hacer la verificación de hipótesis las cuales resultaron positivas que nos permiten dar inicio al establecimiento de la propuesta en el capítulo cinco la cual es un soporte fundamental para el desenvolvimiento adecuado de las actividades en función del maracuyá.

## **ABSTRACT**

This project involves strategic planning to guide and train farmers passion fruit sector to take advantage of Chagas every resource at their disposal for a productive harvest of the fruit, and in turn increase profits resulting economic improvement in lifestyle for themselves, to market directly to agribusiness.

The project is divided into five chapters:

In the first chapter sets the problem of the same, the sub-causes giving rise to approach the problem is:

- Determination of objectives that allow hypothesis generation later.

Chapter number two corresponds to the theoretical framework divided into:

- Scientific research and
- Legal Basis.

Scientific research on places on record everything related to this type of strategic planning and the steps that must be followed, while the legal Groundwork down all regulatory requirements required in the design of a Strategic Plan and its main Collection Strategy Center.

In Chapter Three describes the methodology that was used along with techniques and establishment of sector universe allowing Chagas then apply investigative techniques such as surveys.

In chapter four is made a thorough study of all the tabs that correspond to the lifting of survey data to proceed to the testing of hypotheses which were positive that allow us to begin implementing the proposal in chapter five which is fundamental support for the proper development of the activities in terms of passion.

## **INTRODUCCIÓN.**

La agricultura es una actividad tradicional en el Sector El Chague y con el paso de los años ha sido un pilar fundamental para la alimentación de la sociedad y a su vez una fuente de ingresos, mediante ejecución de técnicas y procesos tales como: la preparación del terreno, siembra, abono y mantenimiento, cosecha, distribución y comercialización de la fruta como es el maracuyá.

El sector El Chague se encuentra localizado en el cantón Naranjito siendo esta una zona agrícola que se caracteriza por el cultivo de maracuyá sin embargo los agricultores enfrentan problemáticas que están relacionadas con el cultivo de la producción sino con la comercialización de la fruta (maracuyá).

Nosotras como futuras profesionales creemos que nuestra responsabilidad social consiste en poner nuestro conocimiento en beneficio de las problemáticas que inciden dentro del contexto; por lo tanto se ha establecido el diseño de una planificación estratégica que marcará el lineamiento para potenciar la comercialización del maracuyá, tratando de disminuir el número de intermediarios y así el agricultor pueda obtener una mejor rentabilidad. Para ello se ha efectuado un estudio determinando cuales son las principales problemáticas del sector los mismos que se encuentran determinadas en el capítulo uno. Se ha dado paso a las estrategias que están básicamente determinadas en relación al FOFADODA.

Se ha efectuado un análisis financiero de costo-beneficio que podría tener este diseño de planificación positivo, demostrando la rentabilidad que este plan lo pondrá a disposición de los agricultores del sector de El Chague para que ellos posteriormente tomen la decisión de implementarlo.

La Agroindustria interesada en realizar la comercialización de la fruta con el Centro de acopio Chague S.A. son las siguientes:

- AGPASA
- ECUAPLANTACION
- EXOFRUT
- FRUTA DE LA PASION

# **CAPÍTULO I**

## **EI PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

A lo largo de los años la evolución en las actividades de trabajo han ido cambiando en gran escala, cada persona hace uso de la agricultura según sus necesidades propias. Si bien es cierta una actividad de gran empleo hace muchos años atrás es la agricultura siendo esta de gran ayuda para propietarios de tierras y demás personas con conocimiento de esta importante actividad la agricultura.

En la actualidad aún existe gran parte de esta actividad, que se desarrolla principalmente en lugares apartados de la ciudad siendo esta la zona rural, teniendo aspectos y formas necesarias, para poder desarrollar sus actividades cotidianas y poder cubrir con todas sus requerimientos diarios que de acuerdo al mundo globalizado actual las exigencias crecen y se necesita de esfuerzos cada vez más para alcanzar objetivos planteados.

Es por ello que en partes específicas del Cantón Naranjito Sector El Chague, existe un desinterés por parte de los agricultores puesto que no cuentan con el debido asesoramiento en lo que respecta en sus actividades agrícolas para un mejor desarrollo, ya que al no conocer estrategias de formas de organización propias por el medio su eficiencia, en esa labor va a verse influenciada debido a que carecen de estos medios que no se encuentran a su alcance o que no pueden concretarse debido a que desconocen en gran parte sobre la asociación y trabajo mancomunado con la agroindustria y por ende no pueden acudir a un lugar adecuado que les

permita desarrollarse en un manera posible, una gran ayuda para todo esto sería que se aplique un planteamiento de estrategias que ayude en el en desarrollo de todas sus actividades para así poder mejorar su calidad de vida y producción e ingresos.

En nuestro País, especialmente la fruta no tradicional como el maracuyá, presenta un resultado poco alentador de la misma manera en el Cantón Naranjito Sector El Chague existe una inconformidad de los ingresos económicos por la interacción comercial que realizan con los intermediarios.

La fruticultura en los próximos años será el eje de reconversión del sector agroalimentario líder por su notable contribución a la creación de empleo e ingresos y a la modernización empresarial del sector agrícola, siempre que supere los obstáculos de planeación de la producción con una solución integral de las problemáticas de calidad, transformación tecnológica y control de costos.

La situación del área rural en el Ecuador es muy difícil. La pobreza, las necesidades insatisfechas y el analfabetismo se vuelven más dramáticos que en el sector urbano. La escasa organización laboral por parte de los agricultores de maracuyá en el Sector El Chague es motivo suficiente para la intervención y aprovechamiento por parte de los intermediarios que son los mayores captadores de los beneficios económicos de los agricultores de dicha fruta.

Ecuador es un país rico en fruticultura, cuenta con una Riqueza Potencial de Recursos Naturales, con condiciones climáticas benignas, productos agrícolas, abundante agua, buena calidad de suelo, para una adecuada explotación agropecuaria siendo válida para lograr exportar a diferentes países del Mundo Consumidor, sin embargo no se está aprovechando el maracuyá para incrementar o mejorar nuestra Balanza Comercial; además debido a que los productores nacionales desconocen que estos productos deben ser previamente preparados o transformados para poderlos vender al exterior.

Al aprovechar nuestros recursos estaremos beneficiando al País, ofreciéndoles la oportunidad a los agricultores de incrementar sus cultivos y así mejorar sus ingresos económicos.

El maracuyá presenta grandes oportunidades en el ámbito agroindustrial, lo cual debe aprovecharse estableciendo estrategias que permitan mejorar el centro de acopio que ayuden a los agricultores y los impulsen a llegar a la agroindustria donde puedan desarrollarse y encaminarse a mejorar sus ingresos.

El presente estudio constituye una herramienta importante para los agricultores que se dedican al cultivo de maracuyá puesto que la agricultura es una alternativa válida para mantener la diversificación de la producción y de las fuentes de ingresos. Sin embargo, es mínima la información de respaldo, que se les da a los pequeños agricultores especialmente en relación con los impactos generados por la alternativa de producción en grupos.

La población rural pobre depende de la agricultura, pecuario, silvícola, agroindustria, agro comercio, agroforestal, agroturismo, y agro artesanal y de otras actividades relacionadas.

Naranjito es una ciudad netamente agrícola donde se cosechan frutas tales como: maracuyá, piñas, naranjas, papayas, guayabas, mangos, melones, etc.

En el mercado nacional e internacional se considera una actividad rentable puesto que la maracuyá es una fruta apetecible y las personas la consumen en un gran porcentaje logrando así que la demanda se incremente cada día a nivel mundial.

Ecuador es privilegiado por su clima tropical, ya que permite que exista una cosecha de Maracuyá ininterrumpida durante todo el año, convirtiéndose así en uno de los más grandes productores mundiales de esta fruta.

La problemática de no aprovechar el maracuyá se debe a las siguientes causas:



El inadecuado manejo del centro de acopio en la zona de El Chague afecta al aprovechamiento de oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional, como resultado de la escasa organización que tienen los agricultores de este sector del Cantón Naranjito.

Los agricultores del Sector El Chague se caracterizan por poseer un escaso capital y poca preparación en adecuación, factor que ha incidido en el diseño e implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de sus actividades.

Los escasos conocimientos para mejorar el centro de acopio y fortalecer actividades de negociación con la agroindustria está deteniendo el progreso económico de los agricultores del sector de El Chague.

La ausencia de organización de los productores de maracuyá del sector El Chague ha incidido en los bajos niveles de producción de esta fruta, corriendo el riesgo de llegar a situaciones de alto de discontinuidad de este tipo de cultivo.

**Pronóstico:**

Al no generarse actividades o estrategias que permitan organizar a los agricultores de maracuyá, el nivel de comercialización de dichas frutas va a disminuir en lugar de incrementar, a tal punto que ocasione problemas en la economía del centro de acopio del sector El Chague.

**Control del Pronóstico:**

Es necesario que se realice una reestructuración administrativa y operativa dentro de la cual se contemple agremiar a los agricultores de maracuyá del sector el Chague Cantón Naranjito.

**1.1.2 Delimitación del problema**

Este proyecto de Investigación se llevara a cabo en el País de Ecuador específicamente en la Región Costa, el sector al que corresponde este proyecto es el de Comercialización ubicado en El Cantón Naranjito Sector El Chague cuenta con

una extensión de 10.000 mt<sup>2</sup> aproximadamente de Hectáreas con un número de 88 familias de agricultores de los cuales 46 se dedican exclusivamente a la siembra y cosecha de maracuyá los 42 restantes se dedican al cultivo de otras frutas.

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Cómo se logrará mejorar el centro de acopio de maracuyá en el sector El Chague del Cantón Naranjito?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

¿Cómo afecta la ausencia de conocimientos para organizar centros de acopio en la zona de El Chague al aprovechamiento de oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional?

¿De qué forma el escaso capital de los agricultores Naranjiteños afecta al diseño e implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de sus actividades?

¿Qué repercusión tiene el escaso conocimiento sobre emprendimientos organizacionales en el desarrollo de actividades de negociación con la agroindustria?

¿De qué forma mejorará el nivel de producción de maracuyá del sector El Chague con la organización de los agricultores, a través del centro de acopio?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Análisis para reestructurar organizacionalmente el centro de acopio de maracuyá del sector El Chague en el Cantón Naranjito.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivos General de la Investigación**

- Realizar un análisis de factibilidad que permita mejorar el funcionamiento del centro de acopio, valiéndonos de las herramientas estadísticas más idóneas con el fin de ayudar a los agricultores a afianzarse con la agroindustria nacional.

### **1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación**

- Determinar la forma en que la ausencia de conocimientos para organizar el centro de acopio en la zona de El Chague afecta al aprovechamiento de oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional.
- Establecer como el escaso capital de los agricultores Naranjiteños afecta al diseño e implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de sus actividades.
- Analizar la repercusión que tiene el escaso conocimiento sobre emprendimientos organizacionales en el desarrollo de actividades de negociación con la agroindustria.
- Establecer de qué forma mejorará el nivel de producción de maracuyá del sector El Chague con la organización de los agricultores, a través del centro de acopio.

Cómo:

- Definiendo los procedimientos de negociación de la fruta.
- Determinando los clientes empresariales para la comercialización de la fruta-maracuyá.
- Desarrollando Estrategias de Marketing Mix.

## **Aplicando correctivos**

- Mejorar la organización del Centro de Acopio.
- Responsabilidad y Eficiencia.
- Adaptarse a cambios Tecnológicos y Administrativos.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El siguiente proyecto investigativo tiene como objetivo principal conocer más a fondo sobre las necesidades que carecen los actuales dueños de tierras destinados para poder realizar su producción agrícola.

Todos los procesos que siguen, formas de comercialización, cultivo, tiempo de cosecha, materiales que utilizan, parte humana requerida para la actividad agrícola, en fin tomar en cuenta todos estos aspectos concretos que van a ser de gran importancia para tratar de encontrar soluciones acertadas a esta problemática, con la organización del Centro de Acopio que permita brindar una ayuda complementaria en cada uno de los procesos agrícolas que realizan los agricultores, asesorándolos en todo aspecto para que puedan de alguna forma maximizar recursos, e incrementar ingresos monetarios.

Todo esto se lo realizará mediante la aplicación de conceptos básicos aprendidos a lo largo del año, complementado con investigaciones propias y avanzadas que permitan desarrollarnos una idea más clara, de cada una de las actividades que realizan los agricultores de este sector, además de los conceptos claros y concretos sobre planificación estratégica, formas de organización y más puntos clave que nos permitan desarrollar una forma de ayuda más clara a este importante sector agrícola, las aplicaciones de técnicas adecuadas van a ser adaptadas a este proceso investigativo.

Así pues, las técnicas a utilizar deben ser las más acertadas ya que nos permitirá alcanzar objetivos planteados anteriormente. Una de éstas técnicas es la encuesta que nos ayudará a obtener información relevante sobre el problema.

Aprovechando el desconocimiento de liderar un medio, centro, o tipo de Empresa que brinde ayuda al sector agrícola, es clave para intentar incursionar en este medio complejo pero importante para brindar la ayuda necesaria para mejorar los procesos y la organización que requieren dichos agricultores en el sector, en nuevas formas de cultivo, nuevas formas para obtener una mejor cosecha, uso de elementos adecuados para mejorar su producción, maquinaria o herramientas necesarias, nuevas formas de comercialización para distribuir sus productos en el medio local o exterior; en fin con todo esto y más para así poder mejorar su estándar de vida, ya que una actividad como la que realizan los agricultores no es valorada ya que requiere de mucha dedicación y sacrificio, pero en la actualidad se obtiene ingresos monetarios de muy bajos niveles, es por ello que se pretende mejorar este sector agrícola, el cual merece brindarle una mayor atención y compromiso para que se desarrolle y crezca positivamente de una mejor manera, ya que en la actualidad no existen medios que se preocupen o deseen ayudar, sino más bien aprovecharse del poco conocimiento científico o la inocencia por parte de estas personas humildes como son los agricultores, generado por que carecen de educación avanzada y este factor influye en ciertas personas malintencionadas para aprovecharse de estas situaciones, difícil de describir pero es la realidad actual que se vive en este sector. Todos estos factores son los que nos lleva a analizar y a despertar en nosotros la necesidad de incursionar en este medio para tratar de solventar y ayudar a mejorar el Centro de Acopio que permitan disminuir y solventar cada una de estas mencionadas actividades en el sector agrícola del Cantón Naranjito sector El Chague.

Ecuador cuenta con un gran potencial físico natural en materia de clima, suelo, agua, vegetación y recursos naturales, que le proporciona ventajas comparativas y lo hacen apto para la producción agrícola, por ende posee ventajas competitivas para la producción del maracuyá, convirtiéndolo en uno de los más grandes productores mundiales de dicha fruta. De hecho, el privilegiado clima tropical que tiene nuestro país Ecuatoriano permite que exista una cosecha constante durante todo el año.

El cultivo de esta fruta en nuestro país se encuentra localizado en la franja costera, específicamente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y Santo Domingo de los Tsáchilas.

El maracuyá es una fruta exótica de fácil cosecha y es sumamente apetecible y demandada en mercados extranjeros, pero sin embargo no ha tenido el apoyo necesario que incentive a los agricultores de El Chague a organizarse debidamente y adquirir nuevos conocimientos con relación a la agroindustria.

Algunas de las causas por las que no se aprovechan las oportunidades de mercado es por desconocimiento; al igual en no estar altamente capacitados y emprender iniciativas de participación en mercados atractivos de la agroindustria y tener en cuenta también que los agricultores aunque no cuenten con mucho capital pueden los microempresarios agricultores o los productores agrícolas realizar préstamos para obtener capital para contratar a expertos en Diseños de Planes Estratégicos que les permitan lograr bases y estén totalmente preparados para la competencia, ya que esto le permite ver la diferenciación de los precios y los lleva a conocer diferentes proveedores de la agroindustria.

Esta fruta además de su fácil preparación y disponibilidad en el hogar, es un producto 100% natural, rendidor, rico en vitaminas y nutrientes que ayudan a conservar la buena salud de los consumidores.

El presente proyecto pretende dar solución a los problemas de los agricultores de maracuyá, los mismos que podrían incrementar niveles de rentabilidad y lograr vender este producto directamente a la agroindustria a través de un centro de acopio que pueda asumir las tareas de ventas directas y obtener mejores beneficios de tal manera esta sería una forma de contribuir y así dar un cambio positivo con lo que respecta a los incrementos de cultivos y a su vez al desarrollo de la sociedad del sector El Chague .

## **CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.1 Antecedentes históricos**

La historia del comercio del maracuyá es reciente, a pesar de que el jugo ha sido conocido desde hace mucho tiempo el cultivo de esta fruta no permitió obtener excedentes exportables antes de los años 60 y por ello el consumo se quedó limitado a las regiones productoras, además de que no existía la tecnología.

La situación cambió con el crecimiento del turismo a países de zonas tropicales y subtropicales. Los europeos, sobre todos los alemanes, conocieron bebidas y refrescos tropicales. La atracción por lo nuevo, lo exótico, lo diferente, ha ido en aumento hasta hoy en día.

Cuando un alimento tiene características nutricionales positivas y va acompañado por una imagen de “es bueno para ti” tiene posibilidades casi ilimitadas de ser aceptado.

Motivados por el creciente interés por el consumo de productos tropicales o exóticos, algunas compañías embotelladoras de Europa buscaron diversificar su gama de productos a partir de los años 60. Este fue el caso de los jugos de frutas exóticas como del mango, la guayaba, tamarindo, y el maracuyá.

Ecuador es un país que recientemente ha iniciado su participación en el mercado mundial. A pesar de la caída de los precios internacionales en 1993 y 1994, Ecuador continuó produciendo y procesando jugo de maracuyá en volúmenes importantes.

Una política firme de apoyo a la producción de cultivos alternativos, por parte de las industrias nacionales y de organismos gubernamentales, permitió que para 1993 hubiera una superficie de 3,500 ha (con una producción de 49,000 t) y que a finales de 1995 fuera el único abastecedor del mercado mundial, exportando a EUA, Europa, Chile, Argentina e inclusive a Brasil.

Un aspecto importante es que el desarrollo positivo de la demanda interna y externa ha propiciado la mejora de las técnicas de cultivo y los rendimientos unitarios y por ello las industrias proporcionan asistencia técnica y apoyo crediticio a los productores para poder obtener fruta de calidad acorde a las necesidades. El rendimiento promedio de maracuyá en Ecuador es de 14 t/ha.

**Gráfico 1.**  
El Maracuyá



Fuente: [www.lahora.com.ec](http://www.lahora.com.ec)

### **Origen de la Administración**

La administración cuyo origen se remonta hasta la época primitiva; pues esta se da como una actividad práctica desde cuando el hombre une sus esfuerzos para alcanzar objetivos comunes ante la imposibilidad de vivir aislado por la naturaleza misma.

Primeramente se asocia para que con esfuerzos comunes se satisfagan necesidades del grupo en que se reúne, las diferentes organizaciones de esta



época, como fueron en proceso de evolución la horda, la tribu, el clan, matriarcado y patriarcado; con esto, la administración sienta sus bases de actividad organizativa durante la división del trabajo, durante las primeras y rudimentarias actividades organizadas como la caza, pesca y recolección de frutos, analizando de estas las formas de como quizá la persona responsable del grupo organizaba a las demás y los recursos con que se contaba.

Como ejemplo podemos analizar vestigios de la prehistoria en las actividades de la caza, y nos encontramos con una técnica utilizada, denominada de "arrastre" que consistía en asustar a los enormes mamuts arrojándoles piedras, emitiendo gritos para dirigirlos hacia un precipicio profundo para que muriesen al despeñarse lo cual indica antecedentes auténticos de organización de empleo de esfuerzo común para alcanzar un objetivo determinado con fines preestablecidos.

Así podemos darnos cuenta que la administración como proceso de desarrollo lógico y la necesidad de organización se da en todos los tiempos como actividad; pero su avance se dio después de la segunda guerra mundial, se considera que la tardanza en la evolución de esta ciencia se debe a varios aspectos: primeramente a que en los primeros tiempos se consideraban los negocios como poco apreciados y se decía que era una ocupación degradante.

Inclusive Aristóteles mencionaba que la compra-venta es una forma no natural de prosperar y por lo tanto los negocios eran considerados por la gente educada, como una ocupación ignominiosa.

La administración adquirió auge en la depresión de 1929, cuando fue necesario implementar mecanismos que permitieran utilizar eficientemente los recursos con que se contaban, también despertó el interés en los programas espaciales y de defensa para obtener producción a costo mínimo en materiales y mano de obra.

En la actualidad la administración es considerada como la herramienta principal para lograr el éxito de las organizaciones en las condiciones que imperan de competencia a nivel mundial de los mercados.

### **2.1.2 Antecedentes referenciales**

En el sector El Chague existe un centro de acopio para reunir la producción de la maracuyá de los pequeños productores, por tal motivo los principales beneficiarios son los intermediarios quienes son los que se dedican a comprar a los pequeños productores de maracuyá a bajo costos para así direccionar dicha fruta a la agroindustria.

Los agricultores de maracuyá en el sector El Chague desconocen de los beneficios que brinda la agroindustria puesto que al no realizar las negociaciones directas a grandes volúmenes de producción los agricultores se ven afectados en sus ingresos económicos, lo cual es posible mejorar y llevarlo a cabo mediante una mejor organización del centro de acopio, el mismo que permite compensar económicamente a todos los agricultores de maracuyá por igual.

Sin embargo, pese al desconocimiento en el sector El Chague de los centros de acopio si existen en sectores aledaños a este, tal es el caso de Matilde Esther, Inés María, El rosario, San Francisco, La Playita entre otros que gozan de todos los beneficios por parte de la agroindustria sin intervención de los intermediarios.

El fin de la idea de mejorar el centro de acopio en el sector El Chague es organizar a los pequeños agricultores y a su vez disciplinarlos a mejorar su producción dando como resultado relaciones comerciales bilaterales entre la agroindustria y el grupo organizado de agricultores de maracuyá representados por el centro de acopio y a la misma vez incentivarlos mediante la notable mejora de su remuneración por la nula intervención de terceros (intermediarios) y a su vez ayuda a hacer más productiva a la agroindustria, manejándose bajo políticas de ganar – ganar.

## **Fundamentación**

### **Fundamentación Filosófica**

Ecuador es un País importante con una gran cantidad de recursos naturales y agrícolas considerando que netamente tiene mucha variedad de frutas y alimentos con buena calidad, pero lamentablemente los agricultores se sienten afectados e incluso perjudicados debido a la pequeña remuneración que reciben por sus cultivos y esfuerzos laborales que estos demandan; por tal motivo se sienten desmotivados en organizarse entre ellos para invertir en más hectáreas de sembríos de maracuyá utilizando sus productos para consumo propio desaprovechando oportunidades de comercialización directa con la agroindustria, siendo esto posible mediante el trabajo organizado de los agricultores y la implementación de un centro de acopio de maracuyá, es muy importante que al crearse estrategias con relación a la agroindustria se haga un análisis en los requerimientos legales que existen en la agroindustria, los requerimiento por parte de los dirigentes , cual es la forma de cómo los productos pueden introducirse en dichos mercados agroindustriales y sobre todo determinar las diferentes culturas para organizar a los productores agrícolas.

Además otro punto importante es de aprovechar y explotar los recursos naturales con los que cuenta nuestro país en especial en El Chague debido a que es un sector agrícola pero que lamentablemente no se ha sabido explotar adecuadamente la agricultura de este Sector pese ya que cuenta con ventajas competitivas notables a nivel de otros sectores tales como: el suelo, clima, recursos entre otros aspectos importantes.

Los centros de acopio cumplen con reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados a más de facilitar el ingreso a la agroindustria mediante alianzas y así obtener mayores beneficios económicos evadiendo a terceros (intermediarios).

Su función principal es: Concentrar la producción, eventualmente seleccionarla y empacarla para enviarla al mercado agroindustrial.

Si bien son ciertos los centros de acopio son de suma importancia debido a que promueve actividades comerciales y de inversión en el sector agroindustrial.

Además es de suma importancia aprovechar y explotar los recursos naturales con los que cuenta nuestro país, en especial Naranjito debido a que es una ciudad agrícola pero que lamentablemente no se ha sabido explotar adecuadamente ya que la mayoría de productos que se cosechan son empleados o destinados para el consumo interno desaprovechando grandes oportunidades directamente con la agroindustria.

A pesar que el maracuyá es un cultivo joven a nivel mundial, por lo que su producción es dispersa y su demanda muy alta para la fruta en fresco, ha impulsado a que se desarrolle una industria intermedia que ha sabido aprovechar el potencial de estas fruta, ofreciendo una diversidad de productos transformados cada vez más amplia y que se ha colocado en el gusto del consumidor a través de los canales de comercialización recientemente abiertos para productos exóticos. Para la industria de la transformación representa un gran futuro aún cuando algunas grandes compañías han retirado del mercado productos piloto con maracuyá debido a su escaso cultivo.

### **Fundamentación Científica**

Las negociaciones entre la agroindustria y los pequeños agricultores de maracuyá organizados aplican normas y políticas que beneficien tanto económica y productiva a ambas partes (GANAR-GANAR).

La agroindustria ofrece adecuación completa del espacio físico donde será el centro de acopio, empaques adecuados para la conservación en perfecto estado de la fruta seleccionada, excelente remuneración económica e incentivos de producción mientras que los pequeños agricultores ofrecen un producto de calidad, producción fija y fiel con tendencia a crecer.

Los centros de acopio requieren de miembros serios delegados por los propios agricultores, espacio físico con facilidad de carga y descarga de camiones, balanza, mesa de selección y depósito de empaques.

Estos centros de acopio contribuyen a mejorar el estado de vida de los agricultores mediante excelentes beneficios económicos que la agroindustria ofrece, la misma que incentiva a los agricultores a incrementar sus cultivos de maracuyá y mejorarlos. El Plan Estratégico, es el diseño de un futuro deseado que aspira la población. Es el proceso sistemático de gestionar el cambio y crear el mejor futuro posible.

El Plan Estratégico como instrumento de Gestión del Desarrollo Local en el sector El Chague del Cantón Naranjito, se convierte en el punto de partida para empezar a unir esfuerzos para mejorar el centro de acopio de maracuyá y así ser competitivo y sostenible para el desarrollo integral y el mejoramiento de las capacidades humanas agrícolas.

Lograr el futuro deseado conlleva a diseñar una estrategia que permita alcanzar el éxito para los agricultores y a su vez a evitar los fracasos. Para ello es necesario tener en cuenta las potencialidades, capacidades y las oportunidades que se presentan, así como las vulnerabilidades y amenazas, que constituyen riesgos para el desarrollo sostenible.

### **Descripción del Maracuyá**

El maracuyá es una fruta tropical de una planta que crece en forma de enredadera y que pertenece a la familia de las Pasifloras, de la que se conoce más de 400 variedades.

Esta planta, originaria del Brasil, presenta dos variedades o formas diferentes: la púrpura o morada (P. eludís Sims.) y la amarilla (P. eludís Sims. F. flavicarpa Degener). La primera, principalmente, se consume en fresco y prospera en lugares semicálidos y a mayor altura sobre el nivel del mar, en tanto que la segunda crece en climas cálidos, desde el nivel del mar hasta 1000 m de altitud. La última es más apreciada por la industria gracias a su mayor acidez.

Su jugo es ácido y aromático; se obtiene del arílo, tejido que rodea a la semilla, y es una excelente fuente de vitamina A, niacina, riboflavina y ácido ascórbico. La cáscara y las semillas también son susceptibles de emplearse en la industria, por los componentes que tienen.

Los principales mercados de destino de maracuyá nacional son la Unión Europea y Estados Unidos. Otros importantes destinos de este producto son Australia, Sudáfrica, Canadá, Suiza, entre otros.

### **Descripción botánica del maracuyá.**

Hojas: Son simples, alternas, comúnmente trilobuladas o digitadas, con márgenes finamente dentados, miden de 7 a 20 cm de largo y son de color verde profundo, brillante en el haz y pálidas en el envés.

Zarcillos: Son redondos y en forma de espiral, alcanzan longitudes de 0.30 a 0.40 m, se originan en las axilas de las hojas junto a las flores; se fijan al tacto con cualquier superficie y son las responsables de que la planta tenga el hábito de crecimiento trepador.

Tallo: es leñosa, y a medida que se acerca al ápice va perdiendo esa consistencia. Es circular, aunque en otras especies como P.

Raíces: El sistema radicular es totalmente ramificado, sin raíz pivotante, superficial, distribuido en un 90% en los primeros 0.15 a 0.45 m de profundidad, por lo que es importante no realizar labores culturales que remuevan el suelo. El 68% del total de raíces se encuentran a una distancia de 0.60 m del tronco, factor a considerar al momento de la fertilización y riego.

Flores: Las flores son hermafroditas (perfectas), con un androginóforo bien desarrollado. Nacen solitarias en las axilas, sostenidas por 3 grandes brácteas verdes que se asemejan a hojas. Las flores consisten de 3 sépalos de color blanco verdoso, 5 pétalos blancos y una corona formada por un abanico de filamentos que

irradian hacia fuera, cuya base es de un color púrpura; estos filamentos tienen la función de atraer a los insectos polinizadores.

Sobre el androginóforo se encuentra el órgano masculino llamado androceo, formado por 5 estambres con anteras grandes, que contienen los granos de polen que son amarillos y muy pesados, lo que dificulta la polinización por el viento, ya que la estructura femenina (gineceo) se ubica arriba de los estambres, además las anteras maduran antes que los estigmas, a eso se le llama dicogamia protándrica; el polen tiene una fertilidad del 70%.

El maracuyá es una planta fotoperiódica que requiere de un mínimo de 11 horas diarias de luz para poder florecer. Cuando se tienen días cortos con menos de esa cantidad de horas luz se produce una disminución en la producción de flores, si se cultiva en una zona con temperaturas altas cerca de los 32-35°C y con 11 horas de luz todo el año, la planta producirá en forma continua.

Se considera al maracuyá como un cultivo hasta cierto punto rústico, por lo que se puede cultivar en suelos desde arenosos hasta arcillosos, siendo preferibles los de textura areno arcillosos que tengan una profundidad mínima de 60 cm, sueltos, con buen drenaje y de fertilidad media a alta, y pH de 5.5-7.0, aunque se puede llegar a cultivar hasta pH de 8.0. Debido a que las raíces son muy susceptibles al daño por encharcamientos se debe sembrar sobre camas o camellones altos en los terrenos planos.

Los frutos alcanzan su madurez entre los 50-60 días después de la antesis (7-8 meses después de la siembra), en este punto alcanza su máximo peso (130 g), rendimiento de jugo (36%) y contenido de sólidos solubles (13-18° Brix), este momento se identifica externamente por tomar una coloración verde amarillenta, 20 días después de alcanzar este punto el fruto cae y comienza la senescencia disminuyendo su peso, acidez y azúcares totales.

Los rendimientos por manzana son de 20 ton/ha pudiendo alcanzar hasta las 30, y en términos prácticos una planta puede producir entre 1 y 2 frutos diarios en la temporada de mayor producción.

La cosecha consiste en colectar de la planta los frutos amarillos cuando se destinan para el mercado fresco y para la industria se destinan los que se recolectan del suelo.

Los frutos para mercado fresco se cortan con el pecíolo de una longitud de 1-2 cm. para evitar la deshidratación del fruto y la posible entrada de hongos pos cosecha.

Los frutos se colocan en jivas, ya que si se colocan en sacos el pedúnculo se cae, y se llevan a pilas para lavarlos en una solución clorada (100 ppm) y el pecíolo se recorta dejándolo de 0.5 cm de longitud.

### **Cultivo del Maracuyá**

**Nombre Científico:** Pasiflora edulis.

**Variedades:** Amarilla, flavicampo, P. edulis, purpura

**Tipo Biológico:** Enredadera herbácea

**Ciclo Vegetativo:** Semi-perenne de 2 a 3 años.

**Estado Primario:** Fruta fresca

**Zona Cultivo Ecológico:** Bosque seco y húmedo tropical.

**Tipo de Suelo:** Franco arcilloso, arenoso de fácil drenaje, ricos en materia orgánica, Ph 5,0-6,0.

El maracuyá es una fruta de colores amarillo, rojo y morado que se desarrolla bien en la zona bajas, crece y desarrolla bien en las zonas templadas, su origen es la región amazónica, se utiliza para jugos, concentrados.

El maracuyá es un fruta rica en vitamina A B y C y minerales. Por su gran aporte nutritivo, se lo utiliza para la elaboración de bebidas, lácteos, comida de bebé, panadería, etc. Los subproductos de la maracuyá son también aprovechados para



otras industrias. Así, el aroma se utiliza para la elaboración de esencias, las pepas molidas para obtener alimento balanceado de gran porcentaje proteico y el aceite extraído de las pepas para elaborar cosméticos o alimentos.

**Requerimientos Biofísicos:**

Clima: Cálido y Sub-cálido.

Temperatura Promedio Anual: 21 a 24 grados centígrados

Precipitación Anual: De 800 a 2.000 mm

Altitud: De 600 a 800 metros sobre nivel del mar

Sistema de Siembra: Semilla, semilleros y viveros.

Sitios de Producción: El Empalme, Balzar, Vinces, Babahoyo, Quevedo, Naranjito, El Triunfo, Naranjal, Tenguel y Pasaje.

Densidad por Hectárea: De 800 a 850 plantas, por hectárea y distancia de siembra, 4 x 3 m, entre hileras y plantas.

Inicio de Cosecha: Al noveno mes de la plantación.

Rendimiento Promedio

Kilogramos por Hectárea: De 12.000 a 14.000 kg.

---

Fuente: Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP).

**Gráfico 2.**  
Características del Maracuyá



Fuente: [www.wikipedia.com.ec](http://www.wikipedia.com.ec)

## **Que son las estrategias**

Las estrategias de cualquier índole suelen tener una característica compartida: su competitividad; esto se debe a que la palabra “competencia” encierra de alguna forma el éxito o el fracaso de todas las empresas.

La misma determina las características de las acciones de una compañía, analizando el mercado con un ojo detallista y estableciendo qué tipo de actividades deben implementarse sea tanto para obtener un mejor proceso productivo a un menor costo, como una ampliación en la cartera de clientes; de esta forma es más fácil y probable, adquirir un adecuado nivel de competitividad en el mercado.

La implementación de estas estrategias debe, por supuesto, estar abalada por los dueños de la compañía y a su vez tener personal disponible para llevarlas adelante. De todas maneras aunque las estrategias de las organizaciones comerciales comparten los mismos adjetivos; difieren en cuanto a los objetivos de los tipos de empresas. Las estrategias empresariales de una Pyme no tendrán las mismas metas que las implementadas por una Multinacional; primeramente porque ésta última de por sí, cuenta con un proceso productivo en masa en donde el planeamiento es muy desigual.

Si planteamos estrategias de producción, aquí las características a tener en cuenta serán distintas ya que existe una amplia brecha entre una y otra compañía.

### **Estrategias para Minimizar los Riesgos:**

- Conozca al comprador
- Analice las formas de pago
- Proteja sus cuentas por cobrar
- Consiga financiamiento adecuado
- Tenga los papeles en regla
- Establezca alianzas estratégicas temporales

## **Conozca al Comprador**

Nada supera a un contacto cara a cara con el potencial cliente. Las ferias y las misiones comerciales ofrecen una ocasión única. Investigue si su gobierno organiza viajes al exterior a eventos específicos.

Estas misiones comerciales, organizadas oficialmente, tienen la ventaja de dar cierto respaldo a la persona que no tiene experiencia, agrupa a colegas de la misma industria y además reduce significativamente los costos.

Algunos gobiernos organizan lo que se conoce como misión comercial inversa, en donde los posibles compradores son invitados a visitar su país con una agenda pre-establecida de contactos comerciales.

## **Origen de las Estrategias**

La planeación estratégica data de la década del 60 del siglo XX y es acuñada por Alfred Chandler en Estados Unidos. Vale la pena valorar la evolución del término estrategia en relación con la aplicación a lo largo de 50 años.

El término estrategia es de origen griego. Estrategeia. Estrategos o el arte del general en la guerra, procedente de la fusión de dos palabras: stratos (ejército) y agein (conducir, guiar).

En el diccionario Larouse se define estrategia como el arte de dirigir operaciones militares, habilidad para dirigir, aquí se confirma la referencia sobre el surgimiento en el campo militar, lo cual se refiere a la manera de derrotar a uno o a varios enemigos en el campo de batalla, sinónimo de rivalidad, competencia; no obstante, es necesario precisar la utilidad de la dirección estratégica no sólo en su acepción de rivalidad para derrotar oponentes sino también en función de brindar a las organizaciones una guía para lograr un máximo de efectividad en la administración de todos los recursos en el cumplimiento de la misión.

El concepto de estrategia es objeto de muchas definiciones lo que indica que no existe una definición universalmente aceptada. Así de acuerdo con diferentes autores, aparecen definiciones tales como:

"conjunto de relaciones entre el medio ambiente interno y externo de la empresa"

"un conjunto de objetivos y políticas para lograr objetivos amplios"

"la dialéctica de la empresa con su entorno"<sup>1</sup>

"una forma de conquistar el mercado"

"la declaración de la forma en que los objetivos serán alcanzarse, subordinándose a los mismos y en la medida en que ayuden a alcanzarse"

"la mejor forma de insertar la organización a su entorno"

### **Fundamentación Sociológica**

El comercio internacional es muy importante para el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo; más aún en la actualidad tiene un peso importante en la actividad económica del país en los diferentes sectores, el mismo que es demostrado por las evidencias de los países desarrollados.

El abrir mercados en el extranjero, es una medida muy eficaz para lograr la expansión de su negocio a nivel global, ofrecer productos o servicios en una mayor dimensión respecto al mercado interno, y por supuesto incrementar su cartera de clientes y sus ingresos.

Sin embargo, esta actividad, por parte de los agricultores del Sector El Chague es difícil de llevar a cabo, por ello suele implementarse por parte de los grandes exportadores de frutas, es por esto que este proyecto está orientado a establecer un Plan Estratégico tendrá serie de estrategias que van a fortalecer el sector agroindustrial brindando a la sociedad mayores fuentes de ingresos permitiéndole a las personas que forman parte de dicha sociedad obtener ingresos dignos que les

---

<sup>1</sup>ANSOFF, H. Igor: "Strategic Management Classic Edition"

permitirá cubrir sus respectivas necesidades a más de colaborar de forma positiva a nuestro país ya que Ecuador cuenta con recursos naturales y agrícolas los cuales lamentablemente no han sido explotados de forma adecuada y es por eso se encuentra limitado con respecto a la agroindustria aún más con la fruta no tradicional como el maracuyá, el mismo que es apetecible y demandado.

Además el maracuyá permite diversificar riesgos frente a mercados internos inestables lo cual provoca el desperdicio de dichas frutas claro está sin dejar a un lado la satisfacción de la demanda para la producción doméstica de dicho producto (maracuyá), colabora a su vez a multiplicar el producto y los ingresos de la economía en general y de amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

**Aledaños:** Adj. Confinante. Lindante. Tierra o campo que linda con un pueblo y se considera parte de él. Confín, término, límite.

**Arancelarios:** El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de equilibrar la producción de un país.

**Agroalimentario:** Adj. Dicho de un producto agrícola: Que ha sufrido tratamientos industriales.

**Acrecentar:** tr. Mejorar, enriquecer, enaltecer. MORF. Conjug. c. acertar.

**Ácido ascórbico:** El ácido ascórbico es un potente agente reductor, capaz de reaccionar con el oxígeno, y utilizable por lo tanto como antioxidante.

**Brix:** La medida de una sustancia soluble seca en una líquida lo que arroja un valor aproximado del contenido de azúcar, se expresa en “grado brix“(° Brix). A través de esta medida se puede obtener indirectamente un valor objetivo del grado de madurez de la fruta.

**Control de Costos:** Controla los costos que se generan dentro de la empresa privada o pública y también si se está considerado como una unidad productora.

**Comercialización:** La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

**Crediticio:** Adj. Perteneiente o relativo al crédito público o privado.

**Cerosos:** En anatomía, una serosa (o membrana serosa) es una membrana epitelial compuesta por una fina capa de células epiteliales y otra fina capa de tejido conjuntivo.

**Composteo:** El compost se usa en agricultura y jardinería como enmienda para el suelo (ver abono), aunque también se usa en paisajismo, control de la erosión, recubrimientos y recuperación de suelos.

**Carácter Cíclico:** El carácter cíclico constituye una propiedad orgánica del desarrollo de la producción capitalista.

**Demanda:** Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como las preferencia, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y, sobre todo, el precio del propio bien en cuestión.

**Dicogamia:** Dicogamia: fenómeno reproductivo muy común en plantas, en el cual las especies hermafroditas o monoicas diclinas poseen una separación temporal de los órganos reproductivos para evitar la autofecundación y favorecer la fecundación cruzada. Por ejemplo una especie con flores hermafroditas, que madura primero los órganos masculinos (androceo) y luego los órganos femeninos (gineceo), funcionara como flor masculina primero y más tarde como flor femenina; en este caso se habla entonces de flores dicógamas.

**Estándares:** En administración estándar significa un modelo que se sigue para realizar un proceso o una guía que se sigue para no desviarnos de un lugar al que se desea llegar en química analítica un estándar es una preparación que contiene una concentración conocida de un elemento específico o sustancia.

**Estaminodios:** Los estaminodios están frecuentemente disimulados y parecen estambres, normalmente ocurre en el verticilo interior de la flor.

**Estigma:** En botánica, estigma es la parte del gineceo de las flores que recibe el polen durante la polinización.

**Emitir:** Producir y echar hacia fuera una cosa: el Sol emite rayos luminosos.

**Fruticultura:** Cultivo de todas aquellas plantas que producen frutos. También se define como el arte que enseña los métodos de ese cultivo. En sentido amplio, el término incluye la preparación de los frutos y su posterior comercialización. El objeto de la fruticultura es combinar de la mejor forma los factores del medio, como son el suelo y el clima, con las técnicas empleadas, las disponibilidades económicas y los canales de comercialización en otros términos cultivo de las plantas que producen fruta.

**Frutas Exóticas:** frutas de naturaleza exóticas determinadamente cítricas.

**Foliolos:** Cada una de las hojas pequeñas forma una hoja compuesta hojuela.

**Granadillo:** El granadillo negro o granadilla ("*Dalbergia melanoxylon*"), es una especie emparentada con el granadillo rojo y que, al igual que este, es una leguminosa arbórea de gran altura perteneciente a la familia de las Fabáceas

**Hipoglicemicas:** medicamentos se usan para controlar el azúcar en la sangre al comienzo de la diabetes adulta.

**Hermafroditas:** El hermafroditismo se da cuando un mismo individuo tiene los aparatos sexuales masculino y femenino o un aparato mixto, pero capaz de producir

gameto masculino y femenino a lo largo de su vida. Algunos producen gametos ya fecundados (como los corales).

**Ictericia:** La ictericia es la coloración amarillenta de la piel y mucosas debida a un aumento de la bilirrubina (valores normales de 0,3 a 1 mg/dl) que se acumula en los tejidos, sobre todo aquellos con mayor número de fibras elásticas (paladar, conjuntiva).

**Inflorescencia:** En Botánica, la inflorescencia es la disposición de las flores sobre las ramas o la extremidad del tallo; su límite está determinado por una hoja normal. La inflorescencia puede presentar una sola flor, como en el caso de la magnolia o el tulipán, o constar de dos o más flores como en el gladiolo y el trigo. En el primer caso se denominan inflorescencias unifloras y en el segundo se las llama plurifloras.

**Indehiscente:** fruto que no está preparado para abrirse.

**Leguminosa:** Leguminosas: En agricultura se incluye bajo este vocablo a un grupo de plantas cultivadas pertenecientes a la familia del mismo nombre, que se usan preferentemente para alimentación de los animales y del hombre. Pueden ser de grano (judía, soja, haba, lenteja, garbanzo, guisante, algarroba, altramuza, cacahuete, etc.) o forrajeras (alfalfas, tréboles, vezas, etc.)

**Microempresarios:** El microempresario es el responsable de conducir el negocio, para ello necesita no sólo conocer los componentes de una organización, sino poner en práctica algunas herramientas gerenciales, información que le permitirá poner a funcionar de forma eficiente la microempresa.

**Monadelfos:** Adj. *Bot.* Se dice de los estambres de una flor soldados entre sí por sus filamentos y que forman un solo haz.

**Microeconomía:** La microeconomía es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes individuales, como son los consumidores, las empresas, los trabajadores e inversores; así como de los mercados.



**Macroeconómicos:** La macroeconomía es la parte de la economía encargada del estudio global de la economía en términos del monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, y el comportamiento general de los precios.

## **2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.3.1 Hipótesis General**

- El incremento de ingresos económicos de los agricultores de maracuyá del sector El Chague, Cantón Naranjito, dependerá del análisis de la reestructuración del centro de acopio.

### **2.3.2 Hipótesis Particulares**

- Aprovechar las oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional dependerá del mejoramiento del centro de acopio en la zona de Chague.
- La no implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de las actividades agrícolas de maracuyá del Sector El Chague se debe al escaso capital de los agricultores.
- Las negociaciones con la agroindustria nacional se ven afectadas por los escasos conocimientos sobre organización del centro de acopio de los agricultores del sector El Chague.
- Las mejoras en los niveles de producción de maracuyá dependen de la organización de los agricultores de maracuyá del Sector El Chague, a través del centro de acopio.

### 2.3.3 Declaración de Variables

**Cuadro 1.**

VARIABLES de la Investigación

| <b>VARIABLES</b>  |   |  |
|---|---|--|
| <b>DEPENDIENTES X</b>   | <b>INDEPENDIENTES Y</b>   | <b>EMPÍRICAS</b>   |
| El incremento de ingresos económicos de los agricultores de maracuyá del sector El Chague, Cantón Naranjito                   | Análisis de la reestructuración del centro de acopio.   | VI: Ingresos Económicos<br>VD: Estrategias de organización del centro de acopio                  |
| Aprovechar Las oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional.  | Mejorar el centro de acopio en la zona de Chague  | VI: Políticas de mejoramiento del centro de acopio<br>VD: Número de oportunidades de proveeduría |
| La no implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de las actividades agrícolas de maracuyá del Sector El Chague | Escaso capital de los agricultores  | VI: Capital de agricultores<br>VD: Pérdidas en desarrollo de las actividades agrícolas           |
| Las negociaciones con la agroindustria nacional.  | Escasos conocimientos sobre organización del centro de acopio de los agricultores del sector El Chague. | VI: Conocimientos<br>VD: Negociaciones   |
| Las mejoras en los niveles de producción de maracuyá.   | Organización de los agricultores de maracuyá del Sector El Chague, a través del centro de acopio        | VI: Organización de agricultores<br>VD: Niveles de producción                                    |
| Fuente: Matriz de Investigación<br>Cuadro 1. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández                              |   |  |

### 2.3.4 Operacionalización de las variables

**Cuadro2.**  
Variables e Indicadores

| VARIABLE   | TIPO                 | INDICADOR   | TÉCNICA         | INSTRUMENTO         |
|--|----------------------|---|-----------------|---------------------|
| Análisis de la reestructuración del centro de acopio.  | <b>Independiente</b> | Aplicar un Plan Estratégico o conjunto de estrategias para incrementar los cultivos de maracuyá con el fin de mejorar la organización del Centro de Acopio<br><br>Carencia de organización para el desarrollo de actividades laborales.<br>Desconocimiento de estrategias y técnicas de cultivos y mejoramientos de sus ingresos económicos | <b>Encuesta</b> | <b>Cuestionario</b> |
| Aprovechar Las oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional                                      | <b>Dependiente</b>   | Actualmente existen niveles bajos de producción y por ende de los Ingresos Económicos de los agricultores y que verdaderamente que la agroindustria brinden a mayor escala la información relevante sobre este tipo de actividad como es liderar el centro de acopio<br><br>Aplicación de otras actividades laborales                       | <b>Encuesta</b> | <b>Cuestionario</b> |
| La no implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de las actividades agrícolas de maracuyá del | <b>Dependiente</b>   | Personal con poca experiencia<br><br>Mano de obra barata<br><br>Uso de técnicas obsoletas   | <b>Encuesta</b> | <b>Cuestionario</b> |
| Las negociaciones con la agroindustria nacional  | <b>Dependiente</b>   | Información sobre lo que deben de seguir los agricultores y aprovechar al máximo su fruta como es la maracuya<br><br>Incremento de comercialización de esta fruta   | <b>Encuesta</b> | <b>Cuestionario</b> |
| Las mejoras en los niveles de producción de maracuyá   | <b>Dependiente</b>   | Niveles bajos de inversión<br><br>Conocimientos empíricos de cultivos   | <b>Encuesta</b> | <b>Cuestionario</b> |

Fuente: Matriz de Investigación  
Cuadro 2. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El siguiente proyecto a realizarse es de tipo **Exploratoria** ya que todo el estudio continuo que se va a realizar se basa en una investigación exhaustiva sobre la comercialización de maracuyá donde se generan en diferentes efectos el comportamiento en el ámbito agroindustrial.

Es de tipo **Descriptiva** ya que se ha realizado una gran descripción concreta sobre el problema a tratar, como es la desorganización y baja comercialización de maracuyá, tomando como referencia un previo análisis en lo que respecta en los niveles económicos de las diferentes familias agricultoras datos establecidos en el marco teórico.

Es **Diagnóstica** porque para realizar este proceso es necesario hacer uso de las técnicas e instrumentos que nos permitan obtener la información verídica y consistente porque es importante para solucionar el problema y posteriormente realizar una confrontación de hipótesis ya que hemos enfocado hipótesis tanto general como particulares donde se exige analizar las causas y encontrar las soluciones pertinentes para dar inicio al análisis y procesamiento de la información para convertirla en una Investigación Explicativa.

Es **Explicativa** ya que detalla y define las posibles causas que inciden en la comercialización de maracuyá una vez que las soluciones son puestas en marcha vemos la probabilidad que requiere este proyecto y la necesidad que existe para realizar un plan estratégico donde una o más estrategias relevantes den el impulso primordial para que ayude a dar una solución para mejorar los ingresos económicos de los agricultores que día a día se ve afectada por el desaprovechamiento de

oportunidades en la agroindustria como es la necesidad de incrementar la producción de maracuyá.

Es **Evaluativa** porque a la variable dependiente se le asigna indicadores adecuados que permitirán verificar aciertos o desaciertos a las soluciones que se hayan tomado en consideración de acuerdo al problema.

Es **Factible** porque es un problema latente que se encuentra en forma constante dentro del Sector a estudiar, ya que responde a una necesidad y problemática que se intenta de alguna forma eliminar o disminuir su incidencia.

Es de **Campo** ya que se necesita recopilar información directa de los objetos en este caso estamos estudiando un sector como es El Chague perteneciente al Cantón Naranjito donde los agricultores de esta fruta participen directamente en la temática del problema a resolver, que en este caso la escasa organización y la comercialización directa y sus ingresos económicos.

## **3.2 LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

Nuestra población va a corresponder a personas mayores de 18 años, lo que corresponde a los agricultores del sector o familias que realizan esta actividad agrícola. La población que vamos a tomar en consideración para diagnosticar la temática a tratar son los agricultores del Cantón Naranjito sector El Chague.

### **3.2.2 Delimitación del problema**

**Área:** Gestión Empresarial.

**Aspecto:** Plan estratégico

**Tiempo:** 5 años

**Espacio:** País: Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Naranjito

**Sector:** Zona Agrícola El Chague

### **Población Considerada.**

La población universo de nuestro estudio será el Cantón Naranjito Sector El Chague población de agricultores y generadores de producción de materia prima necesaria para elaborar nuestro proyecto.

Para lograr el objetivo de mercado fue necesario realizar una encuesta basada en preguntas en forma cerradas para obtener un resultado más preciso y así conocer a oferentes y demandantes del producto; los elementos a considerar dentro de la investigación son:

1. Oferta: Son los 46 productores de maracuyá en el Sector El Chague, de los cuales fueron ubicados y encuestados en los cultivos.
2. Demanda: Fueron encuestados los minoristas y mayoristas de esta fruta pertenecientes al sector.

Para hallar la población objetivo tenemos una población finita del sector El Chague de los cuales 14 son mujeres y 32 son hombres.

### **3.2.3 Tipo de muestra**

Para la realización de este proyecto no se utilizó una muestra sino más bien se realizó un censo a la población del sector el Chague para identificar a los agricultores de maracuyá del centro de Acopio.

### **3.2.4 Tamaño de la muestra**

#### **Población:**

El concepto de población en estadística va más allá de lo que comúnmente se conoce como tal. Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes.

Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, se puede considerar a esta como una población infinita, por ejemplo; el conjunto de todos los números positivos. Una población finita es aquella que está formada por un limitado número de elementos, por ejemplo; el número de estudiante de una Universidad.

Cuando la población es muy grande, es obvio que la observación de todos los elementos se dificulte en cuanto al trabajo, tiempo y costos necesario para hacerlo. Para solucionar este inconveniente se utiliza una muestra estadística.

Es a menudo imposible o poco práctico observar la totalidad de los individuos, sobre todos si estos son muchos. En lugar de examinar el grupo entero llamado población o universo, se examina una pequeña parte del grupo llamada muestra.

#### **Muestra:**

Los expertos en estadística recogen datos de una muestra. Utilizan esta información para hacer referencias sobre la población que está representada por la muestra. En consecuencia muestra y población son conceptos relativos. Una población es un todo y una muestra es una fracción o segmento de ese todo.

#### **3.2.5 Proceso de selección**

Para este estudio no hubo necesidad de aplicar o seleccionar una muestra ya que este Sector nos permite trabajar con el universo total de los agricultores de esta fruta como es el maracuyá del Sector El Chague.

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones". <sup>2</sup>

"Una población es un conjunto de elementos que presentan una característica común". <sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>LEVIN, Richard- RUBIN, David: "Estadística para administradores"

El tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia en el proceso de investigación estadística, y este tamaño viene dado por el número de elementos que constituyen la población, según el número de elementos la población puede ser finita o infinita.

"Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla".<sup>4</sup>

"Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos".<sup>5</sup>

"Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia",<sup>6</sup>

### **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

Para poder obtener información importante durante el proceso de investigación es necesario hacer uso de métodos adecuados y técnicas específicas que nos permitan obtener información relevante del problema a tratar. Estos se definen a continuación:

Para el cumplimiento de las tareas de esta investigación se han seleccionado tanto métodos teóricos como empíricos, dentro de los métodos teóricos más representativos tenemos los siguientes:

---

<sup>3</sup>CADENAS : "La estadística en el proceso de la investigación" (1974)  
<http://bibliotecavirtual.lasalleurubamba.edu.pe/Estadistica/LAESTADISTICAENELPROCESO DEINVESTIGACION.htm>

<sup>4</sup>SPIEGEL, Murria R.: "Probabilidad y Estadística"

<sup>5</sup>LEVIN, Richard- RUBIN, David: "Estadística para administradores"

<sup>6</sup>CADENAS : "La estadística en el proceso de la investigación" (1974)  
<http://bibliotecavirtual.lasalleurubamba.edu.pe/Estadistica/LAESTADISTICAENELPROCESO DEINVESTIGACION.htm>



**Método Deductivo.-** El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducirlo necesitamos enfocar el problema que se está tratando; por medio del razonamiento lógico este método nos permite utilizar sistemas que nos ayuden a mejorar los procesos y estrategias a implementarse a este Plan estratégico, previamente establecido, determinaremos los efectos del problema, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

**Método Inductivo.-** Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares se realiza un análisis profundo sobre el problema, damos origen a la solución del mismo donde se destina que cada variable nos va a permitir efectuar proyecciones acertadas donde se establece un principio general una vez realizado el estudio de este Plan Estratégico además la aplicación de hechos y fenómenos en particular.

**Método Lógico.-** Este método se establece desde el momento que existe causas donde hemos aplicado variables independiente y dependiente dando como resultado el análisis de una propuesta.

**Método Sistémico.-** Este método es aplicable ya que se va a modelar el objeto mediante la determinación de sus componentes y relacionarlos entre ellos.

**Método Analítico.-** Se analizarán cada una de las partes de la problemática, es decir cada uno de los pasos que se van a seguir en los procesos para realizar un Plan Estratégico y por ende analizarlos minuciosamente.

**Método Hipotético.-** Se lo emplea en el momento en que se ha establecido una hipótesis, donde se aplicara una técnica que permita obtener información para llevar a cabo el proyecto.

Mientras que en los métodos empíricos tenemos el siguiente:

**Método Matemático.-** Al emplear este método corresponde al momento en que procederemos a obtener información acerca de todos los procesos que se llevan a

cabo , opiniones, aciertos y desaciertos que contenga el actual sistema , así posteriormente procesar todos los datos para obtener cifras estadísticas que nos permita obtener resultados cuantificados.

A más de utilizar los métodos ya anteriormente nombrados también utilizamos técnicas de investigación que son empleadas para poder recolectar información necesaria que nos permita avanzar adecuadamente en este proceso de investigación, debemos utilizar recursos como en este caso es la siguiente técnica:

### **Técnicas e instrumentos**

Para poder recolectar información necesaria que nos permita avanzar adecuadamente en este proceso investigación, debemos utilizar recurso como la técnica de la encuesta para desarrollar esta técnica es necesario utilizar como instrumento un cuestionario desarrollado con preguntas cerradas que permita recopilar información de los mecanismos agroindustriales y de los procedimientos de desarrollo en el cultivo de esta fruta directamente en el servicio de los agricultores.

## **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

La información recopilada a lo largo de la investigación se tabuló, organizó y analizó empleando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y permitió realizar un diagnóstico del mercado. La investigación nos exige tomar información de campo que nos permitirá enriquecer nuestros puntos de vista y a su vez ayudará a verificar hipótesis que se han planteado, para ello se debe seguir el siguiente procedimiento:

- Aplicación de Instrumentos de recolección de datos.
- Recolección de Información.
- Organización y Tabulación de Información.
- Análisis e Interpretación de los resultados.
- Verificación de Hipótesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Naranjito, es de admitir su crecimiento poblacional, y una serie de ciudadelas que adornan y completan el marco atractivo de urbe progresista; su población pasa de los cantidad habitantes, dividida en la actualidad en cifra parroquias urbanas y esta a su vez en grandes sectores barriales.

##### **Ubicación Geográfica:**

El cantón Naranjito forma parte de la Provincia del Guayas y se encuentra ubicada al noreste de la ciudad de Guayaquil, geográficamente en la subregión cálida, ardiente y húmeda de la región litoral o costa ecuatoriana.

Registra una altura de 36 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura de 26.3 grados centígrados, Naranjito con relación a la ciudad de Guayaquil se encuentra ubicado a 50.5 km. y a 395.8 km. de la ciudad de Quito.

La posición astronómica es Latitud: Sur 2° 11, 42, Longitud: Oeste 5° 17, 40

##### **Límites del cantón:**

Al Norte: con la parroquia Lorenzo de Garaicoa y por el río Milagro,

Al Sur: con el Cantón Coronel Marcelino Maridueña,

Al Este: con el Cantón General Elizalde (Bucay),

Al Oeste: con la parroquia Roberto Astudillo, perteneciente a Milagro.

### **Cultivo y Producción del cantón:**

El Cantón Naranjito por ser una zona agrícola, posee una gran variedad de producción los mismos que sirven tanto para exportación así mismo como para el consumo interno. El 56% de producción lo constituye cultivo permanente como caña de azúcar, café, cacao. Banano, piñas, etc., mientras que el 14% de la producción lo conforman los huertos mixtos, los mismos que sirven para el sustento diario de la población.

Paralelamente con el crecimiento poblacional y urbanístico de Naranjito ya en escala ascendente y pasos acelerados el desarrollo del comercio, la industria y la agricultura en sus predios cercanos.

El centro de Acopio que se pretende modelar es en el cantón de Naranjito Sector El Chague, en la cual se enfocará en proveer a la agroindustria.

También es importante mencionar que en el medio actual del cantón Naranjito sector El Chague existe un centro de acopio por lo que representa una gran opción y oportunidad de incursionar directamente a la agroindustria.

De igual manera la finalidad de este proyecto es llegar a obtener una satisfacción total en los ingresos económicos de los agricultores, evitar contratiempos, ahorrar tiempo, es decir proporcionar un servicio y manejo organizado de la fruta para así lograr una tranquilidad a cada uno de los agricultores y llegar a ser atractivos para la agroindustria.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

Según el estudio realizado entre el género y el tiempo de la actividad agrícola nos demuestra que en el sexo femenino de 1 a 9 años refleja 6,52%, de 10 a 20 años el 6,52% y más en adelante el 17,39%, mientras que el sexo masculino tenemos el siguiente resultado: de 1 a 9 años refleja 6,52%, de 10 a 20 años se incrementa al

30,43% y más en adelante el 32,61%; es decir que el Género masculino es el que en mayor porcentaje ha ido desarrollando esta actividad agrícola

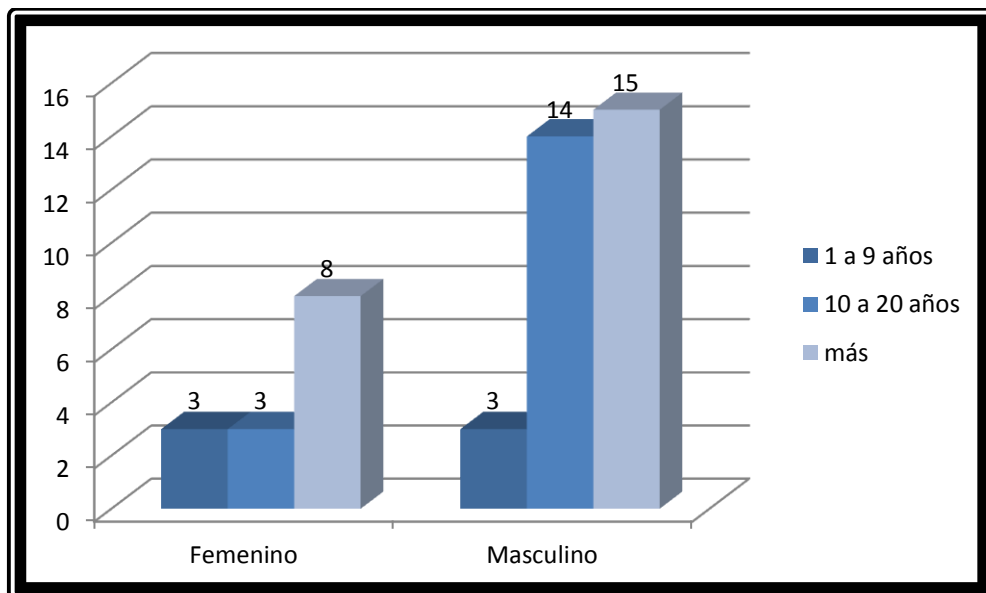
**Cuadro 3.**  
Actividad agrícola por género

| Cuenta               | Tiempo de Actividad Agrícola |            |              |           | PORCENTAJES   |               |               |
|----------------------|------------------------------|------------|--------------|-----------|---------------|---------------|---------------|
|                      |                              | 1 a 9 años | 10 a 20 años | más       | Total general |               |               |
| Femenino             | 3                            | 3          | 8            | 14        | 6,52%         | 6,52%         | 17,39%        |
| Masculino            | 3                            | 14         | 15           | 32        | 6,52%         | 30,43%        | 32,61%        |
| <b>Total general</b> | <b>6</b>                     | <b>17</b>  | <b>23</b>    | <b>46</b> | <b>13,04%</b> | <b>36,96%</b> | <b>50,00%</b> |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 3. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico3.**  
Actividad agrícola por género



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 3. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

Mediante este estudio nos podemos dar cuenta que ambos géneros en su totalidad no han tenido ninguna propuesta de negocio por parte de la Agroindustria indicando los siguientes porcentajes mujeres 30,43%, hombres 69,57%.

**Cuadro 4.**  
Propuesta por agroindustria

| Cuenta               | Ha tenido alguna propuesta por parte de la Agroindustria |           |               | PORCENTAJE  |
|----------------------|--|-----------|---------------|-------------|
|                      | Si   | No        | Total General |             |
| Femenino             | 0  | 14        | 14            | 30,43%      |
| Masculino            | 0  | 32        | 32            | 69,57%      |
| <b>Total general</b> | <b>0</b>   | <b>46</b> | <b>46</b>     | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 4. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

De aquí el proceso indica que hay niveles bajos de producción tanto en el género masculino y femenino ya que disponen de muy poco capital para invertir en nuevas producción y a su vez incrementarlas.

**Cuadro 5.**  
Cultivos por Hectáreas

| Cuenta               | Cantidad de Cultivos por Hectáreas |             |             |               | PORCENTAJES   |               |              |
|----------------------|------------------------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
|                      | 1 Hectárea                         | 2 Hectáreas | 3 Hectáreas | Total general |               |               |              |
| Femenino             | 5                                  | 6           | 3           | 14            | 10,87%        | 13,04%        | 6,52%        |
| Masculino            | 18                                 | 13          | 1           | 32            | 39,13%        | 28,26%        | 2,17%        |
| <b>Total general</b> | <b>23</b>                          | <b>19</b>   | <b>4</b>    | <b>46</b>     | <b>50,00%</b> | <b>41,30%</b> | <b>8,70%</b> |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 5. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

### 4.3 RESULTADOS

Mediante las encuestas a los agricultores de maracuyá en el Sector El Chague se realizó un levantamiento de información severo el cual dio como resultado que los dedicados a esta actividad agrícola desconocen de los beneficios que ofrece la agroindustria al realizar convenios con los centros de acopio de dicha fruta por lo cual es ahí donde se aprovechan los intermediarios obteniendo mayores beneficios

lo que han desfavorecido notablemente al agricultor para mejorar su estándar de vida y a su vez ha creado conformismo al no invertir en más hectáreas para la producción de maracuyá.

Analizaremos los resultados de cada pregunta establecida en la encuesta realizada a la población de nuestro estudio.

Los resultados fueron procesados y tabulados en cada opción de las preguntas, para luego ser analizados y con gráficas demostrar porcentualmente sus totales.

## Pregunta No. 1

¿Por cuánto tiempo se ha dedicado a la actividad agrícola?

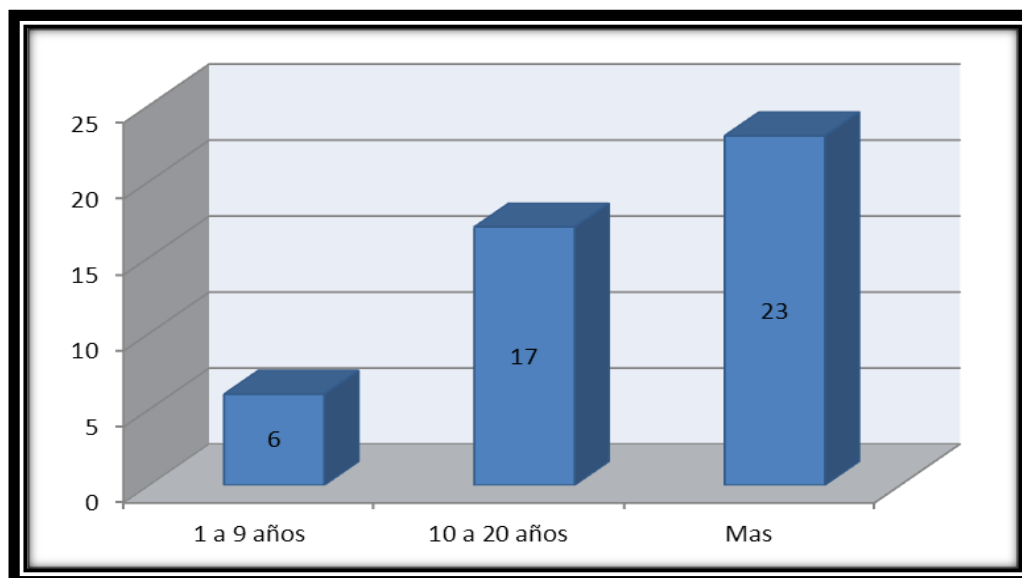
**Cuadro 6.**  
Tiempo de actividad agrícola

| OPCIONES             | FRECUENCIAS | PORCENTAJE % |
|----------------------|-------------|--------------|
| 1 a 9 años           | 6           | 13,04%       |
| 10 a 20 años         | 17          | 36,96%       |
| Mas                  | 23          | 50,00%       |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>   | <b>100%</b>  |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 6. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico4.**  
Tiempo de actividad agrícola



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 4. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

## **ANÁLISIS**

Según las encuestas realizadas a los agricultores en el Sector El Chague nos demuestra mediante estos resultados que el tiempo que se han dedicado a la actividad agrícola es la siguiente: de 1 a 9 años 13,04%, de 10 a 20 años 36,96% y más en un 50 % teniendo este como resultado mayor en años de actividad agrícola es decir toda la vida del agricultor lo que quiere decir que esta actividad se ha venido desarrollando de generación en generación de familias agricultoras.



## **Pregunta No. 2**

¿En la actualidad a quienes venden sus productos?

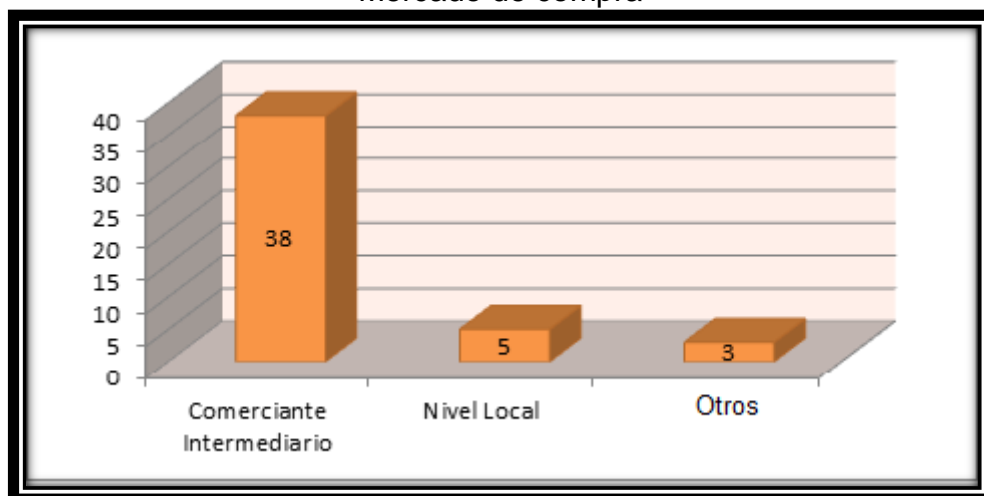
**Cuadro 7.**  
Mercado de compra

| <b>OPCIONES</b>           | <b>FRECUENCIAS</b> | <b>PORCENTAJE %</b> |
|---------------------------|--------------------|---------------------|
| Comerciante Intermediario | 38                 | 82,61%              |
| Nivel Local               | 5                  | 10,87%              |
| Otros                     | 3                  | 6,52%               |
| <b>Total General</b>      | <b>46</b>          | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 7. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico5.**  
Mercado de compra



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 5. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

## **ANÁLISIS**

Según el estudio realizado por medio de las encuestas hemos obtenido que los agricultores tienen varios intermediarios presentando así el siguiente resultado de acuerdo a la información obtenida: Comerciantes Intermediarios 82,61% , Nivel local 10,87% y Otros 6,52% reflejando así que los Comerciantes Intermediarios están en un mayor porcentaje y en este cuadro podemos reflejar el alto índice de intervención por parte de terceros en este caso los mediadores los cuales terminan obteniendo mayores beneficios económicos y sin mucho esfuerzo, mientras los agricultores que son los que mayormente demandan fuerza de trabajo e incluso grandes inversiones en sus cultivos ellos no reciben la gratificación de acuerdo a lo demandado.

### **Pregunta No. 3**

¿Sus niveles actuales de cosecha de maracuyá le permiten tener un estándar de vida?

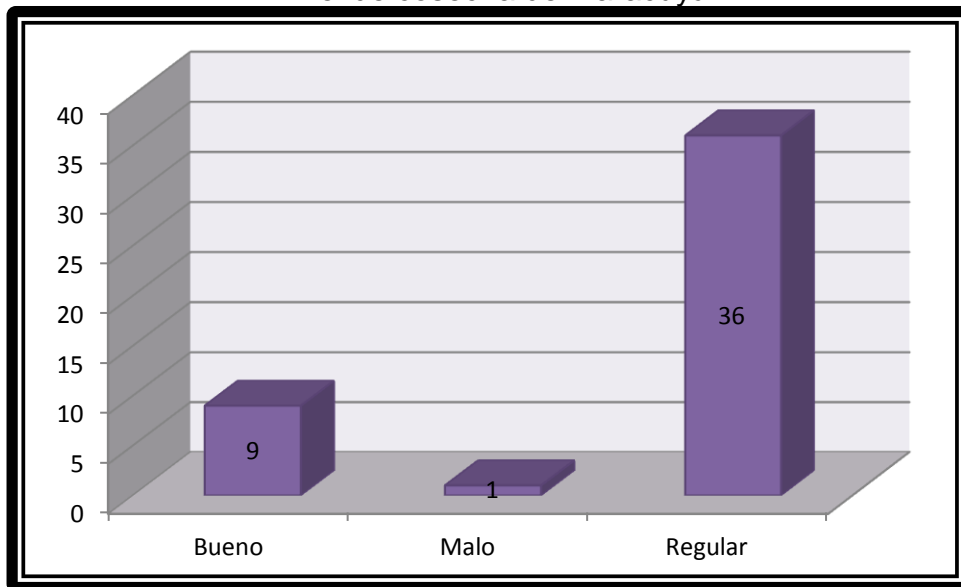
**Cuadro 8.**  
Nivel de cosecha de maracuyá

| <b>OPCIONES</b>      | <b>FRECUENCIAS</b> | <b>PORCENTAJE %</b> |
|----------------------|--------------------|---------------------|
| Bueno                | 9                  | 19,57%              |
| Malo                 | 1                  | 2,17%               |
| Regular              | 36                 | 78,26%              |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>          | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 8. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico6.**  
Nivel de cosecha de maracuyá



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 6. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

### **ANÁLISIS**

Mediante las encuestas realizadas a los agricultores les permite tener un estándar de vida en esta actividad agrícola como es el cultivo del maracuyá está en un promedio Regular el cual se ha distribuido mediante los siguientes datos de acuerdo a la información obtenida Bueno 19,57%, Malo 2,17% y Regular 78,26% lo cual indica que mantienen en mayor porcentaje un estándar de vida regular, precisamente lo que hemos detallado en el análisis anterior.

#### **Pregunta No. 4**

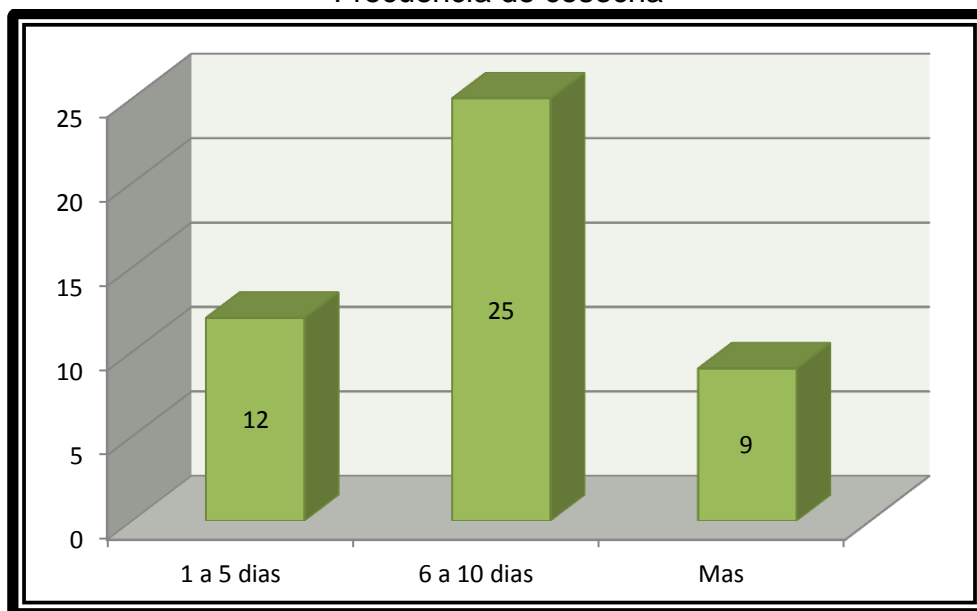
¿Cada que tiempo usted cosecha maracuyá?

**Cuadro 9.**  
Frecuencia de cosecha

| OPCIONES             | FRECUENCIAS | PORCENTAJE % |
|----------------------|-------------|--------------|
| 1 a 5 días           | 12          | 26,09%       |
| 6 a 10 días          | 25          | 54,35%       |
| Mas                  | 9           | 19,57%       |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>   | <b>100%</b>  |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 9. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico7.**  
Frecuencia de cosecha



Fuente: Investigación de Mercado  
Grafico 7. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

#### **ANÁLISIS**

Aquí nos muestra que el tiempo en el que se realizan las cosechas del maracuyá presenta el siguiente resultado: 1 a 5 días 26,09%, 6 a 10 días 54,35%, más en adelante 19,57% lo que indica que una vez más que existe manipulación por parte de los mediadores al exigir políticas de entrega de sus cosechas el cual en su mayoría es cada ocho días.

### **Pregunta No. 5**

¿Cuántas Hectáreas de maracuyá usted cultiva?

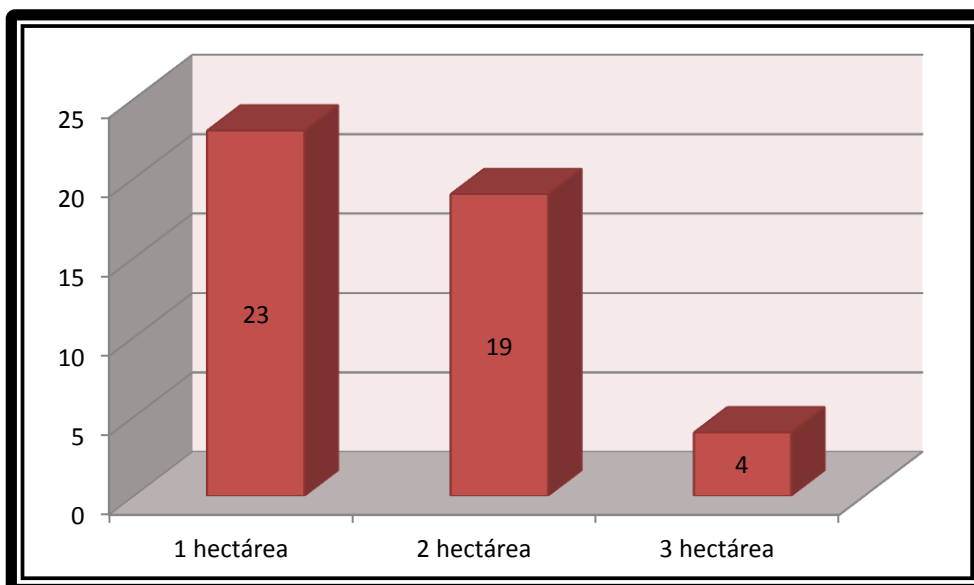
**Cuadro 10.**  
Hectáreas cultivadas

| OPCIONES             | FRECUENCIAS | PORCENTAJE % |
|----------------------|-------------|--------------|
| 1 hectárea           | 23          | 50,00%       |
| 2 hectárea           | 19          | 41,30%       |
| 3 hectárea           | 4           | 8,70%        |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>   | <b>100%</b>  |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 10. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico8.**  
Hectáreas cultivadas



Fu

ente: Investigación de Mercado

Grafico 8. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

### **ANÁLISIS**

De la tierra en producción tenemos que según el cultivo por Hectáreas de maracuyá los agricultores tienen en trabajo las siguientes hectáreas: 1 hectárea 50%, 2 hectáreas 41,30% y 3 hectáreas 8,70% es decir que los agricultores no se arriesgan a invertir en más hectáreas de producción porque los beneficios económicos que ellos obtienen no compensan al esfuerzo laboral que esta actividad requiere a más de no contar con los recursos necesarios para incrementar su producción.

### **Pregunta No. 6**

¿Se encuentra asociado en algún Centro de Acopio que le brinde apoyo para el correcto desarrollo de la actividad agrícola?

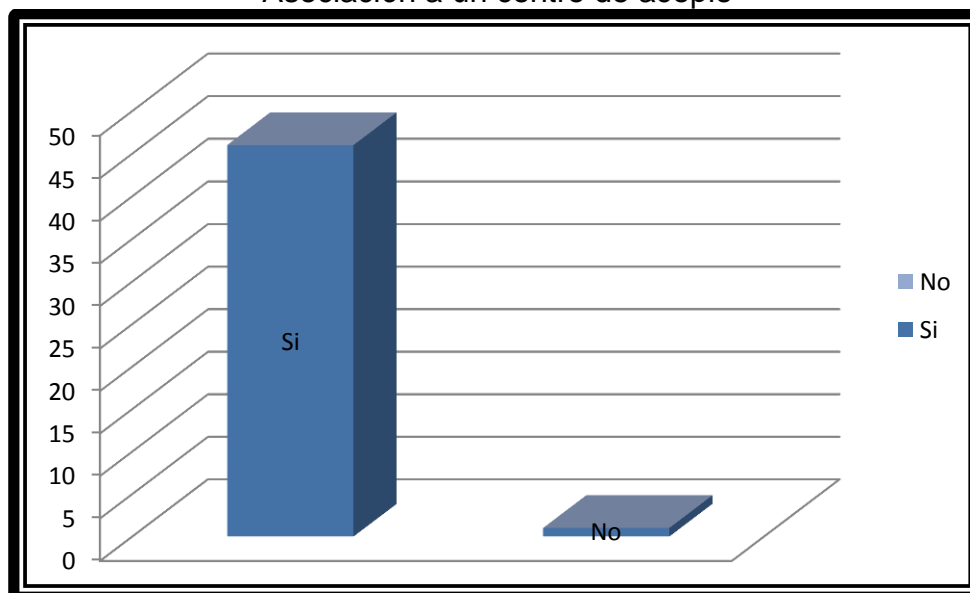
**Cuadro 11.**  
Asociación a un centro de acopio

| OPCIONES             | FRECUENCIAS | PORCENTAJE % |
|----------------------|-------------|--------------|
| Si                   | 46          | 100,00%      |
| No                   | 0           | 0,00%        |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>   | <b>100%</b>  |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 11. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico9.**  
Asociación a un centro de acopio



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 9. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

## ANÁLISIS

De los Agricultores encuestados según los datos tomados en consideración para este desarrollo nos muestra lo siguiente: la opción si con un 100% y No en un porcentaje total del 0% no se encuentran Asociados en ningún Centro de Acopio porque desconocen totalmente la forma de alianzarse y por ende comercializar con la agroindustria es por eso que en este sector se aprovechan los mediadores.

### **Pregunta No. 7**

¿Le interesaría agremiarse con sus compañeros en una forma organizada para mejorar el Centro de Acopio?

**Cuadro 12.**  
Interés de vínculo al centro de acopio

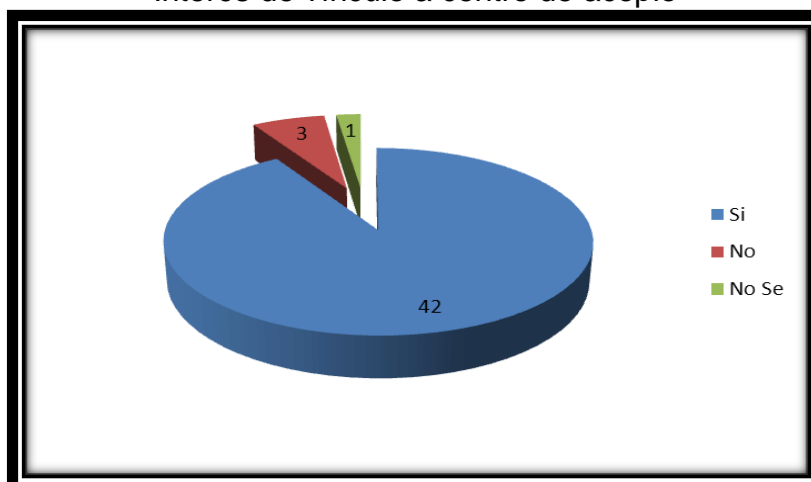
| <b>OPCIONES</b>      | <b>FRECUENCIAS</b> | <b>PORCENTAJE %</b> |
|----------------------|--------------------|---------------------|
| Si                   | 42                 | 91,30%              |
| No                   | 3                  | 6,52%               |
| No Se                | 1                  | 2,17%               |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>          | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 12. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico10.**

Interés de vínculo a centro de acopio



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 10. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

### **ANÁLISIS**

El estudio mediante las encuestas realizadas donde se les pregunta si les gustaría agremiarse con sus compañeros en una forma organizada para mejorar el centro de acopio nos indica lo siguiente: al conocer de los beneficios que ellos pueden obtener al comercializar directamente con la agroindustria el 91,30% indicó que si están dispuestos agremiarse para poder realizar un trabajo mancomunado y a su vez que este sea recompensado, mientras que el 6,52% dijo que No porque ya están acostumbrados a trabajar con los mediadores y no quieren verse relacionados con los demás agricultores, y la diferencia que es el 2,17% No saben porque desconocen en su totalidad las políticas de negociación por parte de la agroindustria.

### **Pregunta No. 8**

¿Ha tenido alguna propuesta por parte de la agroindustria?

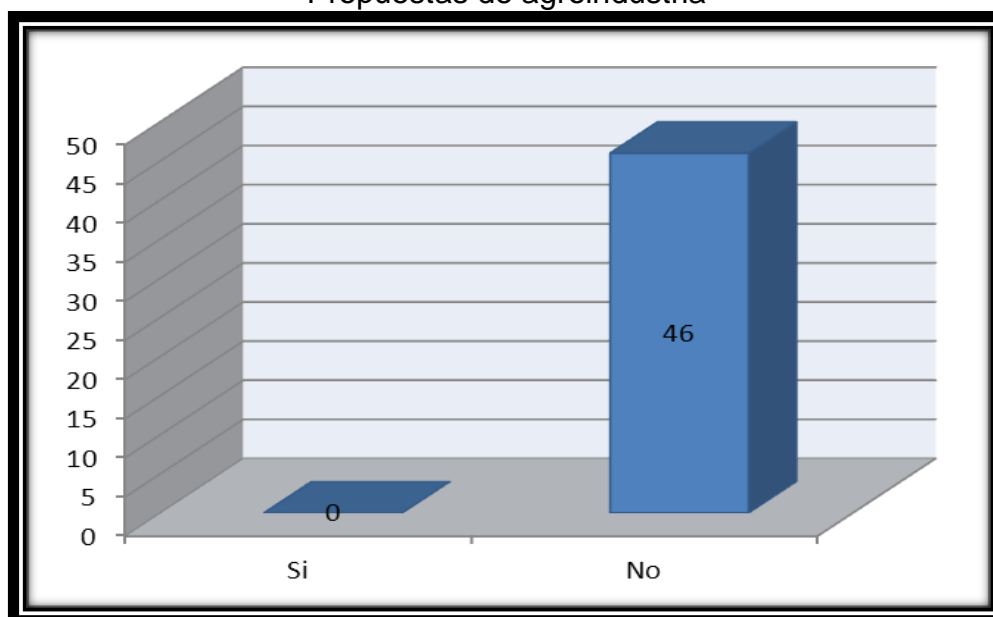
**Cuadro 13.**  
Propuestas de agroindustria

| OPCIONES             | FRECUENCIAS | PORCENTAJE % |
|----------------------|-------------|--------------|
| Si                   | 0           | 0,00%        |
| No                   | 46          | 100,00%      |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>   | <b>100%</b>  |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 13. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico 11.**  
Propuestas de agroindustria



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 11. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

### **ANÁLISIS**

El estudio mediante las encuestas realizadas donde se les pregunta si han tenido alguna propuesta por parte de la Agroindustria nos indica lo siguiente: la opción si con un 0% y No 100% aquí nos demuestra que los agricultores mayoristas (mediadores) de maracuyá comercializan directamente con la agroindustria por tal motivo no ha existido ninguna propuesta comercial con los demás agricultores.

### **Pregunta No. 9**

¿Conoce usted alguna Empresa que se interese en comercializar su Materia Prima

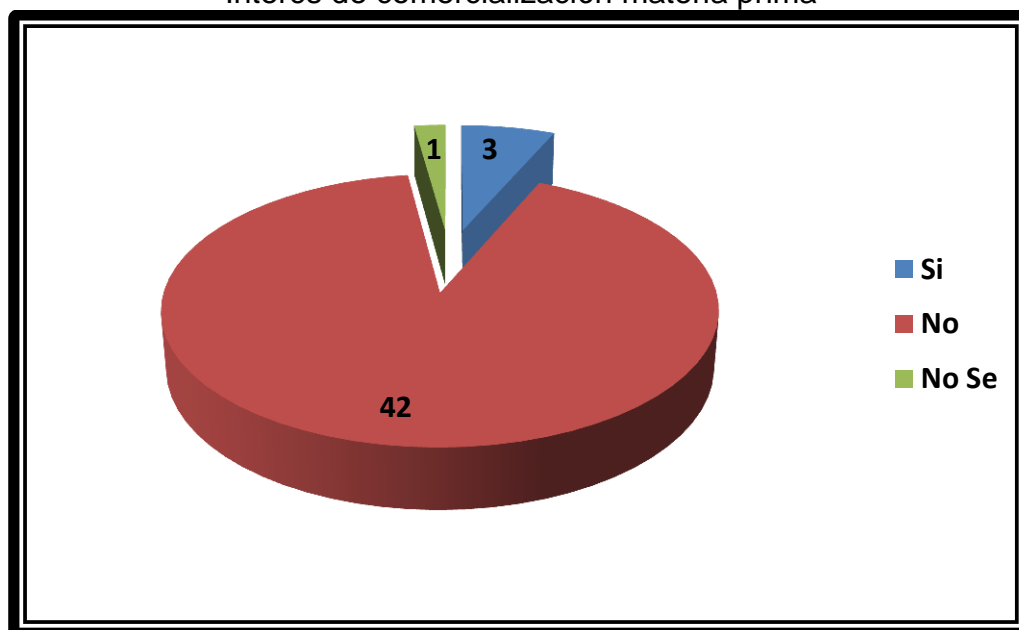
**Cuadro 14.**  
Interés de comercialización materia prima

| OPCIONES             | FRECUENCIAS | PORCENTAJE % |
|----------------------|-------------|--------------|
| Si                   | 3           | 6,52%        |
| No                   | 42          | 91,30%       |
| No Se                | 1           | 2,17%        |
| <b>Total General</b> | <b>46</b>   | <b>100%</b>  |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 14. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

**Grafico12.**  
Interés de comercialización materia prima



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 12. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

### **ANÁLISIS**

El estudio mediante las encuestas realizadas donde se les pregunta si conocen alguna Empresa que se interese en su Materia prima nos indica lo siguiente: la opción Si con un 6,52%, No 91,30% y No sé 2,17%, los que indicaron que si son los agricultores mayoristas que comercializan con la agroindustria, los que dijeron que no son los pequeños agricultores los cuales venden sus cosechas a los mayoristas mientras que los que desconocen del tema dijeron No Sé.



## **4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

### **Hipótesis General**

**Verificación.-** De acuerdo a los datos recopilados en las encuestas realizadas podemos observar que nuestro Proyecto tendrá una buena acogida por parte de los agricultores ya que se manifiesta una gran ventaja al reestructurar organizacionalmente el Centro de Acopio y por ende se incrementan los ingresos económicos de los agricultores del Sector El Chague.

### **Hipótesis particular No.1**

Nuestra demanda de la producción de maracuyá será factible ya que podemos aprovechar las oportunidades que nos ofrecerá la agroindustria nacional puesto que los agricultores están en un mayor porcentaje interesados en integrarse al trabajo mancomunado a desarrollarse en el Centro de Acopio y así poder obtener mejores resultados.

### **Hipótesis particular No.2**

El estudio realizado de los cultivos de maracuyá en el sector El Chague nos indica que por la carencia de implementación de estrategias han creado una gran distancia con la agroindustria nacional perdiendo el interés de incrementar sus cultivos y a su vez sus ingresos económicos puesto que se ven afectados por la escasez de capitales impidiéndoles aprovechar oportunidades donde se promueva el desarrollo de las actividades agrícolas en el sector y a su vez mejorar el rendimiento económico accediendo a créditos por medio de cooperativas Agrícolas o a su vez Entidades Financieras.

### **Hipótesis particular No.3**

Observamos que en un alto porcentaje los agricultores desconocen por completo las negociaciones directas con la agroindustria nacional sobre todo no tienen conocimientos sobre como liderar adecuadamente en el centro de acopio ni han tenido propuestas por parte de la misma lo cual esto afectado en gran parte a los

agricultores llegando al extremo de ser manejados por terceros impidiéndoles conocer el mercado real.

#### **Hipótesis particular No.4**

Hemos comprobado que los niveles de producción por hectáreas se mantienen en un mismo nivel no se ha obtenido incrementos en los mismos, esto acontece a que sus ingresos sean relativamente bajos porque los agricultores cuentan con poco capital para invertir en sus cultivos y al obtener las cosechas guardan la fruta para su consumo interno dejando de ofrecerla al mercado porque el precio que les pagan es demasiado bajo lo cual se demuestra que es necesario la organización para el mejoramiento del centro de acopio donde se les permita obtener beneficios equitativos y acorde al valor de la demanda de esta fruta.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Reestructurar organizacionalmente el centro de acopio de maracuyá en el sector El Chague Cantón Naranjito.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

El trabajador autónomo como es el agricultor siempre tiene un arduo trabajo por realizar es por ello que son personas dignas de admirar y sobre todo brindar la ayuda necesaria para que puedan enriquecer el conocimiento no solo en lo agrónomo sino también en la parte organizacional y administrativa y las microempresas son los modelos básicos que eligen los futuros empresarios para establecerse e intentar alcanzar sus metas y objetivos.

En esta parte específicamente hablando del tema, el cantón Naranjito nace desde los progenitores de nuestro Presidente Dr. Vicente Rocafuerte B., los mismos que vinieron de España y se posesionaron donde hoy es el cantón Naranjito en 1750. El "fundo" Naranjito por su climatología muy pródiga por la vegetación de diversas especies, como maderas de chanul, tangare, pechiche, amarillo, higueros, etc. pero muy en especial la abundancia de ACHIOTILLO, planta que en España se conocía con el nombre de naranjito, por tal razón don Jacinto Bejarano, padre de Vicente Rocafuerte bautizó con el nombre de Naranjito así la "fundo", luego la comunidad costumbrista fue grabándose el nombre, este nombre hasta la actualidad, esta floreciente población Sector El Chague tiene un capítulo especial dentro de la historia ecuatoriana por sus tradiciones, las que han venido transmitiéndose de generación en generación en relación a los cultivos.

## **Clasificación de los Centros de Acopio:**

No existe una clasificación única o definitiva para los centros de acopio agrícola, razón por la cual hemos asumido una clasificación funcional, que es la más utilizada entre técnicos e intermediarios, considerando que la misma debe ser estructurada con fines didácticos a fin de homogenizar su conocimiento y análisis, lo que permitirá adecuar posteriormente alguna manera de organización u sistematización operativa. A continuación la clasificación propuesta que deriva de las funciones que se desempeñan en cada tipo de centros de acopio, las cuales pueden generar diversas combinaciones como se expresara más adelante.

- **En función al producto acopiado:**

**Especializados:** se refiere a los centros de acopio dedicados a la concentración de un solo producto en particular, o grupos de estos según su afinidad.

**Diversificados:** cuando se acopian rubros pertenecientes a diferentes especies y variedades en un mismo lugar y tiempo, estamos frente a un centro de acopio diversificado.

- **En función al periodo de acopio:**

**Permanentes:** se denominan así los centros de acopios usados durante todo el año, en periodo regularmente continuos para un mismo rubro, o para rubros diferentes durante los periodos de cosecha del mismo.

**Eventuales:** se clasifican de esta forma los centros de acopio cuya utilización se limita a ciertos periodos continuos o alternos en el año, pero que se grado de especialización es tal que no pueden ser usados en otras actividades.

- **En función a su ubicación geográfica:**

**Rurales:** cuando se trata de centros de acopio ubicados en las mismas zonas de producción, tales como en el caso de hortalizas y frutales, que por su elevado grado de perecibilidad y exigencia de frescura en los centros de consumo, son reunidos y manipulados inicialmente en los campos o muy cercanos a estos, para luego ser trasladados en camiones especialmente acondicionados para la agroindustria.

**Peri-urbanos:** es la clasificación que reciben los centros de acopio en el perímetro de las ciudades y zonas anexas generalmente perteneciente a las cadenas de detallistas organizados o industrias procesados.

**Urbanos:** están representados por los almacenes, depósitos de los mayoristas y cadenas de detallista organizados, quienes realizan compras directas en el campo y con vehículos especialmente acondicionados, propiedad de los comerciantes o de transportistas especializados.

- **En función a la propiedad:**

**Públicos o estatales:** cuando pertenecen a alguna institución gubernamental, independientemente de tratarse del nivel municipal, regional o nacional. Los antiguos silos y centros de acopio de CASA y actualmente Mercal, son ejemplos de estos.

**Privados:** cuando el propietario es un particular individual o empresa privada, bien bajo la forma de compañía mercantil o cooperativa.

**Mixtos:** cuando la propiedad y operación es compartida entre entes gubernamentales y privados, bien por alianzas estratégicas, convenios o concesiones.

- **En función al alcance geográfico:**

**Locales:** cuando se trata de reunir la producción de una zona productiva, recibiendo la producción de varias unidades de producción a un asentamiento campesino, municipio o localidad.

**Regionales:** para centros de acopio destinados a la concentración de los productos de un estado o región del país, la cual acudirán las cosechas de uno o varios rubros.

**Nacionales:** se refiere al alcance de volúmenes o muestras representativas de la producción de todo el país.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

El compromiso central del centro de acopio es satisfacer las necesidades tanto del agricultor, la agroindustria y clientes finales a través de una estrategia de

organización y operación comercial que valore el trabajo arduo de los agricultores y con ellos ampliar sus ingresos económicos a través de ofertar la fruta como es el maracuyá con calidad, a buen margen de precio y a través de la cadena de abastecimiento,(producción, almacenamiento, distribución y transporte) en el tiempo oportuno a un bajo costo.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la propuesta**

- Reestructurar organizacionalmente el centro de acopio mediante la tecnificación de la producción con la finalidad de elevar el nivel socio económico.

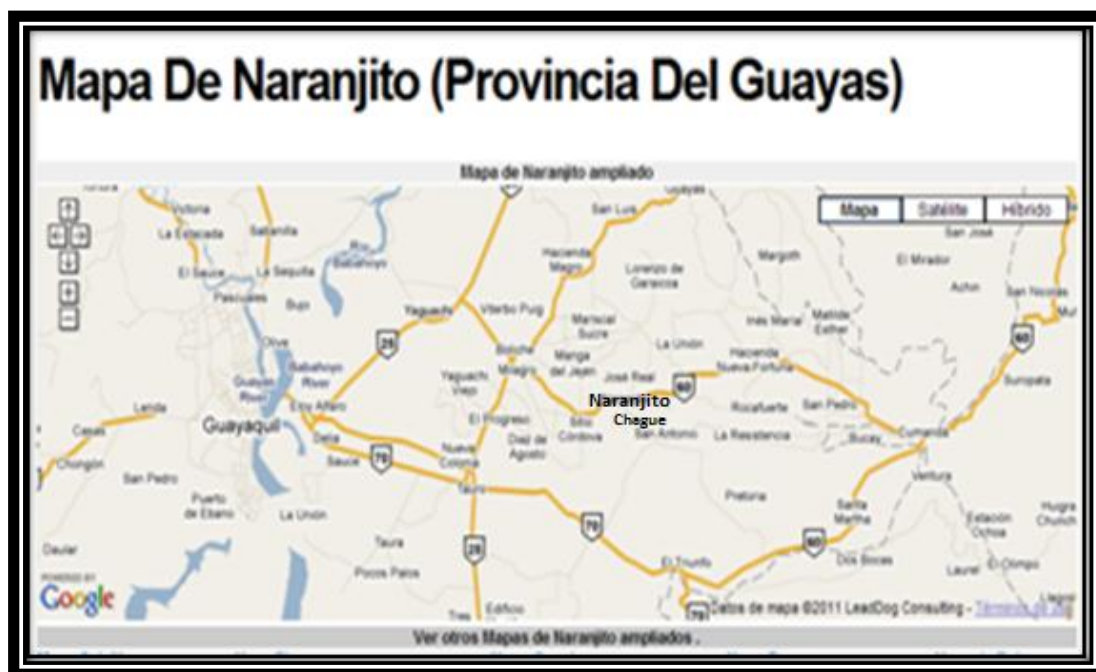
### **5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta**

- Crear la filosofía corporativa del centro de acopio.
- Señalar las características del centro de acopio (razón social, logotipo, tipo de institución, estructura organizacional).
- Detallar las funciones a cumplir por los miembros del centro de acopio.
- Desarrollar estrategias de Marketing Mix.
- Establecer la factibilidad legal, presupuestaria y técnica del negocio.
- Determinar los clientes empresariales para la comercialización de la fruta – maracuyá.
- Definir los procedimientos de negociación de la fruta.

## 5.5 UBICACIÓN

El lugar donde se provee ejecutar la organización del Centro de Acopio geográficamente está ubicado en el País de Ecuador, Provincia del Guayas, específicamente en el Cantón Naranjito, zona rural de la ciudad sector El Chague.

**Gráfico 13.**  
Mapa de naranjito



Fuente: Investigación de Mercado  
Gráfico 13. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández

El sector elegido nos brinda varias ventajas y oportunidades debido a que este es un sector con una aceptable acogida por parte de los agricultores, donde podrán organizarse entre sí y formar parte de un Centro de Acopio el cual les beneficiará en sus ingresos económicos en un futuro de acuerdo a sus niveles de cultivos de maracuyá.

## 5.6 FACTIBILIDAD

### Marco Legal

### SOCIEDADES ANONIMAS

## **Requisitos:**

La sociedad deberá constituirse con dos o más accionistas. La sociedad anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las sociedades cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

Son aplicables los requisitos del nombre, la solicitud de aprobación, el objeto social y el origen de la inversión, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los requisitos antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América.

## **PERMISOS**

### **a) Requisitos para solicitar el RUC**

#### **Personas Jurídicas**

- Formulario 01-A. **(Ver anexo # 7 )**
- Formulario 01-B. **(Ver anexo # 8 )**
- Copia clara de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal o pasaporte y tipo de visa en caso de ser extranjero.
- Original y copia clara del nombramiento legalizado, notariado y con reconocimiento de formas en caso de sociedades civiles de hecho.
- Autorización simple suscrita por el representante legal en caso de que el trámite no sea realizado por éste.
- Original y copia clara de la cédula y papeleta de votación de la persona que realiza el trámite.
- Planilla de luz, agua o teléfono actualizados o un mes anterior, impuesto predial o contrato de arrendamiento legalizado. En estos documentos deben constar en forma clara la dirección de la empresa y de los establecimientos.



- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil. Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Copia del Acuerdo Ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro. Copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Registro de Sociedades.
- Si el valor del patrimonio es igual o inferior al capital adjuntar declaración del impuesto a la renta.

**b) Permiso de Bomberos:**

Este permiso les permite desarrollar sus actividades comerciales sin ninguna novedad.**(Ver anexo #10)**

**PRIMERA VEZ**

- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntado fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado más copia del nombramiento si es de Cía.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras).
- Para venta de Gas (traer autorización de Hidrocarburo actualizada).
- Para venta o reparación de armas (traer autorización del Comando Conjunto).

**c) Requisitos para obtener la patente municipal:**

- Llene este Formulario “Solicitud de Patente Municipal”, con letra imprenta o máquina. **(Ver anexo # 11)**
- Personas Jurídicas: Escritura de Constitución de Sociedad.
- Contrato de arriendo del local o escritura de la propiedad.
- Certificado de Capital Inicial
- Patente Municipal

#### **d) Ministerio de Salud Publica**

Establecimiento de venta de productos al consumidor en estado natural, debe disponer bodegas adecuadas para su conservación.

#### **Requisitos para el Trámite de Permiso de Funcionamiento**

- Copia de la cédula del propietario o representante legal.
- Copia del RUC del establecimiento. **(Ver anexo # 9)**
- Copia del Cuerpo de Bomberos. **(Ver anexo # 10)**
- Modelo del Permiso de Funcionamiento. **(Ver anexo # 12 -13)**
- Formulario de Inspección. **(Ver anexo #14 )**

#### **e) Permiso para la ocupación de espacio publico**

Debe acercarse a la Administración Zonal a la que corresponda, al departamento Control de Espacio Público. Allí debe entregar un oficio al jefe del área y llenar un formulario en el que explique qué es lo que va a realizar y por cuánto tiempo ocupará la vereda. Un inspector visita el lugar y le indica desde dónde hasta dónde puede bloquear el paso (siempre se deja un espacio para el peatón). El costo del trámite va desde los USD 8, dependiendo del número de días que vaya a ocupar el lugar. Sea como sea, esa cantidad es mucho menor a los USD 200 de la multa por no pedir permiso.

## **f) Requisitos para la obtención de Cta. Cte.**

### **Personas Jurídicas (constituidas por ley)**

- Llenar solicitud de apertura de cuenta corriente para personas jurídicas, firmada por el Representante legal con todos los datos solicitados, anexando la siguiente documentación: **(Ver anexo # 15)**
- Fotocopia del Registro Único de Contribuyentes de la empresa
- Fotocopia del documento de identificación del representante legal o apoderado y firmas autorizadas:
- Ciudadanos Ecuatorianos: Cédula de Ciudadanía y papeleta de votación
- Recibo de último pago de agua, luz o teléfono de local donde funciona la empresa
- Fotocopia de la escritura de constitución de la Empresa debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Nombramiento y/o poder(es) vigente(s) del(los) representante(s) legal(es) e inscrito(s) en el Registro Mercantil del Cantón
- Original del certificado de existencia y cumplimiento de obligaciones vigente, expedido por la Superintendencia de Compañías o de Bancos según el caso
- Estados Financieros actualizados presentados a la Superintendencia de Compañías
- Detalle de los principales accionistas de la empresa presentado a la Superintendencia de Compañías o certificado por el Representante Legal
- Contrato de apertura de cuenta corriente suscrito por el Representante Legal de la Empresa.
- Formulario de transacciones iguales o superior a USD 5.000
- Carta de autorización del Representante Legal para inclusión de firmas autorizadas.

## **5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

### **Requerimientos del personal**

Para todo tipo de negocio es necesario tener lo mejor posible, es por ello que para nuestra micro empresa como va a ser un centro de acopio, es por ello que se requiere de un personal altamente calificado que desempeñe correctamente cada una de las funciones que se le asigne, con disposición plena a brindar su mayor esfuerzo en cada una de las actividades que realiza, para así en conjunto alcanzar un desarrollo óptimo del personal humano y de la propia organización a la que orgullosamente representan, con el propósito firme de alcanzar el éxito total para todos.

El personal es necesario para poder cumplir con todas las actividades generadas por el negocio está estructurado de la siguiente manera:

- **Área Administrativa**

Se encarga de realizar las respectivas gestiones para poder ofrecer el servicio de la manera más adecuada posible, gestionar horarios , seleccionar el personal más idóneo, el manejo de inventarios, la contabilidad respectiva de la empresa, compra de materiales e insumos necesarios.

El Área Administrativa está conformada por el siguiente personal

- Gerente
- Sub-Gerente
- Secretaría
- Asesor Externo (Ver Anexo 2 Organigrama Estructural, Anexo 3 Organigrama funcional y Anexo 4 Descripción de Funciones)

## **MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y VALORES DEL CENTRO DE ACOPIO**

### **MISIÓN**

Servir como elemento de apoyo a los agricultores de maracuyá de la zona del Chague, brindando asesoría en lo que respecta a la comercialización de ésta fruta.

## **VISIÓN**

Ser un referente de desarrollo de la agroindustria ecuatoriana, al brindar asesoría comercial a pequeños y medianos agricultores.

## **VALORES CORPORATIVOS**

**INTEGRIDAD.-** La honestidad en el manejo de las actividades relacionadas con la administración del centro de acopio podrán visualizarse en la constancia por aprender su manejo y en la labor desinteresada con que se llevan a efecto las actividades de comercialización, pensando siempre en el bien común de todos los agricultores de la zona.

**CONFIANZA.-** Es el resultado de un trabajo cooperativo y compartitivo por parte de todos los agricultores del sector, demostrando que las decisiones tomadas consideran los beneficios y perjuicios de la comunidad agrícola.

**TRABAJO EN EQUIPO.-** Demostrado en la confianza mutua que permite realizar un trabajo coordinado y mancomunado que tiene como finalidad el bien común.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL.-** Visualizada a través del resultado de las decisiones que se toman, obviamente porque los beneficiarios somos todos quienes conformamos el centro de acopio, teniendo como único objetivo el bien común.

**CUIDADO AL MEDIO AMBIENTE.-** Nuestro objetivo es trabajar cooperativamente, pero siempre en forma responsable con nuestra madre tierra, la misma que nos provee de los medios para subsistir.

## **ANÁLISIS FODA**

### **Fortalezas:**

- Costos adecuados y bajos para incursionar en mercados altamente competitivos, como una estrategia primaria.
- Productos tradicionales de muy buena calidad.
- Ubicación geográfica estratégica

- Existencia de local.
- Abundancia de recursos naturales.
- Máxima productividad para tierras de cultivos masivos.
- La mayoría de familias tiene experiencia en la actividad agrícola.
- Potencial agroindustrial.

#### **Oportunidades:**

- Posibilidad de alianzas estratégicas con proveedores y clientes.
- Fruta apetecida en varios mercados
- Población dispuesta a participar en el centro de acopio.
- Marco legal favorable y promotor de inversiones.
- Apertura favorable para negocios en la comunidad.
- Accesibilidad tecnológica.

#### **Debilidades:**

- Limitados contactos con mercados clientes.
- Vías secundarias de acceso al Sector el Chague en mal estado.
- Escasa cultura en el cuidado del medio ambiente y en preservación de recursos naturales.
- Ausencia de orientación en organización y gestión a las organizaciones sociales de base.
- Escasa gestión en protección del medio ambiente.
- Sistema de comercialización deficiente.
- Ausencia de cultura.

#### **Amenazas:**

- Fenómenos naturales que son prácticamente impredecibles; fenómeno de la niña, del niño, inundaciones, etc.
- Pérdida de interés en los cultivos de maracuyá en el Ecuador debido a la debilidad de la explotación de los productos.
- Profundización de la crisis económica y social.

- Disminución de producto básico por incremento de nuevas plazas.
- Presencia de plagas y enfermedades en los cultivos.
- Contaminación ambiental.

### CUADRO 15. ANÁLISIS FODA

| FORTALEZAS  | OPORTUNIDADES  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos adecuados y bajos para incursionar en mercados altamente competitivos, como una estrategia primaria.</li> <li>• Productos tradicionales de muy buena calidad.</li> <li>• Ubicación geográfica estratégica</li> <li>• Existe un local destinado para crear el centro de acopio.</li> <li>• Abundancia de recursos naturales.</li> <li>• Máxima productividad para tierras de cultivos masivos.</li> <li>• La mayoría de familias tiene experiencia en la actividad agrícola.</li> <li>• Potencial agroindustrial.</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de alianzas estratégicas con proveedores y clientes (mercados mayoristas o minoristas).</li> <li>• Fruta apetecida en varios mercados</li> <li>• Población dispuesta a participar en el centro de acopio.</li> <li>• Marco legal favorable y promotor de inversiones.</li> <li>• Apertura favorable para negocios en la comunidad.</li> <li>• Accesibilidad tecnológica.</li> </ul>   |
| DEBILIDADES   | AMENAZAS   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitados contactos con mercados clientes.</li> <li>• Vías secundarias de acceso al Sector el Chague en mal estado.</li> <li>• Escasa cultura en el cuidado del medio ambiente y en preservación de recursos naturales.</li> <li>• Ausencia de orientación en organización y gestión a las organizaciones sociales de base.</li> <li>• Escasa gestión institucional en protección del medio ambiente.</li> <li>• Sistema de comercialización deficiente.</li> <li>• Ausencia de cultura.</li> <li>• Ausencia de incentivos para la inversión.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fenómenos naturales que son prácticamente impredecibles; fenómeno de la niña, del niño, inundaciones, etc.</li> <li>• Perdida de interés en los cultivos de maracuyá en el Ecuador debido a la debilidad de la explotación de los productos.</li> <li>• Ausencia de un Plan Estratégico que permita la creación de un Centro de Acopio.</li> <li>• Profundización de la crisis económica y social.</li> <li>• Disminución de producto básico por incremento de nuevas plazas.</li> <li>• Presencia de plagas y enfermedades en los cultivos.</li> <li>• Contaminación ambiental.</li> </ul> |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 15. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**REJILLAS FO – FA- DO- DA (Ver anexos # 16-17-18-19)**

**CUADRO 16.**  
**ANÁLISIS FOFADODA**

|   | <b>FORTALEZAS</b>   | <b>DEBILIDADES</b>   |
|---|---|--|
| <b>FACTORES INTERNOS</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abundancia de recursos naturales.</li> <li>• Población interesada en su desarrollo personal y social.</li> <li>• Máxima productividad para tierras de cultivos masivos.</li> <li>• La mayoría de familias tiene experiencia en la actividad agrícola.</li> <li>• Potencial agroindustrial.</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• limitados contactos con mercados clientes</li> <li>• Vías secundarias de acceso al Sector el Chague en mal estado.</li> <li>• Escasa cultura en el cuidado del medio ambiente y en preservación de recursos naturales.</li> <li>• Ausencia de orientación en organización y gestión a las organizaciones sociales de base.</li> <li>• Escasa gestión en protección del medio ambiente.</li> </ul> |
| <b>FACTORES EXTERNOS</b>  |   |  |
| <b>OPORTUNIDADES</b>  | <b>ESTRATEGIA (FO)</b>  | <b>ESTRATEGIA (DO)</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de alianzas estratégicas con proveedores y clientes (mercados mayoristas o minoristas).</li> <li>• Fruta apetecida en varios mercados.</li> <li>• Población dispuesta a participar en el centro de acopio.</li> <li>• Marco legal favorable y promotor de inversiones.</li> <li>• Apertura favorable para negocios en la comunidad.</li> <li>• Accesibilidad tecnológica.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear alianzas estratégicas que aseguren la comercialización de la fruta.</li> <li>• Difundir los beneficios del centro de acopio.</li> <li>• Capacitar administrativamente a los agricultores para que a futuro lideren el centro de acopio.</li> <li>• Acceder a créditos para invertir en infraestructura.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indagar sobre nuevos mercados.</li> <li>• Brindar capacitación técnica-agrícola.</li> <li>• Pagar precios justos por la fruta.</li> </ul>   |

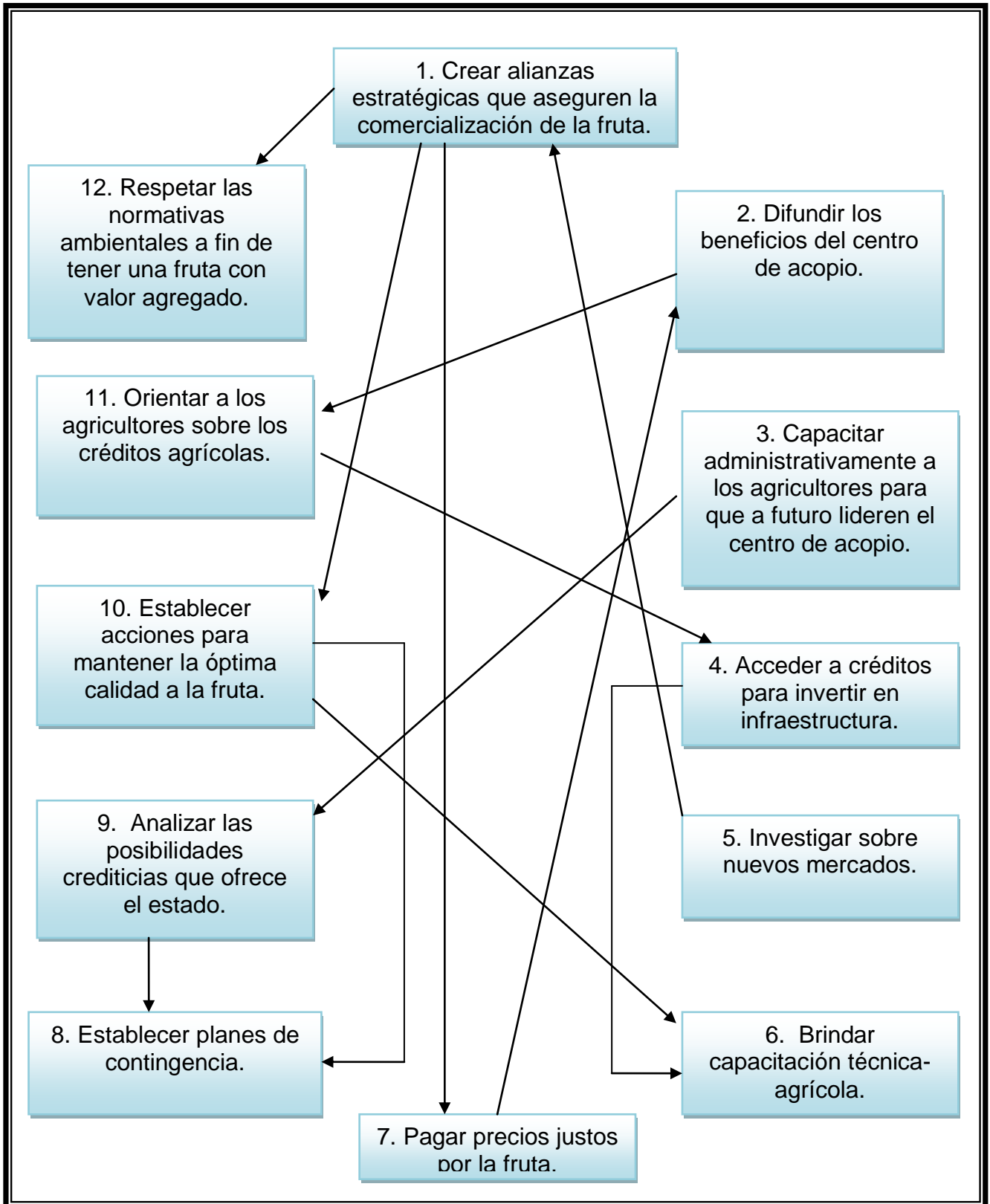


| AMENAZAS  | ESTRATEGIA (FA)   | ESTRATEGIA (DA)   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fenómenos naturales que son prácticamente impredecibles; fenómeno de la niña, del niño, inundaciones, etc.</li> <li>• Perdida de interés en los cultivos de maracuyá en el Ecuador debido a la debilidad de la explotación de los productos.</li> <li>• Ausencia de un Plan Estratégico que permita la creación de un Centro de Acopio.</li> <li>• Profundización de la crisis económica y social.</li> <li>• Disminución de producto básico por incremento de nuevas plazas</li> <li>• Presencia de plagas y enfermedades en los cultivos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer planes de contingencia.</li> <li>• Analizar las posibilidades crediticias que ofrece el estado.</li> <li>• Establecer acciones de producción para mantener la óptima calidad a la fruta.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientar a los agricultores sobre los créditos agrícolas.</li> <li>• Respetar las normativas ambientales a fin de tener una fruta con valor agregado.</li> </ul> |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 16. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**CUADRO 17.  
MAPA DE RELACIONES**



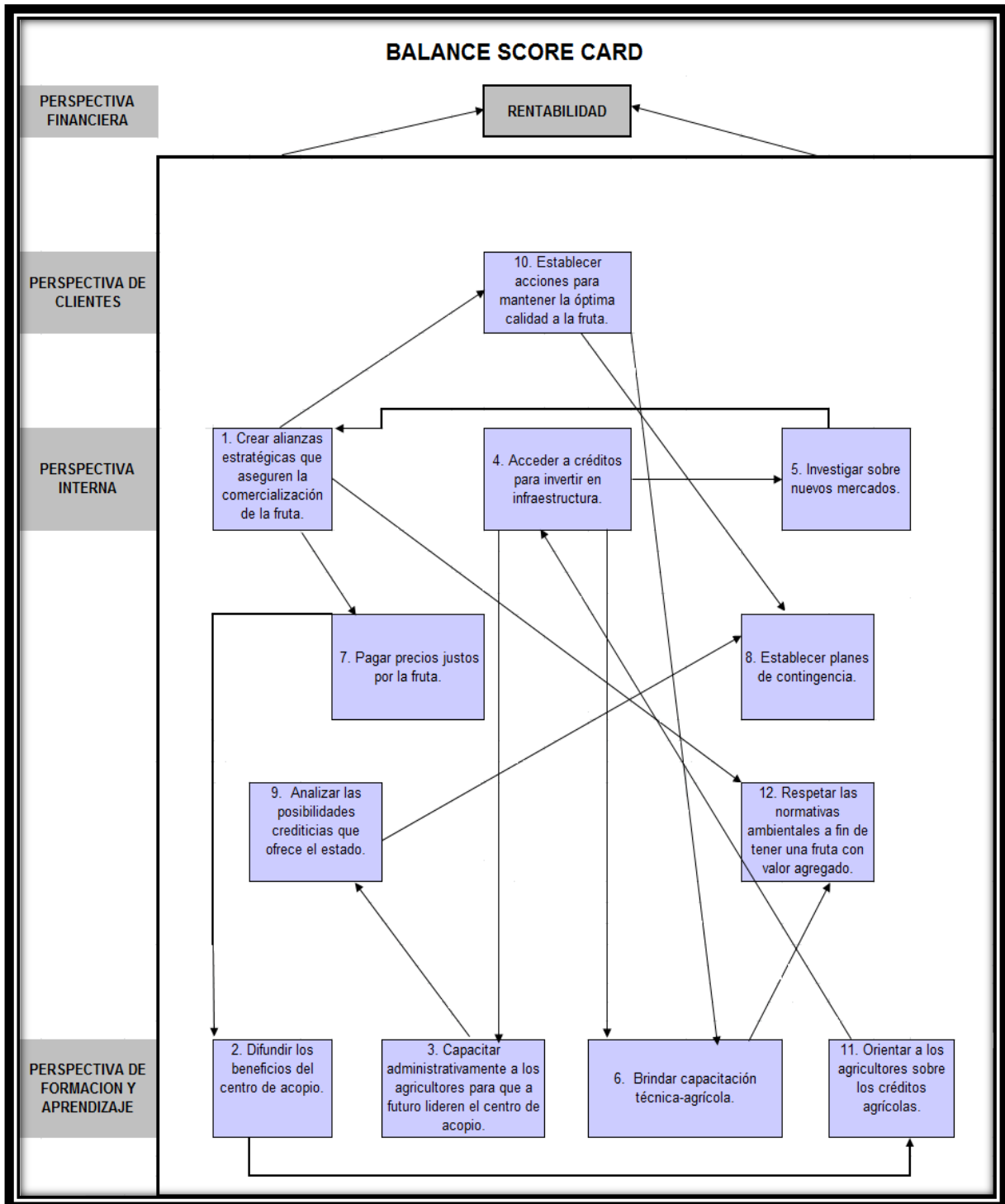
Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 17. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**CUADRO 18.  
ANÁLISIS DE ENTRADAS Y SALIDAS**

| ESTRATEGIAS   | ENTRADAS<br>(EFECTO) | SALIDAS<br>(CAUSA) |
|---|----------------------|--------------------|
| Crear alianzas estratégicas que aseguren la comercialización de la fruta.                       | 1                    | 2                  |
| Difundir los beneficios del centro de acopio.   | 0                    | 1                  |
| Capacitar administrativamente a los agricultores para que a futuro lideren el centro de acopio. | 1                    | 1                  |
| Acceder a créditos para invertir en infraestructura.  | 1                    | 3                  |
| Investigar sobre nuevos mercados.   | 1                    | 1                  |
| Brindar capacitación técnica-agrícola.  | 2                    | 1                  |
| Pagar precios justos por la fruta.  | 1                    | 1                  |
| Establecer planes de contingencia.  | 2                    | 0                  |
| Analizar las posibilidades crediticias que ofrece el estado.                                    | 1                    | 1                  |
| Establecer acciones para mantener la óptima calidad a la fruta.                                 | 1                    | 2                  |
| Orientar a los agricultores sobre los créditos agrícolas.                                       | 1                    | 1                  |
| Respetar las normativas ambientales a fin de tener una fruta con valor agregado.                | 2                    | 0                  |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 18. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**Cuadro 19.  
BALANCE SCORE CARD**



Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 19. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**Cuadro 20.  
CUADRO DE MANDO INTEGRAL**

| <b>PERSPECTIVAS</b>               | <b>ESTRATEGIAS</b>  | <b>META</b>  | <b>INDICADORES</b>   | <b>TECNICAS</b>  |
|-----------------------------------|---|--|--|--|
| <b>4. PERSPECTIVA FINANCIERA</b>  | El cumplimiento de las estrategias permitirá la rentabilidad.   | Obtener ganancias liquidas y crecimiento organizacional.   | Ganancias en los estados financieros.  | Análisis de estados financieros.   |
| <b>3. PERSPECTIVA DE CLIENTES</b> | Establecer acciones para mantener la óptima calidad a la fruta.   | Alcanzar estándares adecuados para satisfacción de mayoristas y minoristas.  | Conservación y durabilidad de la fruta previa a la comercialización.   | Reportes de normas de aprobación.  |
|                                   | <p>Crear alianzas estratégicas que aseguren la comercialización de la fruta.</p> <p>Acceder a créditos para invertir en infraestructura.</p> <p>Investigar sobre nuevos mercados.</p> | <p>Abarcar el mercado en sus máximos niveles.</p> <p>Poseer espacio físico propio de acuerdo a las necesidades de las actividades desarrolladas.</p> <p>Obtener nuevos potenciales clientes.</p> | <p>Aceptación en el medio</p> <p>Cumplimiento de cada una de las actividades.</p> <p>Crecimiento y expansión del Centro de Acopio.</p> | <p>Incremento de ganancias.</p> <p>Consecución de la misión establecida por el centro de acopio.</p> <p>Crecimiento de clientes.</p> |

|   |  |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| <p><b>2. PERSPECTIVA INTERNA</b></p>                    | <p>Pagar precios justos por la fruta.</p> <p>Establecer planes de contingencia.</p> <p>Analizar las posibilidades crediticias que ofrece el estado.</p> <p>Respetar las normativas ambientales a fin de tener una fruta con valor agregado.</p>                            | <p>Captar y mantener interés de agricultores.</p> <p>Disminuir impactos de los posibles riesgos durante el proceso de la actividad.</p> <p>Fomentar al desarrollo de esta actividad.</p> <p>Otorgar un producto de calidad, y cien por ciento natural.</p> | <p>Crear fidelidad en los agricultores para la compra de la fruta.</p> <p>Evitar posibles pérdidas en los cultivos.</p> <p>Crecimiento en el sector agrícola.</p> <p>Cumplimientos de pruebas y requisitos previos a la comercialización.</p> | <p>Satisfacción de los agricultores.</p> <p>Mantenimiento adecuado de la fruta maracuyá.</p> <p>Cumplimiento de actividades diarias.</p> <p>Documentos en regla de acuerdo a las inspecciones realizadas.</p> |
| <p><b>1. PERSPECTIVA DE FORMACION Y APRENDISAJE</b></p> | <p>Difundir los beneficios del centro de acopio.</p> <p>Capacitar administrativamente a los agricultores para que a futuro lideren el centro de acopio.</p> <p>Brindar capacitación técnica-agrícola.</p> <p>Orientar a los agricultores sobre los créditos agrícolas.</p> | <p>Agremiar más agricultores.</p> <p>Alcanzar objetivos planteados.</p> <p>Crear nuevos procesos para las actividades.</p> <p>Fomentar al desarrollo de esta actividad.</p>  | <p>Incrementar número de agricultores agrícolas.</p> <p>Estabilidad organizacional.</p> <p>Intervención de nuevos procesos.</p> <p>Instituciones Financieras Cooperativas Agrícolas.</p>  | <p>Observación de Reportes (documentos).</p> <p>Productividad.</p> <p>Eficiencia en la Producción.</p> <p>Inversiones en Actividades Agrícolas.</p>   |

## ANÁLISIS DE MERCADO

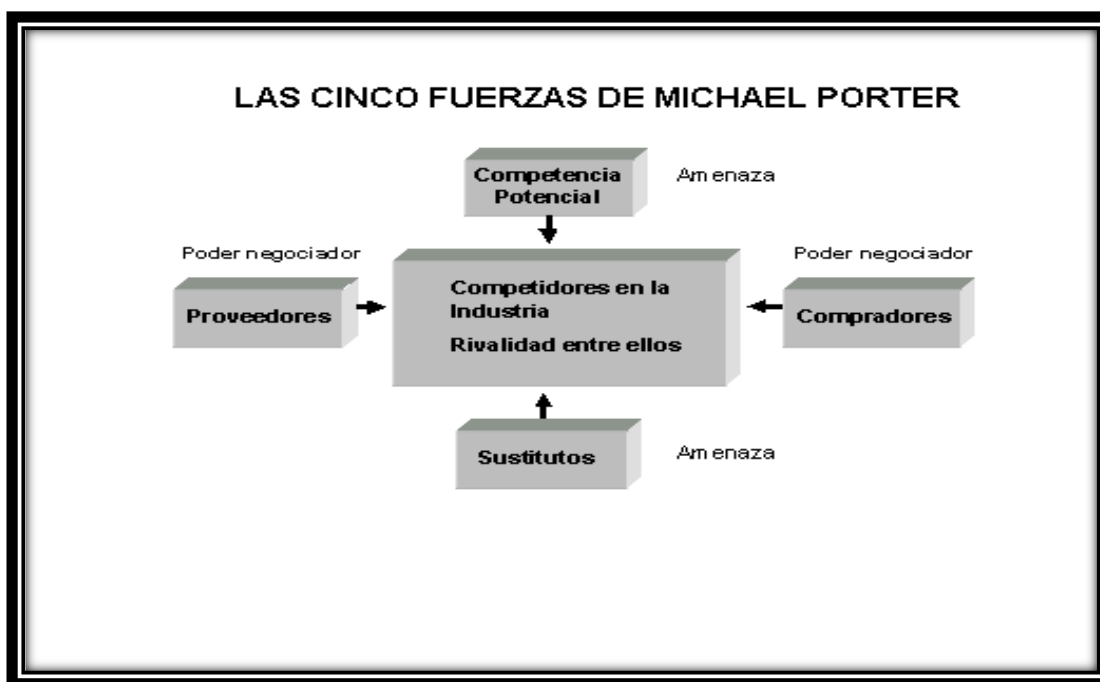
Para poder obtener una información real y convincente de la situación actual del medio, utilizaremos una herramienta muy eficaz para hacer un análisis del sector externo de nuestro Centro de Acopio, el cual será esencial para así conocer más detalladamente el entorno en que se encuentra el negocio o actividad que pretendemos poner en marcha.

De acuerdo a este modelo analítico las Fuerzas a tomar en cuenta son:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores
2. La Rivalidad entre competidores existentes
3. Poder de negociación de los proveedores
4. Poder de negociación de los compradores
5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

### Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter

**Gráfico 14.**  
Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Investigación de Mercado  
Gráfico 14. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Debemos estar preparados para la incursión de nuevos agricultores llamados mayoristas y de agroindustrias que se interesen en la fruta ya sea por precio, o servicio y también por la apertura de nuevos y mejores centros de acopios de otros sectores son las barreras que debemos saber manejar sin descuidar en ningún momento y abastecer a la agroindustria con esta fruta como es el maracuyá.

**Rivalidad entre los competidores:** Para un centro de acopio será más difícil competir en un mercado o en un segmento donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

La Rivalidad dependerá de:

- Número y tamaño de competidores
- Crecimiento del sector
- Diferenciación del producto/servicio
- Barreras de salida

### **Número y tamaño de competidores**

Es primordial mencionar que en el medio actual no existen competidores en el sector, es decir pasaríamos a convertirnos en un negocio monopolista, con fines de lucro común social únicos en el sector de El Chague.

Las planificaciones de estos centros son de poca importancia para ellos, es decir no existen Metas, Objetivos, Misión, Visión, todo esto significa que no forman parte de la empresa mostrando así algo de inestabilidad ya que no se define qué es lo que pretenden alcanzar en un lapso de tiempo.

### **Crecimiento de Sector**

A medida que transcurre el tiempo se pone en evidencia que en el actual medio en que nos encontramos, la creación o ubicación de un centro de acopio de crecimiento veloz, es decir es un negocio fácil de incursionar, aquí persiste la diferenciación de



unos con otros, dependiendo de sus recursos materiales y financieros van a ofrecer algo diferenciado a los demás pero siempre con el mismo objetivo, el de proporcionar materia prima a la agroindustria.

### **Diferenciación del Servicio**

A medida que todos y cada uno de los aspectos básicos e importantes se van modernizando, este tipo de servicio de igual manera debe adaptarse a dichos cambios, con un buen manejo organizado y personalizado.

### **Barreras de Salida**

Para proporcionar el servicio no existen mayores impedimentos para proporcionarlo a los usuarios, aspectos importantes como mantener en regla la parte legal para el correcto funcionamiento de la oficina o del local, documentos en regla de los vehículos a utilizar, son imprescindibles para poner en marcha el negocio.

**Poder de negociación de los proveedores:** Convencer a nuestro proveedor sobre que los agricultores cuentan con un almacenaje de fruta necesario para proveer a su mercado ya que se encuentran organizados gremialmente contando con el recurso como es el maracuyá y puedan imponer sus condiciones de precio y de pagos. La situación se puede manejar de la mejor forma más aún porque la agroindustria captaría directamente la fruta de todos los agricultores agremiados en el respectivo centro de acopio.

**Poder de negociación de los compradores:** Un centro de acopio para que pueda tener una buena acogida se deberá a su medio de organización a la entrega de la fruta en el día o tiempo previsto ya que no podemos correr en el riesgo de que los sectores aledaños sustituyan o vendan lo que corresponde al sector El Chague. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en el pedido de la fruta y de reducción de precios, de mayor calidad y servicios.

**Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento se hace poco atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados con la finalidad que incursionan

agricultores de otros sectores con el fin de obtener mejores beneficios o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad del centro de acopio.

## MARKETING MIX

**Gráfico 15.**  
Las 5 P del Marketing



Fuente: Investigación de Mercado  
Gráfico 15. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

**Las estrategias de la mezcla original del marketing son las siguientes:**

**1.- Estrategias de Producto:**

**Nombre Comercial:**

CHAGUE SOCIEDAD ANÓNIMA.

**Slogan:**

Piensa en ti, consume lo sano y natural.

## Logotipo

### Gráfico 16.

#### LOGOTIPO



Gráfico 16. Elaborado por: Alexandra Andrade y Janeth Fernández.

En el logo reflejamos la fruta en fresco que es lo que los agricultores del sector del Chague ofrecen, además haciendo hincapié en el Sector hemos tomado su Inicial (CH).

#### **Descripción del servicio ofrecido:**

Almacenamiento y posterior comercialización de la fruta evitando la intermediación y la discriminación de precios. Esta actividad fortalecerá la acción agrícola y dará inicio a la acción comercial del maracuyá de la zona del Chague.

#### **Distribución de las áreas:**

El Centro de acopio está ubicado en el Sector del Chague, se escogió dicho lugar porque es propio de agricultura y por ende posee una gran amplitud siendo un factor que brinda comodidad tanto para mantener la fruta en la parte interior del local y a su vez es adecuado y los agricultores puedan acudir sin ningún inconveniente.

El local cuenta con un área total de 450 metros cuadrados

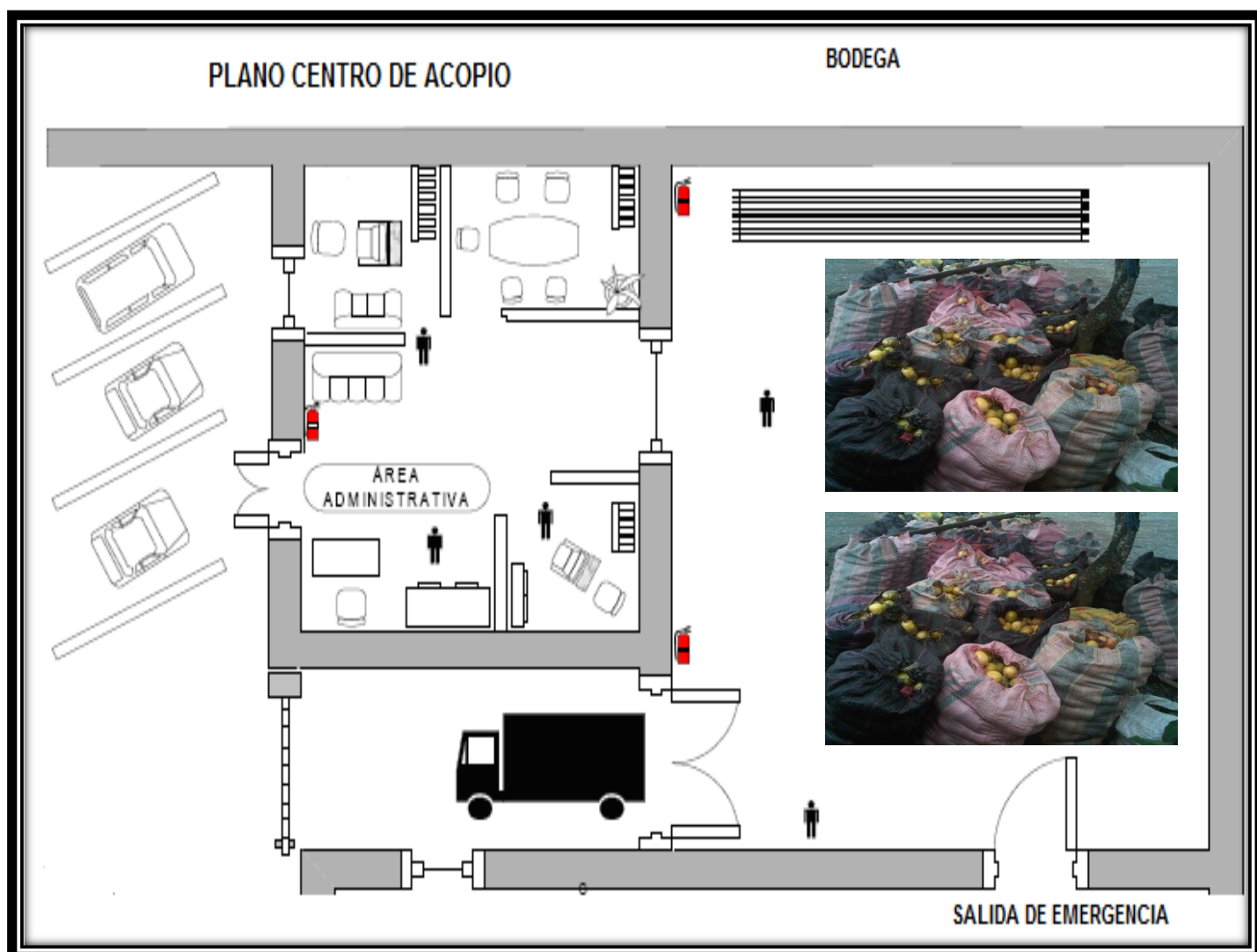
Área Administrativa: 15 metros de ancho por 10 metros de largo total 150 metros cuadrados.

Área de Bodega: 20 metros de ancho por 15 metros de largo total 300 metros cuadrados.

Atención a los agricultores: 08:00 a 12:00 14:00 a 17:00.

### Grafico 17.

Plano Centro de Acopio



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 17. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

### Localización y Tamaño

Capacidad

La capacidad propia del centro d acopio tendrá las facilidades del caso para que tanto los agricultores como la propia agroindustria puedan tener mayor facilidad de ingreso y puedan acercarse a realizar sus actividades competentes. El espacio contará con un lugar fresco y adecuado para el almacenamiento de la fruta, a más de atender las inquietudes que se presenten por parte y parte de los vinculados, contara con espacio físico para la ubicación de las balanzas y para el acceso de transporte de carga de la fruta.

## **2.- Estrategia de Personal:**

Se basarán en ofrecer capacitación a quienes manejan administrativamente el centro de acopio, por ende estará socializada entre todos los agricultores de la zona para que estén preparados y asuman la dirección del mismo.

## **3.- Estrategias de Precio:**

Estarán encaminadas a pagar un precio justo por la fruta, el mismo que dependerá del precio de mercado. Observando una ganancia que permitirá el mantenimiento del centro de acopio y el pago de quienes se encargarán de su administración.

## **4.- Estrategias de Plaza:**

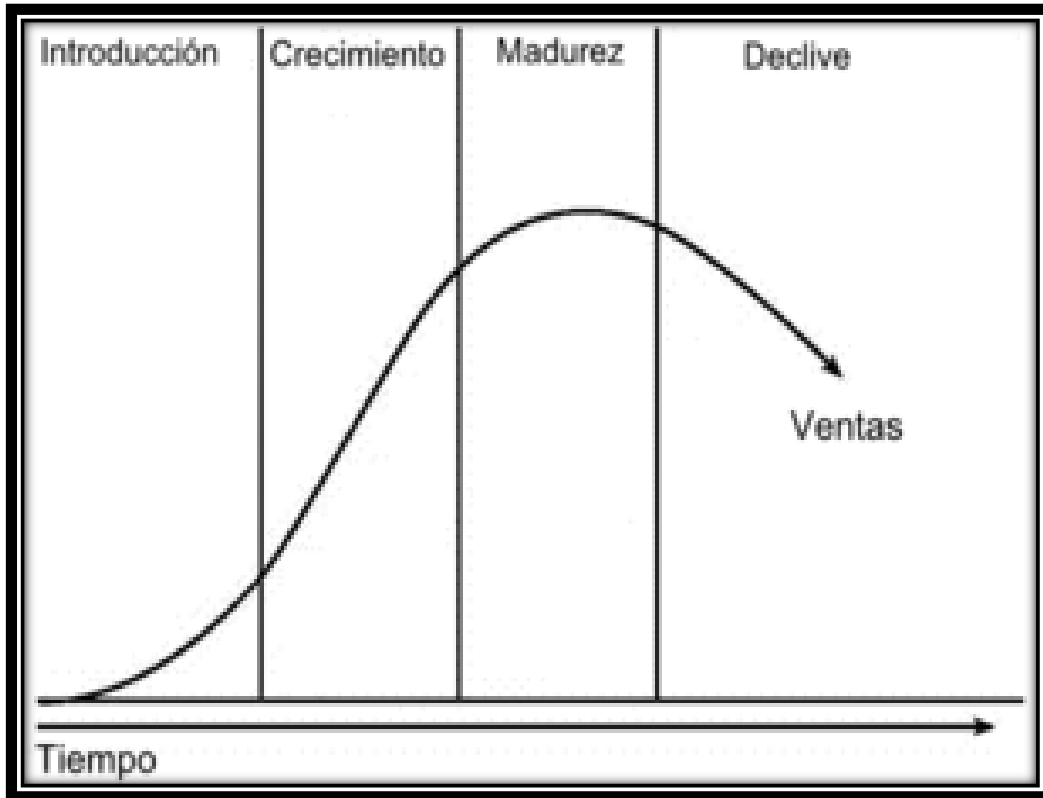
La distribución será directa, así se evitará la intermediación y se obtendrán mayores ganancias al trabajar con precios establecidos por la oferta y demanda del mercado, aceptando las regulaciones de las leyes comerciales.

## **5.- Estrategias de Promoción:**

Las estrategias de promoción estarán encaminadas hacia el acopio de la fruta. De esta forma cuando el agricultor desee acceder a los servicios se les otorgará precios preferenciales con descuentos del 10% en relación a quienes utilizan el espacio de bodegas de forma muy esporádica.

### Grafico 18.

#### Esquema del Ciclo de vida del proyecto



Fuente: Investigación de Mercado

Grafico 18. Elaborado por: Alexandra Andrade - Janeth Fernández.

El presente proyecto tiene un ciclo de vida es decir un tiempo en el cual está determinado desde su primer punto de partida su Introducción consecuentemente se ha analizado su crecimiento para luego medir su madurez hasta que tengamos el implemento del mismo quiere decir el cierre del ciclo.

#### 5.7.1 Actividades

- **INTEGRACIÓN CON AGRICULTORES**
- Reunir grupo de agricultores que van a realizar actividades de recolección.
- Evaluar destrezas y experiencia de cada uno de los agricultores.
- Dar a conocer cuáles son las metas y objetivos a alcanzar.

- Motivar a los agricultores a concretar dichas metas y objetivos.
- Fijar fecha de inicio de nuevas actividades.
- Mostrar cronograma de actividades.
- Dar finalizado la integración
  
- **CAPACITACIÓN A AGRICULTORES SOBRE NUEVAS TÉCNICAS**
- Reunir grupo de agricultores.
- Mencionar puntos a tratar.
- Incrementar conocimientos sobre agricultura.
- Comprobar asimilación de nuevos conocimientos
- Finalizar capacitación.
  
- **ADAPTACIÓN Y EJECUCIÓN DE NUEVOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN**
- Evaluar antiguos procedimientos en forma de producción de la fruta
- Adecuar nuevos procedimientos mencionados en la capacitación.
- Mejorar formas de producir la fruta.
- Analizar posibles errores
- Verificar correcto cumplimiento de objetivos en la producción.
  
- **ADAPTACIÓN Y EJECUCIÓN DE NUEVOS PROCESOS EN MAXIMIZACIÓN DE RECURSOS**
- Evaluar antiguos procedimientos en forma de maximización de recursos.
- Adecuar nuevos procedimientos mencionados en la capacitación.
- Mejorar formas de maximizar recursos en sustancias químicas, realización de pozo, etc.
- Analizar posibles errores
- Verificar correcto cumplimiento de maximización de recursos.
- **NEGOCIACIÓN PREVIA CON AGROINDUSTRIA**
- Analizar mercado objetivo de la Agroindustria.
- Contactar posibles clientes en la Agroindustria.
- Conocer posibles ganancias sobre venta de la fruta a clientes en la Agroindustria.

- Concretar acuerdos con clientes.
- Fijar fecha de entrega de frutas.
- **NEGOCIACIÓN FINAL CON AGROINDUSTRIA**
- Contactar con cliente elegido para concretar negociación.
- Esperar para entregar las frutas en sus respectivos saquillos.
- Recibir cantidades monetarias fijadas previamente por la cantidad de fruta solicitada.
- **ENTREGA DE PRODUCTOS**
- Despachar cantidad de fruta previamente acordada.
- Obtener cantidad monetaria exacta de acuerdo al precio acordado por la fruta
- Entrega de la fruta en saquillos.
- Entrega de facturas y comprobantes de compra.

### 5.7.2 Recursos, análisis financiero

Nuestro proyecto de investigación y desarrollo estará conformado por:

**Cuadro21.**  
Talento Humano

| CANTIDAD | PERSONAL       |
|----------|----------------|
| 1        | GERENTE        |
| 1        | SUB-GERENTE    |
| 1        | SECRETARÍA     |
| 1        | ASESOR EXTERNO |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 21. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández



## RECURSOS Y MEDIOS DE TRABAJO

Los recursos a utilizar serán:

**Cuadro 22.**  
Recursos y medios de trabajo

| CANTIDAD | EQUIPO DE COMPUTACIÓN     |
|----------|---------------------------|
| 3        | COMPUTADORAS              |
| 3        | IMPRESORAS MULTIFUNCIONAL |
| 3        | ESCRITORIOS               |
| 3        | SILLAS EJECUTIVAS         |
| 1        | TELEFONO                  |
| 1        | SUMADORA                  |
| 2        | BALANZAS                  |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 22. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

## RECURSOS FINANCIEROS

**Cuadro23.**  
Recursos Financieros

| CANTIDAD | DESCRIPCION         | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|----------|---------------------|----------------|-------------|
| 3        | Computadores        | \$700          | \$2100      |
| 3        | Impresora Funcional | \$80           | \$240       |
| 3        | Escritorios         | \$40           | \$120       |
| 3        | Sillas Ejecutivas   | \$25           | \$75        |
| 1        | Teléfono            | \$20           | \$20        |
| 1        | Sumadora            | \$58           | \$58        |
| 2        | Balanzas            | \$350          | \$700       |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 23. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

**Cuadro 24.**  
Inversión Activos Fijos

| <b>CHAGUE S.A.</b>   |   |                    |                 |
|----------------------|---|--------------------|-----------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b> |   |                    |                 |
| <b>CANTIDAD</b>      | <b>DESCRIPCION</b>                      | <b>C. UNITARIO</b> | <b>C. TOTAL</b> |
|                      | <b>MUEBLES Y ENSERES</b>                |                    |                 |
| <b>3</b>             | ESCRITORIOS                             | 40,00              | 120,00          |
| <b>3</b>             | SILLAS EJECUTIVAS                       | 25,00              | 75,00           |
|                      | <b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>          |                    | <b>195,00</b>   |
|                      | <b>EQUIPOS DE OFICINA</b>               |                    |                 |
| <b>1</b>             | TELEFONO                                | 20,00              | 20,00           |
| <b>1</b>             | SUMADORA                                | 58,00              | 58,00           |
|                      | <b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>         |                    | <b>78,00</b>    |
|                      | <b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>            |                    |                 |
| <b>3</b>             | COMPUTADORAS                            | 700,00             | 2.100,00        |
| <b>3</b>             | IMPRESORA MULTIFUNCIONAL                | 80,00              | 240,00          |
|                      | <b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>   |                    | <b>2.340,00</b> |
|                      | <b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>            |                    |                 |
| <b>2</b>             | BALANZAS                                | 350                | 700,00          |
|                      | <b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>      |                    | <b>700,00</b>   |
|                      | <b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b> |                    | <b>3.313,00</b> |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 24. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

Cuadro 25.

Estado de Pérdidas y Ganancias Anual  
(Expresado en dólares)

| <b>CHAGUE S.A</b>                                |                   |                   |                   |                   |                     |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| <b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b> |                   |                   |                   |                   |                     |
| <b>AÑO 1</b>                                     | <b>AÑO 2</b>      | <b>AÑO 3</b>      | <b>AÑO 4</b>      | <b>AÑO 5</b>      | <b>TOTAL</b>        |
| 798.000,00                                       | 845.880,00        | 896.632,80        | 950.430,77        | 1.007.456,61      | 4.498.400,18        |
| 420.000,00                                       | 445.200,00        | 471.912,00        | 500.226,72        | 530.240,32        | 2.367.579,04        |
| <b>378.000,00</b>                                | <b>400.680,00</b> | <b>424.720,80</b> | <b>450.204,05</b> | <b>477.216,29</b> | <b>2.130.821,14</b> |
| 33.069,98  | 35.002,01         | 37.049,96         | 38.448,59         | 40.749,66         | 184.320,20          |
| <b>344.930,02</b>                                | <b>365.677,99</b> | <b>387.670,84</b> | <b>411.755,46</b> | <b>436.466,63</b> | <b>1.946.500,94</b> |
| -  | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| <b>344.930,02</b>                                | <b>365.677,99</b> | <b>387.670,84</b> | <b>411.755,46</b> | <b>436.466,63</b> | <b>1.946.500,94</b> |
| 51.739,50  | 54.851,70         | 58.150,63         | 61.763,32         | 65.469,99         | 291.975,14          |
| <b>293.190,52</b>                                | <b>310.826,29</b> | <b>329.520,21</b> | <b>349.992,14</b> | <b>370.996,63</b> | <b>1.654.525,80</b> |
| 73.297,63  | 77.706,57         | 82.380,05         | 87.498,04         | 92.749,16         | 705.606,59          |
| <b>219.892,89</b>                                | <b>233.119,72</b> | <b>247.140,16</b> | <b>262.494,11</b> | <b>278.247,47</b> | <b>1.240.894,35</b> |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 25. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

Cuadro 26.  
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Mensual

| <b>CHAGUE S.A</b>                                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b> |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|  | ENE.             | FEB.             | MAR.             | ABR.             | MAY.             | JUN.             | JUL.             | AGO.             | SEPT.            | OCT.             | NOV.             | DIC.             |
| <b>VENTAS</b>                                    | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        | 66.500,00        |
| (-) <b>COSTO DE VENTAS</b>                       | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                            | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> | <b>31.500,00</b> |
| <b>COSTOS INDIRECTOS</b>                         | 2.437,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 4.549,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 2.437,00         | 4.151,00         |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>                      | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>26.951,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>27.349,00</b> |
| (-) <b>GASTOS FINANCIEROS</b>                    | -                | -                | -                | -                | -                | -                | -                | -                | -                | -                | -                | -                |
| <b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>                  | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>26.951,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>29.063,00</b> | <b>27.349,00</b> |
| <b>PARTICIPACION EMPLEADOS</b>                   | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         | 4.311,63         |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>                   | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>22.639,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>24.751,38</b> | <b>23.037,38</b> |
| <b>IMPUESTO RENTA</b>                            | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         | 6.108,14         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                             | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>16.531,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>18.643,24</b> | <b>16.929,24</b> |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 26. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

Cada uno de los distintos Estados Financieros es importante para interpretar la correcta estabilidad de alguna empresa o negocio. El estado de resultados nos permite ver mediante cifras el desempeño operativo de una empresa en un periodo determinado. Es decir podemos observar que nuestros ingresos por venta en el primer año es el siguiente \$219.892,89 los cuales nos permiten cubrir todos los gastos del negocio en un tiempo estimado.

**Cuadro 27.**  
Balance General

| <b>CHAGUE S.A</b>                |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
|----------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| <b>BALANCE GENERAL</b>           |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
| CUENTAS                          | AÑO 0           | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4               | AÑO 5               |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>          |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
| CAJA -BANCOS                     | 3.000,00        | 348.799,52        | 590.309,88        | 846.291,95        | 1.117.614,03        | 1.404.916,60        |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>    | <b>3.000,00</b> | <b>348.799,52</b> | <b>590.309,88</b> | <b>846.291,95</b> | <b>1.117.614,03</b> | <b>1.404.916,60</b> |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>             | <b>3.313,00</b> | <b>3.313,00</b>   | <b>3.313,00</b>   | <b>3.313,00</b>   | <b>3.313,00</b>     | <b>3.313,00</b>     |
| DEPRECIAC. ACUMULADA             |                 | 869,50            | 1.739,00          | 2.608,50          | 2.705,80            | 2.803,10            |
| <b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>      | <b>3.313,00</b> | <b>2.443,50</b>   | <b>1.574,00</b>   | <b>704,50</b>     | <b>607,20</b>       | <b>509,90</b>       |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>          | <b>6.313,00</b> | <b>351.243,02</b> | <b>591.883,88</b> | <b>846.996,45</b> | <b>1.118.221,23</b> | <b>1.405.426,50</b> |
| <b>PASIVO</b>                    |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
| <b>CORRIENTE</b>                 |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
| PRESTAMO                         | -               | -                 | -                 | -                 | -                   | -                   |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR    | -               | 51.739,50         | 54.851,70         | 58.150,63         | 61.763,32           | 65.469,99           |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR    | -               | 73.297,63         | 77.706,57         | 82.380,05         | 87.498,04           | 92.749,16           |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>-</b>        | <b>125.037,13</b> | <b>132.558,27</b> | <b>140.530,68</b> | <b>149.261,35</b>   | <b>158.219,15</b>   |
| <b>PATRIMONIO</b>                |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
| APORTE CAPITAL                   | 6.313,00        | 6.313,00          | 6.313,00          | 6.313,00          | 6.313,00            | 6.313,00            |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO           | -               | 219.892,89        | 233.119,72        | 247.140,16        | 262.494,11          | 278.247,47          |
| UTILIDAD AÑOS ANTERIORES         | -               | -                 | 219.892,89        | 453.012,61        | 700.152,77          | 962.646,87          |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>6.313,00</b> | <b>226.205,89</b> | <b>459.325,61</b> | <b>706.465,77</b> | <b>968.959,87</b>   | <b>1.247.207,35</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>6.313,00</b> | <b>351.243,02</b> | <b>591.883,88</b> | <b>846.996,45</b> | <b>1.118.221,23</b> | <b>1.405.426,50</b> |
|                                  |                 |                   |                   |                   |                     |                     |
|                                  | -               | 0,00              | 0,00              | 0,00              | 0,00                | 0,00                |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 27. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

**CUADRO 28**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO ANUAL**  
**(Expresado en dólares)**

| <b>CHAGUE S.A.</b>              |                   |                   |                   |                   |                     |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b> |                   |                   |                   |                   |                     |
| AÑO 1                           | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             | TOTAL               |
|                                 |                   |                   |                   |                   |                     |
| 798.000,00                      | 845.880,00        | 896.632,80        | 950.430,77        | 1.007.456,61      | 4.498.400,18        |
| 798.000,00                      | 845.880,00        | 896.632,80        | 950.430,77        | 1.007.456,61      | 4.498.400,18        |
|                                 |                   |                   |                   |                   |                     |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| 420.000,00                      | 445.200,00        | 471.912,00        | 500.226,72        | 530.240,32        | 2.367.579,04        |
| 32.200,48                       | 34.132,51         | 36.180,46         | 38.351,29         | 40.652,36         | 181.517,10          |
| -                               | 51.739,50         | 54.851,70         | 58.150,63         | 61.763,32         | 65.469,99           |
| -                               | 73.297,63         | 77.706,57         | 82.380,05         | 87.498,04         | 92.749,16           |
| <b>452.200,48</b>               | <b>604.369,64</b> | <b>640.650,73</b> | <b>679.108,69</b> | <b>720.154,04</b> | <b>2.707.315,29</b> |
| 345.799,52                      | 241.510,36        | 255.982,07        | 271.322,08        | 287.302,57        | 1.401.916,60        |
|                                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| -                               |                   |                   |                   |                   |                     |
|                                 |                   |                   |                   |                   |                     |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| -                               | -                 | -                 | -                 | -                 | -                   |
| 345.799,52                      | 241.510,36        | 255.982,07        | 271.322,08        | 287.302,57        | 1.401.916,60        |
| 3.000,00                        | 348.799,52        | 590.309,88        | 846.291,95        | 1.117.614,03      |                     |
| 348.799,52                      | 590.309,88        | 846.291,95        | 1.117.614,03      | 1.404.916,60      |                     |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 28. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

**Cuadro 29.**  
Flujo de Caja Proyectado Mensual

| <b>CHAGUE S.A.</b>                 |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>    |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|                                    | AÑO 0            | ENE.             | FEB.              | MAR.              | ABR.              | MAY.              | JUN.              | JUL.              | AGO.              | SEPT.             | OCT.              | NOV.              | DIC.              |
| <b>INGRESOS OPERATIVOS</b>         |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| VENTAS                             | -                | 66.500,00        | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         | 66.500,00         |
| <b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>   |                  | <b>66.500,00</b> | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  | <b>66.500,00</b>  |
| <b>EGRESOS OPERATIVOS</b>          |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| INVERSION INICIAL                  | 6.313,00         | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS           | -                | 1.902,54         | 1.902,54          | 1.902,54          | 4.014,54          | 1.902,54          | 1.902,54          | 1.902,54          | 1.902,54          | 1.902,54          | 1.902,54          | 1.902,54          | 3.616,54          |
| PAGO A PROVEEDORES                 |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| GASTO GENERALES                    | -                | 534,46           | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            | 534,46            |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS           | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA       | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b> | <b>6.313,00</b>  | <b>2.437,00</b>  | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>4.549,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b>   | <b>4.151,00</b>   |
| <b>FLUJO OPERATIVO</b>             | <b>-6.313,00</b> | <b>64.063,00</b> | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>61.951,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>62.349,00</b>  |
| <b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>      | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| PRESTAMO BANCARIO                  | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>    | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>       |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>INVERSIONES</b>                 |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| PAGO DE CAPITAL                    | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| PAGO DE INTERESES                  | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b> | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>     | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>FLUJO NETO</b>                  | <b>-6.313,00</b> | <b>64.063,00</b> | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>61.951,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>64.063,00</b>  | <b>62.349,00</b>  |
| <b>SALDO INICIAL</b>               | -                | <b>6.313,00</b>  | <b>70.376,00</b>  | <b>134.439,00</b> | <b>198.502,01</b> | <b>260.453,01</b> | <b>324.516,01</b> | <b>388.579,01</b> | <b>452.642,01</b> | <b>516.705,01</b> | <b>580.768,02</b> | <b>644.831,02</b> | <b>708.894,02</b> |
| <b>FLUJO ACUMULADO</b>             | -                | <b>70.376,00</b> | <b>134.439,00</b> | <b>198.502,01</b> | <b>260.453,01</b> | <b>324.516,01</b> | <b>388.579,01</b> | <b>452.642,01</b> | <b>516.705,01</b> | <b>580.768,02</b> | <b>644.831,02</b> | <b>708.894,02</b> | <b>771.243,02</b> |

Fuente: Investigación de Mercado.

Cuadro 29. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández.

## **Análisis de Rentabilidad**

Luego de efectuado los flujos de caja operativo del negocio (sin financiamiento), se ha procedido a realizar el análisis de la rentabilidad del proyecto teniendo en cuenta los criterios del VAN, TIR y del índice de rentabilidad, estos métodos fueron aplicados a los dos flujos de caja anteriormente mencionados. Como resultado se obtuvo un VAN positivo en el flujo de caja del negocio, con un VAN de \$ 965,495.30. Por su parte la TIR nos demuestra que el proyecto tiene un rendimiento aceptable, debido a que su tasa de rendimiento calculado en los dos tipos de flujos de caja, exceden a la tasa del rendimiento requerida; sus cálculos y comparaciones se detallan en cuadros posteriores.

También se evalúa el proyecto utilizando la razón entre beneficio – costo; este índice nos manifiesta que se debe aceptar una inversión si su resultado es mayor a 1 y rechazarla si es menor a 1. Luego de realizado los cálculos obtuvimos un índice mayor a 1, en los dos tipos de flujos de caja; por lo que podemos mencionar que el proyecto de inversión otorga la rentabilidad económica deseada.

### **5.6.2 VAN – TIR**

#### **VAN:**

El valor actual neto (**VAN**) de una inversión es la diferencia entre su valor en el mercado y su costo. El criterio del **VAN** manifiesta que se debe aceptar o emprender un proyecto si el **VAN** nos da como resultado un valor positivo.

Para realizar su cálculo se consideran los valores presentes de los flujos de efectivo descontados a una tasa, y luego se resta el costo de invertir en el proyecto. El criterio del **VAN** es el más utilizado por la mayoría de financistas, debido a las ventajas que ofrece.



**TIR:**

La tasa interna de retorno (**TIR**) es la tasa de descuento que hace que el **VAN** estimado de una inversión sea igual a cero. Según la regla de la **TIR** se debe aceptar un proyecto cuando la **TIR** excede el rendimiento requerido.

**Cuadro 30.**  
**Razones Financieras**

| <b>INDICES FINANCIEROS</b> |                     |             |             |             |             |             |
|----------------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>DESCRIPCION</b>         | <b>INV. INICIAL</b> | <b>AÑO1</b> | <b>AÑO2</b> | <b>AÑO3</b> | <b>AÑO4</b> | <b>AÑO5</b> |
| Flujos netos               | <b>-6.313,00</b>    | 345.799,52  | 241.510,36  | 255.982,07  | 271.322,08  | 287.302,57  |

| <b>TASA DE DESCUENTO</b> |       |
|--------------------------|-------|
| TASA DE DESCUENTO        | 0,00% |

|                                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| <b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b> | <b>MAYOR AL 12%</b> |
| SUMATORIA DE FLUJOS                 | 1.401.916,60        |
| AÑOS                                | 5                   |
| INVERSION INICIAL                   | 6.313,00            |
| TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO        | 4441,36%            |

|                                |                 |                     |
|--------------------------------|-----------------|---------------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS     |                 | 1.401.916,60        |
| VAN                            | <b>POSITIVO</b> | <b>1.395.603,60</b> |
| INDICE DE RENTABILIDAD I.R.    | MAYOR A 1       | 22207%              |
| <b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> |                 | <b>74,63%</b>       |

| <b>RATIOS FINANCIEROS</b> |            |
|---------------------------|------------|
| VENTAS                    | 798.000,00 |
| COSTO DIRECTO             | 420.000,00 |
| COSTO INDIRECTO           | 33.069,98  |
| FLUJO NETO                | 345.799,52 |
| PAGO DE DIVIDENDOS        | 0,00       |
| GASTOS FINANCIEROS        | 0,00       |
| GASTOS PERSONAL           | 26.656,48  |
| ACTIVOS FIJOS NETOS       | 2.443,50   |

| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> |            |
|----------------------------|------------|
| EN DOLARES                 | 389.120,42 |
| EN PORCENTAJE              | 48,76%     |

| <b>DATOS</b>     |            |
|------------------|------------|
| ACTIVO CORRIENTE | 348.799,52 |
| ACTIVOS TOTALES  | 351.243,02 |
| UTILIDAD NETA    | 219.892,89 |

| <b>RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ</b> |              |        |       |
|--------------------------------|--------------|--------|-------|
| RIESGO DE LIQUIDEZ             | MENOR AL 50% | 0,0070 | 0,70% |

| <b>RENDIMIENTO CORRIENTE</b> |             |        |        |
|------------------------------|-------------|--------|--------|
| RENDIMIENTO CORRIENTE        | MAYOR A 12% | 0,6260 | 62,60% |

| <b>DATOS</b>       |              |
|--------------------|--------------|
| UTILIDAD OPERATIVA | 1.401.916,60 |
| GASTOS FINANCIEROS | -            |
| INVERSION INICIAL  | 6.313,00     |
| UTILIDAD NETA      | 1.240.894,35 |
| VALOR DEL CREDITO  | -            |
| VENTAS             | 4.498.400,18 |
| COSTO DE VENTA     | 2.551.899,24 |
| TOTAL DEL ACTIVO   | 509,90       |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 30. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

|             |                         |
|-------------|-------------------------|
| <b>2,79</b> | <b>RAZON CIRCULANTE</b> |
|-------------|-------------------------|

|            |                                       |
|------------|---------------------------------------|
| <b>63%</b> | <b>RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS</b> |
|------------|---------------------------------------|

|            |  |
|------------|--|
| <b>97%</b> | <b>RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO</b> |
|------------|--|

### **Análisis de las Razones Financieras**

El análisis de los índices se basa en el método de cálculo e interpretación de razones financieras las cuales nos sirven para evaluar el rendimiento del negocio. También se puede manifestar que un índice es la relación entre dos cantidades. La información básica para realizar el cálculo y posterior análisis se obtiene del estado de resultado y del balance general.

Las razones financieras se dividen en distintas categorías, entre las más conocidas tenemos: las razones de liquidez, las razones de deuda, las razones de actividad, y las razones de rentabilidad. Las tres primeras razones miden el riesgo, mientras que la última razón mide el rendimiento del negocio.

A continuación se analizará los resultados obtenidos luego de la aplicación de los distintos índices a nuestro negocio:

#### **1.- Razón Circulante**

Es una medida de la liquidez, la cual se obtiene mediante la división de los activos circulantes de la empresa entre sus pasivos circulantes. Esta razón mide la capacidad que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones en el corto plazo.

La razón circulante del proyecto en el primer año según los cálculos es de \$ 2,79; lo cual quiere decir que por cada dólar de deuda que tenemos contamos con \$ 2,79 para pagarla.

## **2.- Razón de endeudamiento**

La razón de la deuda mide la proporción de los activos totales financiados por acreedores de la empresa. Cuanto más alto sea esta razón, mayor será la cantidad de dinero prestado que utiliza la empresa para tratar de generar utilidades.

El resultado obtenido en este ratio para el negocio a comienzos de año, es decir nuestros activos están financiados por terceras personas. Se considera que esta relativamente elevado el porcentaje, sin embargo si notamos en los años subsiguientes podemos apreciar que esta razón baja en porcentaje debido a que el pago de la deuda se va amortizando todos los años.

## **3.- Rentabilidad sobre la inversión o sobre los activos**

El rendimiento sobre los activos o el rendimiento sobre la inversión determinan la eficacia que tiene la administración para obtener utilidades con sus activos disponibles. En nuestro caso podemos decir que el rendimiento es aceptable debido a que esta razón equivale al 33%. En consecuencia mencionamos que obtenemos un 33% de utilidad por cada unidad monetaria en activos.

## **4.- Rendimiento sobre el patrimonio**

Esto significa que por cada unidad monetaria que genera el negocio se produce un rendimiento del 97% sobre el patrimonio, se entiende como la capacidad que tiene la empresa para generar utilidad a favor de los agricultores.

**Cuadro 31.**

Presupuesto de Ingresos por Ventas Mensual y Anual

| <b>CHAGUE S.A.</b>           |            |      |           |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |           |
|------------------------------|------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b> |            |      |           |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |           |
| INGRESOS POR VENTA           | UNIDADES   | P.U. | ENERO     | FEBRERO   | MARZO     | ABRIL     | MAYO      | JUNIO     | JULIO     | AGOSTO    | SEPTIEMBRE | OCTUBRE   | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|                              |            |      |           |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |           |
| UNIDADES VENDIDAS (KG)       | 350.000,00 | 0,19 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00  | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 |
|                              |            |      |           |           |           |           |           |           |           |           |            |           |           |           |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>     |            |      | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00  | 66.500,00 | 66.500,00 | 66.500,00 |

| <b>CHAGUE S.A.</b>           |                   |                   |                   |                     |                     |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b> |                   |                   |                   |                     |                     |
| <b>AÑO 1</b>                 | <b>AÑO 2</b>      | <b>AÑO 3</b>      | <b>AÑO 4</b>      | <b>AÑO 5</b>        |                     |
|                              |                   |                   |                   |                     |                     |
| 798.000,00                   | 845.880,00        | 896.632,80        | 950.430,77        | 1.007.456,61        |                     |
|                              |                   |                   |                   |                     |                     |
| <b>798.000,00</b>            | <b>845.880,00</b> | <b>896.632,80</b> | <b>950.430,77</b> | <b>1.007.456,61</b> | <b>4.498.400,18</b> |

Fuente: Investigación de Mercado

Cuadro 31. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

**Cuadro 32.**  
Presupuesto de Costos

| <b>CHAGUE S.A.</b>                    |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                   |                 |                  |                  |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|
| <b>DETALLE DE GASTOS</b>              |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                   |                 |                  |                  |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>         | <b>ENERO</b>    | <b>FEBRERO</b>  | <b>MARZO</b>    | <b>ABRIL</b>    | <b>MAYO</b>     | <b>JUNIO</b>    | <b>JULIO</b>    | <b>AGOSTO</b>   | <b>SEPTIEMBRE</b> | <b>OCTUBRE</b>  | <b>NOVIEMBRE</b> | <b>DICIEMBRE</b> |
| GERENTE                               | 600,00          | 600,00          | 600,00          | 600,00          | 600,00          | 600,00          | 600,00          | 600,00          | 600,00            | 600,00          | 600,00           | 600,00           |
| SUBGERENTE                            | 500,00          | 500,00          | 500,00          | 500,00          | 500,00          | 500,00          | 500,00          | 500,00          | 500,00            | 500,00          | 500,00           | 500,00           |
| SECRETARIA                            | 264,00          | 264,00          | 264,00          | 264,00          | 264,00          | 264,00          | 264,00          | 264,00          | 264,00            | 264,00          | 264,00           | 264,00           |
| ASESOR EXTERNO                        | 350,00          | 350,00          | 350,00          | 350,00          | 350,00          | 350,00          | 350,00          | 350,00          | 350,00            | 350,00          | 350,00           | 350,00           |
| APOORTE PATRONAL                      | 188,54          | 188,54          | 188,54          | 188,54          | 188,54          | 188,54          | 188,54          | 188,54          | 188,54            | 188,54          | 188,54           | 188,54           |
| DECIMO CUARTO                         |                 |                 |                 | 2.112,00        |                 |                 |                 |                 |                   |                 |                  |                  |
| DECIMO TERCERO                        |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                   |                 |                  | 1.714,00         |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>   | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b> | <b>4.014,54</b> | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b>   | <b>1.902,54</b> | <b>1.902,54</b>  | <b>3.616,54</b>  |
| <b>GASTOS DE GENERALES</b>            | <b>ENERO</b>    | <b>FEBRERO</b>  | <b>MARZO</b>    | <b>ABRIL</b>    | <b>MAYO</b>     | <b>JUNIO</b>    | <b>JULIO</b>    | <b>AGOSTO</b>   | <b>SEPTIEMBRE</b> | <b>OCTUBRE</b>  | <b>NOVIEMBRE</b> | <b>DICIEMBRE</b> |
| AGUA                                  | 18,00           | 18,00           | 18,00           | 18,00           | 18,00           | 18,00           | 18,00           | 18,00           | 18,00             | 18,00           | 18,00            | 18,00            |
| ENERGIA ELECTRICA                     | 22,00           | 22,00           | 22,00           | 22,00           | 22,00           | 22,00           | 22,00           | 22,00           | 22,00             | 22,00           | 22,00            | 22,00            |
| TELEFONO                              | 15,00           | 15,00           | 15,00           | 15,00           | 15,00           | 15,00           | 15,00           | 15,00           | 15,00             | 15,00           | 15,00            | 15,00            |
| UTILES DE OFICINA                     | 80,00           | 80,00           | 80,00           | 80,00           | 80,00           | 80,00           | 80,00           | 80,00           | 80,00             | 80,00           | 80,00            | 80,00            |
| MATERIALES DE LIMPIEZA                | 27,00           | 27,00           | 27,00           | 27,00           | 27,00           | 27,00           | 27,00           | 27,00           | 27,00             | 27,00           | 27,00            | 27,00            |
| RENTA DE ESPACIO FISICO               | 300,00          | 300,00          | 300,00          | 300,00          | 300,00          | 300,00          | 300,00          | 300,00          | 300,00            | 300,00          | 300,00           | 300,00           |
| DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES        | 1,63            | 1,63            | 1,63            | 1,63            | 1,63            | 1,63            | 1,63            | 1,63            | 1,63              | 1,63            | 1,63             | 1,63             |
| DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION | 64,35           | 64,35           | 64,35           | 64,35           | 64,35           | 64,35           | 64,35           | 64,35           | 64,35             | 64,35           | 64,35            | 64,35            |
| DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA     | 0,65            | 0,65            | 0,65            | 0,65            | 0,65            | 0,65            | 0,65            | 0,65            | 0,65              | 0,65            | 0,65             | 0,65             |
| DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 5,83            | 5,83            | 5,83            | 5,83            | 5,83            | 5,83            | 5,83            | 5,83            | 5,83              | 5,83            | 5,83             | 5,83             |
| <b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>         | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>     | <b>534,46</b>   | <b>534,46</b>    | <b>534,46</b>    |
| <b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>     | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b> | <b>4.549,00</b> | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b>   | <b>2.437,00</b> | <b>2.437,00</b>  | <b>4.151,00</b>  |
| GASTOS PARA EL FLUJO CAJA             | 2.364,54        | 2.364,54        | 2.364,54        | 4.476,54        | 2.364,54        | 2.364,54        | 2.364,54        | 2.364,54        | 2.364,54          | 2.364,54        | 2.364,54         | 4.078,54         |
| GASTOS GENERALES                      | 462,00          | 462,00          | 462,00          | 462,00          | 462,00          | 462,00          | 462,00          | 462,00          | 462,00            | 462,00          | 462,00           | 462,00           |
| DEPRECIACION                          | 72,46           | 72,46           | 72,46           | 72,46           | 72,46           | 72,46           | 72,46           | 72,46           | 72,46             | 72,46           | 72,46            | 72,46            |

**CHAGUE S.A.  
DETALLE DE GASTOS**

| AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |                   |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| 7.200,00         | 7.632,00         | 8.089,92         | 8.575,32         | 9.089,83         |                   |
| 6.000,00         | 6.360,00         | 6.741,60         | 7.146,10         | 7.574,86         |                   |
| 3.168,00         | 3.358,08         | 3.559,56         | 3.773,14         | 3.999,53         |                   |
| 4.200,00         | 4.452,00         | 4.719,12         | 5.002,27         | 5.302,40         |                   |
| 2.262,48         | 2.398,23         | 2.542,12         | 2.694,65         | 2.856,33         |                   |
| 2.112,00         | 2.238,72         | 2.373,04         | 2.515,43         | 2.666,35         |                   |
| 1.714,00         | 1.816,84         | 1.925,85         | 2.041,40         | 2.163,89         |                   |
| <b>26.656,48</b> | <b>28.255,87</b> | <b>29.951,22</b> | <b>31.748,29</b> | <b>33.653,19</b> |                   |
| AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |                   |
| 216,00           | 228,96           | 242,70           | 257,26           | 272,70           |                   |
| 264,00           | 279,84           | 296,63           | 314,43           | 333,29           |                   |
| 180,00           | 190,80           | 202,25           | 214,38           | 227,25           |                   |
| 960,00           | 1.017,60         | 1.078,66         | 1.143,38         | 1.211,98         |                   |
| 324,00           | 343,44           | 364,05           | 385,89           | 409,04           |                   |
| 3.600,00         | 3.816,00         | 4.044,96         | 4.287,66         | 4.544,92         |                   |
| 19,50            | 19,50            | 19,50            | 19,50            | 19,50            |                   |
| 772,20           | 772,20           | 772,20           | -                | -                |                   |
| 7,80             | 7,80             | 7,80             | 7,80             | 7,80             |                   |
| 70,00            | 70,00            | 70,00            | 70,00            | 70,00            |                   |
| <b>6.413,50</b>  | <b>6.746,14</b>  | <b>7.098,74</b>  | <b>6.700,29</b>  | <b>7.096,47</b>  |                   |
| <b>33.069,98</b> | <b>35.002,01</b> | <b>37.049,96</b> | <b>38.448,59</b> | <b>40.749,66</b> | <b>184.320,20</b> |
| 32.200,48        | 34.132,51        | 36.180,46        | 38.351,29        | 40.652,36        |                   |
| 5.544,00         | 2.060,64         | 2.184,28         | 2.315,34         | 2.454,26         |                   |
| 869,50           | 869,50           | 869,50           | 97,30            | 97,30            |                   |
| 869,50           | 1.739,00         | 2.608,50         | 2.705,80         | 2.803,10         |                   |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 32. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

**Cuadro 33.**  
Presupuesto de Gastos

| <b>CHAGUE S.A.</b>           |                 |             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                  |                  |                  |
|------------------------------|-----------------|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>PRESUPUESTO DE GASTOS</b> |                 |             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                  |                  |                  |
| <b>GASTO POR VENTA</b>       | <b>UNIDADES</b> | <b>P.U.</b> | <b>ENERO</b>     | <b>FEBRERO</b>   | <b>MARZO</b>     | <b>ABRIL</b>     | <b>MAYO</b>      | <b>JUNIO</b>     | <b>JULIO</b>     | <b>AGOSTO</b>    | <b>SEPTIEMBRE</b> | <b>OCTUBRE</b>   | <b>NOVIEMBRE</b> | <b>DICIEMBRE</b> |
|                              |                 |             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                  |                  |                  |
| UNIDADES VENDIDAS (KG)       | 350.000,00      | 0,10        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00         | 35.000,00        | 35.000,00        | 35.000,00        |
|                              |                 |             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                  |                  |                  |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>     |                 |             | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b>  | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> | <b>35.000,00</b> |

| <b>CHAGUE S.A.</b>           |                   |                   |                   |                   |                     |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| <b>PRESUPUESTO DE GASTOS</b> |                   |                   |                   |                   |                     |
| <b>AÑO 1</b>                 | <b>AÑO 2</b>      | <b>AÑO 3</b>      | <b>AÑO 4</b>      | <b>AÑO 5</b>      |                     |
|                              |                   |                   |                   |                   |                     |
| 420.000,00                   | 445.200,00        | 471.912,00        | 500.226,72        | 530.240,32        |                     |
|                              |                   |                   |                   |                   |                     |
| <b>420.000,00</b>            | <b>445.200,00</b> | <b>471.912,00</b> | <b>500.226,72</b> | <b>530.240,32</b> | <b>2.367.579,04</b> |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 33. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández



### **5.7.3 Impacto**

La elaboración del presente proyecto tiene como finalidad la consecución de varios objetivos, y de igual forma está enfocado a varios aspectos claves en el medio, los cuales son los siguientes:

#### **IMPACTO SOCIAL**

Dirigido exclusivamente a cierta parte a nivel de la sociedad, a veces relegada, como lo es esta parte muy importante a nivel del país como lo son los agricultores, siendo objeto de generamiento de pérdidas a estas personas tan humildes y honradas, que no obtienen el verdadero precio que corresponde por la elaboración de toda su actividad agrícola, la cual no se ve reflejada al momento de obtener ganancias finales, es por esto que esto que su consecución correspondería a un gran alcance para mejora a nivel social, de todos los campesinos y agricultores que se dedican a esta actividad.

#### **IMPACTO LABORAL**

Con una reorganización en todas sus actividades y procesos que realizan constantemente, se generará la implementación de nuevas plazas de trabajo, ya que con la implementación del Plan Estratégico, se fomentará a que el agricultor desarrolle nuevas capacidades, ya sean administrativas o de alguna otra índole, siendo así muy importantes y destacar en este tipo de área.

#### **IMPACTO FINANCIERO**

El incremento de ganancias más altas es una de los aspectos claves que se puede destacar en este ámbito, los agricultores serán capaces de alcanzar logros muchos más satisfactorios de los que han ganado hasta la actualidad. De igual manera con esto se fomentará al desarrollo más competitivo en el sector agrícola a nivel de la región, a veces mal administrado, pero con este proyecto se desea alcanzar muchos logros para esta importante parte de nuestro patrimonio cultural.

## **IMPACTO AMBIENTAL**

Hacer uso de los recursos naturales que tenemos en nuestras áreas verdes es una forma de creer en lo nuestro, pero sin olvidar, el cuidar siempre esas áreas de vital importancia para la permanencia de cada una de ellas, por eso que así como se obtiene beneficios de ellos, se fomentará a su cuidado permanente para así mantener y cuidar por largos años las áreas verdes dentro de nuestra región.

Así mismo existe un impacto ambiental debido a que este proyecto incentiva a mejorar y aprovechar los recursos del suelo, además provoca un incremento de la cobertura orgánica y por ende el mejoramiento del entorno ecológico en el sector agrícola .

### **5.7.4 Cronograma**

El tiempo estimado es de 4 meses a partir de la adquisición de materiales y recursos a utilizar en el diseño del plan estratégico para organizar el centro de acopio de maracuyá en el sector El Chague

**Cuadro 34.**  
Cronograma

| ACTIVIDADES   | TIEMPO |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |  |  |
|---|--------|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|--|--|
|   | MAYO   |   | JUNIO |   |   |   | JULIO |   |   |   | AGOSTO |  |  |
| Integración con agricultores  | X      |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |  |  |
| Capacitación a agricultores sobre nuevas técnicas                     |        | X |       |   |   |   |       |   |   |   |        |  |  |
| Adaptación y ejecución de nuevos procesos en producción               |        |   | X     | X | X |   |       |   |   |   |        |  |  |
| Adaptación y ejecución de nuevos procesos en maximización de recursos |        |   |       |   | X | X |       |   |   |   |        |  |  |
| Negociación previa con agroindustria                                  |        |   |       |   |   | X |       |   |   |   |        |  |  |
| Negociación final con agroindustria                                   |        |   |       |   |   |   | X     |   |   |   |        |  |  |
| Entrega de productos  |        |   |       |   |   |   |       | X | X | X | X      |  |  |

Fuente: Investigación de Mercado  
Cuadro 34. Elaborado por: Alexandra Andrade-Janeth Fernández

#### **4.4.1 Lineamiento para evaluar la propuesta**

Como proyecto de Investigación, los lineamientos están dados por los Directores del Unidad Académica Ciencias Administrativas y los delegados en la sustentación del proyecto con su implementación en el tiempo establecido.

Los lineamientos de funcionamiento lo establecerán los agricultores, y las autoridades competentes en el mejoramiento del centro de acopio como un negocio sustentable para El sector de El Chague, tomando en cuenta el conocimiento de los antecedentes y del estado actual del tema, se basarán en el tiempo, metodología, el aporte del carácter científico y herramientas tecnológicas implementadas.

El proceso de la evaluación concluye con la aceptación de las partes en los puntos establecidos.

## CONCLUSIONES

- El Cantón Naranjito Sector El Chague ofrece ventajas en cuanto a la agricultura mano de obra, disponibilidad de materia prima y ubicación de los cultivos; así como factores climáticos apropiados para el establecimiento de los cultivos de maracuyá mediante el uso buen uso de Prácticas Agrícolas con fines comerciales.
- El impacto social de organizar el centro de acopio es muy positivo en el Sector El Chague, ya que cuenta con 46 agricultores que se dedican al cultivo ininterrumpido. Para su operación demanda mano de obra directa de hombres y mujeres jóvenes campesinos, a partir de los 18 años en adelante. Así mismo, se impulsará el desarrollo del sector frutícola del centro de acopio, con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible, mediante la conservación del medio ambiente (suelo, agua,), la salud de los trabajadores y del consumidor de maracuyá.
- El mercado es amplio en la agroindustria, presentando perspectivas futuras favorables para el crecimiento de este nuevo centro de acopio ya que el sector tiene una tendencia positiva.
- El mejoramiento del centro de Acopio consiste en organizar a los agricultores donde puedan desarrollar actividades que los beneficien y puedan mejorar sus ingresos económicos (planeación del cultivo, mejoramiento de empaques, inocuidad del producto, etc.), aseguran una viabilidad y mejor desarrollo de técnicas del cultivo en el Sector El Chague.
- Los trámites pre-operativos del proyecto son pocos y fáciles de realizar debido a que es un centro de acopio.
- El cultivo de maracuyá es rentable, en un análisis a 5 años. Y posee viabilidad técnica, económica, financiera, legal, social y ambiental.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda desarrollar el proyecto en el menor tiempo posible debido a las condiciones cambiantes de la agroindustria y del mercado.
- El financiamiento debe del agricultor como mínimo en un 30% y de un 70% capital externo mediante préstamos.
- Incrementar el área del cultivo por lo menos en 6 hectáreas para que el centro de Acopio sea más atractivo para la agroindustria.
- Buscar alternativas donde el agricultor no sea manipulado y pueda desenvolverse directamente con la agroindustria.
- Debido a que el cultivo en su segundo año aumenta su producción sea hace necesario buscar nuevos mercados donde se pueda aprovechar de los beneficios que nos puedan ofrecer la agroindustria.

## BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN

1. AGRIPAC, *Guía para el cultivo de Maracuyá*. Guayaquil-Ecuador.2010
2. CASTILLO T. Jorge, *Estadísticas Primarias*,  
<http://www.monografias.com/trabajos15/estadistica/estadistica.shtml>.extraído el 12 de Enero de 2011
3. CENTRO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA Y FORESTAL DE LA REPUBLICA DEL SALVADOR: *Cultivo de Maracuyá*, extraído el 10 de Enero de 2011
4. CORPEI. *Muestra de Concentrado de Maracuyá*. Ecuador-Guayaquil. 2010.
5. CORPEI. *Perfil del Producto Maracuyá*. Ecuador-Guayaquil. 2010.
6. De UPERISEN Elizabeth: *Estudio de Oportunidad de Negocio de Maracuya.Guatemala*-pp.5-10.2004.
7. FRIEND Graham y ZEHLE Stefan: THE ECONOMY. *Como Diseñar un Plan de Negocios*. 2008.
8. HERNANDEZ, José: *Análisis financiero*,  
<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm>, extraído el 14 de Marzo de 2011
9. INEC. Ecuador. *Proyecciones de población por Provincias, Cantones, Sexo y Grupo de edad*. Período 2001-2010.
10. MARTINEZ Pedros, Daniel, GUTIERREZ Milla y DIAZ DE SANTOS Artemio: *La elaboración del Plan Estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*. Primera Edición. Madrid. 2005.
11. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL: *Apuesta Exportadora Agropecuaria*. Ecuador-Guayas. Febrero 2006.
12. MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA CIENCIA, TECNOLOGÍA EN INDUSTRIAS INTERMEDIAS: *Marco metodológico*,  
<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema3.html>, extraído el 14 de Marzo de 2011
13. PLAN DE GOBIERNO ALIANZA PAIS. Quito – Ecuador. 2007-2011.

14. RAMOS, Ena: *Métodos y técnicas de investigación*,  
<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>  
extraído el 8 de Marzo de 2011
15. WIKIPEDIA: *Organización*,<http://www.es.wikipedia.org/wiki/Organizacion>,  
extraído el 14 de Marzo de 2011
16. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA: *Procesamiento y conservación de frutas*,<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm>, extraído el 22 de Marzo de 2011
17. W.L. HILL. Charles: *ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA. Análisis Estructural del sector Industrial, Planeamiento Estratégico*. Graw-Hill. 2005
18. W.L. HILL. Charles: *NEGOCIOS INTERNACIONALES. Competencia en el Mercado Global*. Editorial. Mc. Graw. Hill. Tercera y Sexta Edición. USA.2003-2007.



## LINKOGRAFIAS

<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

<http://www.sic@corpei.org.ec>

<http://www.ensode.net/pdf-crack.jsf>

<http://seder.col.gob.mx/Perfiles/maracuya.pdf>

<http://www.aserca.gob.mx/sicsa/proafex/MARACUYA.pdf>

<http://seder.col.gob.mx/Perfiles/maracuya.pdf>

<http://www.aserca.gob.mx/sicsa/proafex/MARACUYA.pdf>

<http://www.centa.gob.sv/html/ciencia/frutales/maracuya.html> Cultivo de Maracuyá

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Exportacion-Jugo-DeMaracuya/43177.html>

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural & Corporación Colombia Internacional.  
2005. Manual del Exportador de Frutas, Hortalizas y Tubérculos en Colombia.

<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema3.html>

<http://www.senplades.gov.ec/>

<http://www.aduana.gov.ec/>

<http://www.sri.gov.ec/>

<http://www.es.wikipedia.org/wiki/Organizacion>

<http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm>

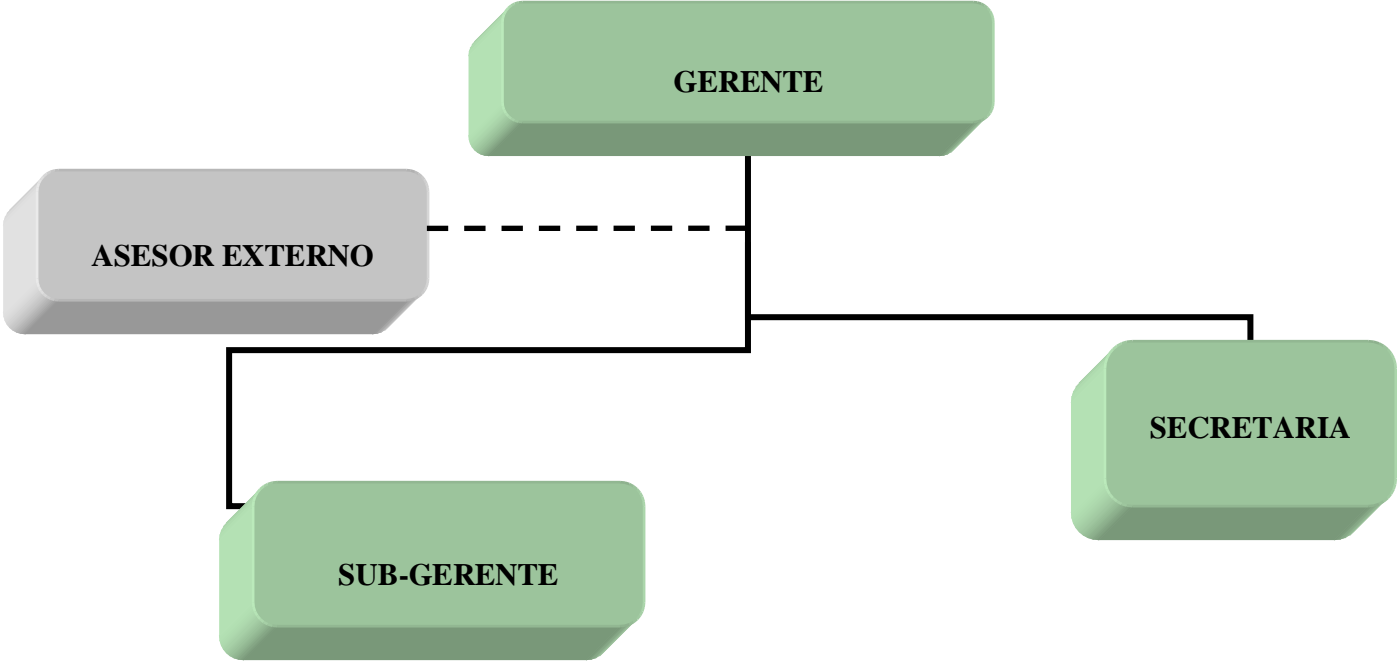
[http://www.miniagricultura.gov.co/18\\_desc\\_otros.html](http://www.miniagricultura.gov.co/18_desc_otros.html)>

## ANEXO 1 MATRIZ DE INVESTIGACION

| PROBLEMA   | PREGUNTAS GENERALES  | OBJETIVOS GENERALES   | HIPOTESIS  | VARIABLES INDEPENDIENTES / VARIABLES DEPENDIENTES  | VARIABLES EMPIRICAS  | INDICADORES  |
|--|--|---|--|--|--|--|
| Ausencia de un análisis para reestructurar organizacionalmente el centro de acopio de maracuyá en el sector El Chague del Cantón Naranjito | ¿Cómo se logrará mejorar el centro de acopio de maracuyá en el sector El Chague del Cantón Naranjito?  | Realizar un análisis de factibilidad que permita el funcionamiento del centro de acopio, valiéndonos de las herramientas estadísticas más idóneas con el fin de ayudar a los agricultores a afianzarse con la agroindustria nacional. | El incremento de ingresos económicos de los agricultores de maracuyá del sector El Chague, Cantón Naranjito, dependerá del análisis de la reestructuración del centro de acopio.                     | VI: Aplicación de un Análisis de la reestructuración del centro de acopio.<br>VD: El incremento de ingresos económicos de los agricultores de maracuyá del sector el Chague, Cantón Naranjito. | VI: Ingresos Económicos<br>VD: Estrategias de organización del centro de acopio                  | X: número de estrategias<br>Y: Monto de Ingresos     |
| SUBPROBLEMAS   | SISTEMATIZACIÓN  | OBJETIVOS ESPECÍFICOS   |  |  |  |  |
| Poco aprovechamiento de oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional.  | ¿Cómo afecta la ausencia de conocimientos para organizar centros de acopio en la zona de El Chague al aprovechamiento de oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional? | Determinar la forma en que la ausencia de conocimientos para organizar el centro de acopio en la zona de El Chague afecta al aprovechamiento de oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional                              | Aprovechar Las oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional dependerá el mejoramiento del centro de acopio en la zona de Chague.   | VI: mejoramiento del centro de acopio en la zona de Chague.<br>VD: Aprovechar Las oportunidades de proveeduría a la agroindustria nacional.  | VI: Políticas de mejoramiento del centro de acopio<br>VD: Número de oportunidades de proveeduría | X: número de políticas<br>Y: número de oportunidades |
| Escaso capital de los agricultores Naranjiteños  | ¿De qué forma el escaso capital de los agricultores Naranjiteños afecta al diseño e implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de sus actividades?                  | Establecer como el escaso capital de los agricultores Naranjiteños afecta al diseño e implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de sus actividades.   | La no implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de las actividades agrícolas de maracuyá del Sector El Chague se debe al escaso capital de los agricultores.                         | VI: Escaso capital de los agricultores.<br>VD: La no implementación de estrategias que promuevan el desarrollo de las actividades agrícolas de maracuyá.                                       | VI: Capital de agricultores<br>VD: Pérdidas en desarrollo de las actividades agrícolas           | X: Capital de trabajo<br>Y: porcentaje de pérdidas   |
| Escaso conocimiento sobre emprendimientos organizacionales en el desarrollo de actividades de negociación                                  | ¿Qué repercusión tiene el escaso conocimiento sobre emprendimientos organizacionales en el desarrollo de actividades de negociación con la agroindustria?                          | Analizar la repercusión que tiene el escaso conocimiento sobre emprendimientos organizacionales en el desarrollo de actividades de negociación con la agroindustria   | Las negociaciones con la agroindustria nacional se ven afectadas por los escasos conocimientos sobre emprendimientos organizacionales del centro de acopio de los agricultores del sector El Chague. | VI: Escasos conocimientos sobre emprendimientos organizacionales del centro de acopio de los agricultores.<br>VD: Las negociaciones con la agroindustria nacional                              | VI: Conocimientos<br>VD: Negociaciones   | X: Conocimientos<br>Y: número de negociaciones       |
| Bajo nivel de producción de maracuyá del sector El Chague  | ¿De qué forma mejorará el nivel de producción de maracuyá del sector El Chague con la organización de los agricultores, a través del centro de acopio?                             | Establecer de qué forma mejorará el nivel de producción de maracuyá del sector El Chague con la organización de los agricultores, a través del centro de acopio   | Las mejoras en los niveles de producción de maracuyá dependen de la organización de los agricultores de maracuyá del Sector El Chague, a través del centro de acopio.                                | VI: Organización de los agricultores de maracuyá a través del centro de acopio.<br>VD: Las mejoras en los niveles de producción de maracuyá.   | VI: Organización de agricultores<br>VD: Niveles de producción                                    | X: Número de agricultores<br>Y: Número de niveles    |

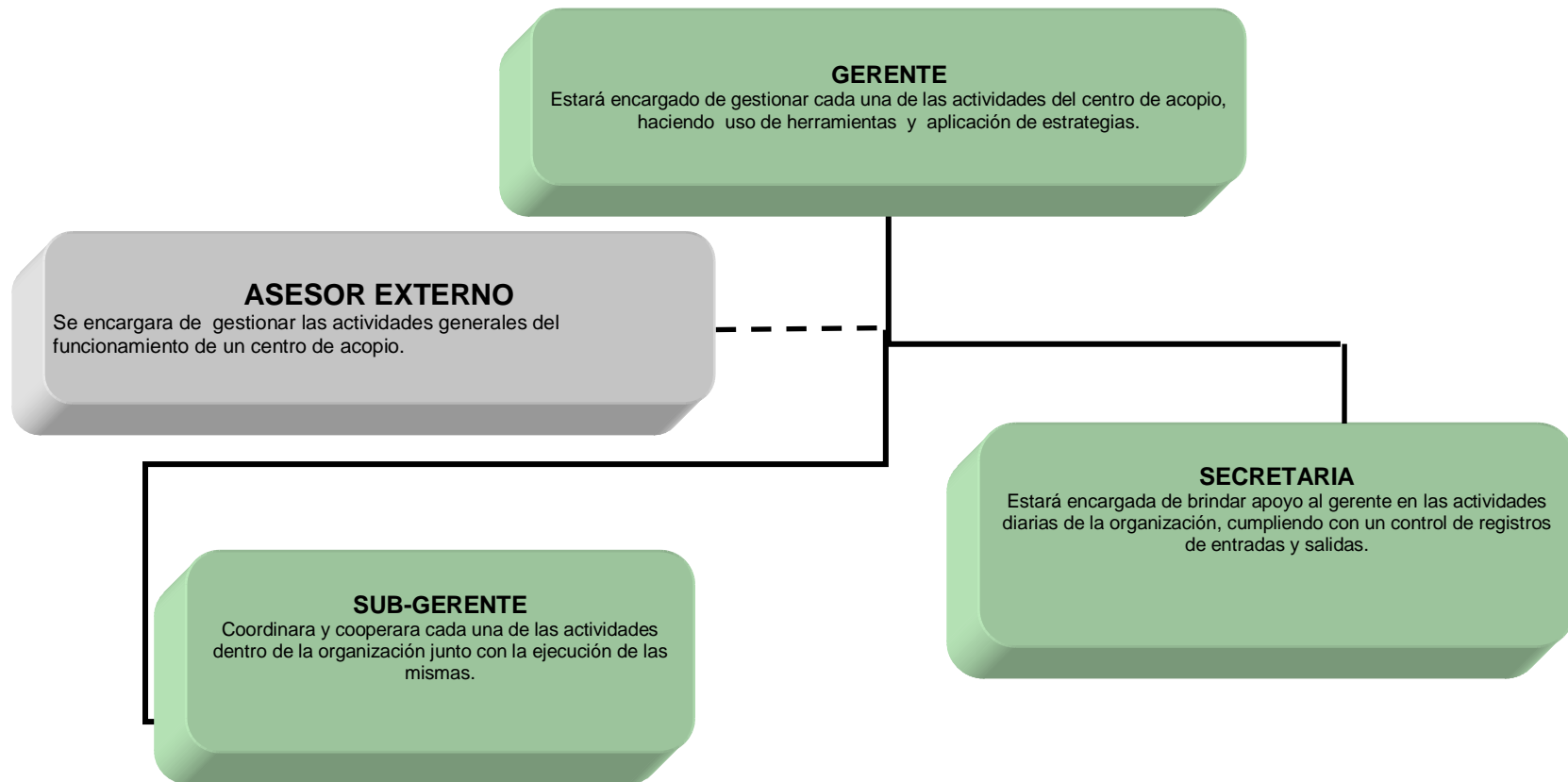
**ANEXO 2**

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



## ANEXO 3

### ORGANIGRAMA FUNCIONAL



## ANEXO 4

### Descripción de Funciones

#### 1. GERENTE

##### Perfil del puesto:

- Edad: Entre los 25 y 45 años
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

##### **DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

###### **DEFINICIÓN:**

Es responsable de la dirección de la empresa, se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular, deducir el trabajo de la organización. Desarrolla y define los objetivos del centro de acopio, su organización y planificación en crecimiento y servicios a corto y largo plazo.

Se encargará de comercializar directamente con la agroindustria, de brindarle un excelente producto para que este resulte atractivo para los mismos. Además, deberá hacer proyecciones de las posibles demandas que debemos cubrir por situaciones climáticas, o externas, etc.

###### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:**

- Administrar las actividades de la empresa en busca del mejoramiento organizacional, técnico, financiero, pero siempre enfocado en brindarle a los agricultores los beneficios económicos justos.
- Realiza cálculos matemáticos, algebraicos para saber lo que refleja la organización, lo cual lo ayudara en la toma correcta de decisiones.
- Será el responsable por la administración de los permisos municipales y otros que requiere esta empresa para su funcionamiento.
- Crear estrategias para conquistar la confianza de los agricultores del maracuyá.

###### **NIVEL ACADÉMICO**

De Tercer al Cuarto Nivel de Formación Académica en las ramas de Administración de Empresas o Gestión Empresarial, Marketing u otras carreras afines.

###### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

De 3 a 5 años en cargos similares.

###### **NIVEL DE INFORMACION**

Convocatoria tanto ordinaria como extraordinaria, mediante informes mensuales ordinarios que se expone en las reuniones que se realizaran cada mes mientras que las extraordinarias se predestina realizarlas cada 3 meses o en el caso de ser necesario.

###### **CAPACITACIÓN Y CONOCIMIENTOS REQUERIDOS**

Cursos generales:

- Word
- Excel

- PowerPoint
- Internet
- Ley de régimen tributario actualizado
- Inglés intermedio

#### **HABILIDADES REQUERIDAS**

- Debe ser cordial y atento en el trato con terceras personas
- Poseer carácter y personalidad definida
- Herramientas de control contable y financiero
- Excelencia mental y rapidez numérica en todas las actividades a emprender
- Capacidad para trabajar en equipo y a su vez bajo presión
- Debe ser proactivo en todas sus tareas a realizar

## **2. SUB GERENTE**

### **Perfil del puesto:**

- Edad: 25 años en adelante.
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.

### **DESCRIPCIÓN DEL CARGO DEFINICIÓN:**

Aporta a la planificación, coordina, ejecuta y supervisa todas las actividades operativas relacionadas con el centro de acopio y control de calidad con la finalidad de ofrecer a la agroindustria un producto 100% garantizado.

### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:**

- Se responsabiliza del pago de impuestos, pago a los proveedores, empleados (sueldos) pagos generales con la autorización del Gerente.
- Se responsabiliza de la ejecución correcta de las actividades del centro de acopio.

### **NIVEL ACADÉMICO**

De Tercer al Cuarto Nivel de Formación Académica en las ramas de Administración de Empresas o Gestión Empresarial, Marketing u otras carreras afines.

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

Experiencia mínima de 3 a 5 años.

### **NIVEL DE REPORTE**

Se reportara directamente con el Gerente del centro de acopio por medio de reportes mensuales, que serán receptados en las reuniones convocadas (mensual).

### **CAPACITACIÓN Y CONOCIMIENTOS REQUERIDOS**

Cursos generales:

- Word
- Excel
- PowerPoint
- Internet

- Ley de régimen tributario actualizado
- Ingles intermedio

#### **HABILIDADES REQUERIDAS**

- Visión general de los objetivos y estrategias del centro d acopio
- Aplicar sus conocimientos en forma crítica.
- Análisis e interpretación de datos.
- Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera.
- Debe ser cordial y atento en el trato con terceras personas
- Poseer carácter y personalidad definida
- Herramientas de control contable y financiero
- Capacidad para trabajar en equipo y a su vez bajo presión
- Debe ser proactivo en todas sus tareas a realizar

### **3. ASESOR EXTERNO**

#### **Perfil del puesto:**

- Edad: Entre 25 años o más
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.

#### **DESCRIPCIÓN DEL CARGO DEFINICIÓN**

Conocimiento detallado de las leyes financieras y las normas ecuatorianas de Contabilidad.

Aplicar los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y las Normas Internacionales de Información Financiera en todos los procesos contables y Financieros aplicables a un centro de acopio.

El contador tendrá la capacidad de desenvolverse en entornos económicos y tecnológicos globalizados, con el fin de solucionar sus competencias técnico-científicas problemas concernientes a la construcción, control y certificación de información para comunicarla de manera efectiva como conocimiento útil en el proceso de desarrollo de oportunidades presentes y futuras del negocio en el área financiera y tributaria.

#### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES**

- Efectuar los registros contables de las operaciones y transacciones semanales realizadas por el centro de acopio para su posterior análisis y aplicación.
- Prepara los formularios para cumplir con las obligaciones tributarias en el pago de los impuestos al SRI.
- Elabora los Estados Financieros de la empresa para presentarlos a su superior para su debido análisis.
- Es el responsable de todas y cada una de la facturas para armar los estados financieros.
- El contador tendrá como responsabilidad administrar las actividades contables y financieras del negocio, tales como la elaboración de estados financieros, contabilidad

general, cálculo de impuestos, entre otros. Controlar los recursos económicos y financieros de la entidad.

#### **NIVEL ACADÉMICO**

Contador público o licenciado titulado en contaduría, auditor.

#### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

Experiencia mínima de 3 años.

#### **NIVEL DE REPORTE**

Se reportarán al Gerente con el fin de mantenerlo informado de la situación general del centro de acopio.

#### **CAPACITACIÓN Y CONOCIMIENTOS REQUERIDOS**

Cursos generales:

- Word
- Excel
- PowerPoint
- Internet
- Ley de régimen tributario actualizado
- Inglés básico

#### **HABILIDADES REQUERIDAS**

- Ser creativo.
- Facilidad de palabra.
- Aplicar sus conocimientos en forma crítica.
- Análisis e interpretación de datos.
- Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera.

#### **4. SECRETARIA**

##### **Perfil del puesto:**

- Edad: 20 años en adelante
- Género: femenino.
- Estado civil: Indistinto

##### **DESCRIPCIÓN DEL CARGO.**

##### **DEFINICIÓN:**

La secretaria interactuara de forma directa e indirectamente con los agricultores ya sea por vía telefónica o cara a cara, se encargara de mantener el orden de las actividades semanales del negocio, siendo el soporte principal del Gerente.

##### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:**

- Manejo de agenda
- Administración de documentos



- Facturación
- Atención al cliente
- Emitir reportes de entradas y salidas.

#### **NIVEL ACADÉMICO**

Secretariado Ejecutivo, Licenciatura, Carrera Técnica, mínimo bachiller con experiencia.

#### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

Experiencia mínima de 2 años realizando actividades de secretariado o similares.

#### **NIVEL DE REPORTE**

Se reportara directamente con el Sub-Gerente de manera semanal para un mayor control de las actividades que se realizan en el centro de acopio.

#### **CAPACITACIÓN Y CONOCIMIENTOS REQUERIDOS**

Cursos generales:

- Word
- Excel
- PowerPoint
- Internet

#### **HABILIDADES REQUERIDAS**

- Excelente ortografía.
- Rapidez en captura de datos.
- Iniciativa
- Responsabilidad
- Eficiente
- Ordenada

## ANEXO 5

### Encuesta

#### CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario es para evaluar la necesidad de creación de un centro de acopio a los agricultores del sector El Chague en el Cantón Naranjito, para lo cual solicitamos de su valiosa colaboración contestando el mismo. Cabe mencionar que su opinión es personal y totalmente anónima.

Fecha:

Edad:

Sexo:

|   |   |
|---|---|
| F | M |
|---|---|

1. ¿Por cuánto tiempo se ha dedicado a la actividad agrícola?

|            |              |     |
|------------|--------------|-----|
| 1 a 9 años | 10 a 20 años | Mas |
|------------|--------------|-----|

2. ¿En la actualidad a quienes venden sus productos? Sin estudios

|                           |             |       |
|---------------------------|-------------|-------|
| Comerciante Intermediario | Nivel Local | Otros |
|---------------------------|-------------|-------|

3. ¿Sus niveles actuales de cosecha de maracuyá le permiten tener un estándar de vida?

|       |      |         |
|-------|------|---------|
| Bueno | Malo | Regular |
|-------|------|---------|

4. ¿Cada que tiempo usted cosecha maracuyá?

|            |             |     |
|------------|-------------|-----|
| 1 a 5 días | 6 a 10 días | Mas |
|------------|-------------|-----|

5. ¿Cuántas Hectáreas de maracuyá usted cultiva?

|            |             |             |
|------------|-------------|-------------|
| 1 hectárea | 2 hectáreas | 3 hectáreas |
|------------|-------------|-------------|

6. ¿Se encuentra asociado en algún Centro de Acopio que le brinde apoyo para el correcto desarrollo de la actividad agrícola?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|----|----|

7. ¿Le interesaría agremiarse con sus compañeros en una forma organizada para mejorar el Centro de Acopio?

|    |    |       |
|----|----|-------|
| SI | NO | NO SE |
|----|----|-------|

8. ¿Ha tenido alguna propuesta por parte de la agroindustria?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|----|----|

9. ¿Conoce usted alguna Empresa que se interese en comercializar su Materia Prima?

|    |    |       |
|----|----|-------|
| SI | NO | NO SE |
|----|----|-------|

## ANEXO 6

### SECTOR EL CHAGUE CULTIVO MARACUYÁ








# ANEXO 7

| SRI<br>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS   |  | REPUBLICA DEL ECUADOR<br>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS<br>FORMULARIO RUC 01 - A |  | INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN<br>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RUC<br>SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO |  | ORIGINAL - SRI                                  |  |
|--|--|---|--|--|--|---|--|
|  |  |   |  | www.sri.gov.ec   |  | RUC   |  |
| <b>A.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD</b>   |  |   |  |  |  |   |  |
| RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL  |  |   |  |  |  |   |  |
| NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD  |  |   |  | NOMBRE COMPLETO  |  | PAIS/BOGUSA                                     |  |
| PROVINCIA  |  |   |  | CANTÓN   |  | PARROQUIA                                       |  |
| CALLE  |  | MUNICIPIO   |  | CALLE  |  | NÚMERO  |  |
| INTERSECCIÓN / AVENIDA   |  |   |  | CORRITO  |  | BLOQUE  |  |
| EDIFICIO / CENTRO COMERCIAL  |  |   |  | Nº DE OFICINA  |  | CARRITERO                                       |  |
| CARRITO  |  |   |  | NÚMERO   |  | KM  |  |
| TELÉFONO 1   |  | TELÉFONO 2  |  | TELÉFONO 3   |  | FAX   |  |
| DIRECCIÓN  |  |   |  | SERVIDIO POSTAL  |  | E-MAIL  |  |
| <b>B.- ORÍGEN DE LA SOCIEDAD</b>   |  |   |  |  |  |   |  |
| ORÍGEN (Escriba una opción)  |  |   |  |  |  |   |  |
| RAZÓN SOCIAL SOCIEDADES PUSONALES / ESCUELAS   |  |   |  | RUC  |  |   |  |
| CONSTITUCIÓN   |  | RUC   |  | RUC  |  | RUC   |  |
| FUSIÓN   |  | RUC   |  | RUC  |  | RUC   |  |
| RECONSTRUCCIÓN   |  | RUC   |  | RUC  |  | RUC   |  |
| <b>C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD</b>  |  |   |  |  |  |   |  |
| FECHA DE CONSTITUCIÓN  |  | TIPO DE SOCIEDAD  |  | Nº DE EMPLEADOS  |  | Nº DE PATRONOS                                  |  |
| año  |  | mes   |  | año  |  | año   |  |
| FECHA PARA PUEBLO NEGRO / NEGRO  |  |   |  | DISEÑO DE REGULACIÓN   |  | Nº DE PATRONOS                                  |  |
| año  |  | mes   |  | año  |  | año   |  |
| NOMBRE DEL CONDUCTOR   |  |   |  | CL. FUNC. CONDUCTOR  |  |   |  |
| <b>D.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCIÓN</b>  |  |   |  |  |  |   |  |
| NOMBRE Y NOMBRES COMPLETOS   |  |   |  | CARGO QUE DESARROLLA   |  | CL. O. PASAPORTE                                |  |
| NACIONALIDAD   |  |   |  | CARGO QUE DESARROLLA   |  | FECHA DE NACIMIENTO                             |  |
| CANTÓN   |  |   |  | PROVINCIA  |  | año   |  |
| CANTÓN   |  |   |  | PARROQUIA  |  | CALLE   |  |
| NÚMERO   |  |   |  | INTERSECCIÓN   |  | TELÉFONO  |  |
| DIRECCIÓN  |  |   |  | PAIS   |  |   |  |
| <b>E.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL (O DE QUIEN HAGA SUS VECES)</b>  |  |   |  |  |  |   |  |
| NOMBRE Y NOMBRES COMPLETOS   |  |   |  | NACIONALIDAD   |  | FECHA DE NACIMIENTO                             |  |
| CL. O. PASAPORTE   |  |   |  | PROVINCIA  |  | año   |  |
| CANTÓN   |  |   |  | PARROQUIA  |  | CALLE   |  |
| NÚMERO   |  |   |  | INTERSECCIÓN   |  | TELÉFONO  |  |
| DIRECCIÓN  |  |   |  | PAIS   |  |   |  |
| <b>F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS</b>  |  |   |  |  |  |   |  |
| RAZÓN SOCIAL / NOMBRE Y NOMBRES COMPLETOS  |  | NACIONALIDAD  |  | DOMICILIO FISCAL   |  | SERV. / REG. / PASAPORTE                        |  |
| TPO. DE VISA   |  | % NET   |  | VALOR ACCIONES O PARTICIPACIONES   |  |   |  |
| <b>G.- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL</b>   |  |   |  |  |  |   |  |
| DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL  |  |   |  |  |  |   |  |
| <b>H.- INFORMACIÓN ADICIONAL DE LA SOCIEDAD</b>  |  |   |  |  |  |   |  |
| ¿ES SOCIEDAD BANCARIA DE TALENTOS DE CREDITO?  |  | SI  |  | NO   |  | ¿ES UN FIDEICOMISO?                             |  |
| ¿ES UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA QUE GENERA OPERACIONES DE CREDITO?  |  | SI  |  | NO   |  | ¿ES UNA EMPRESA PÚBLICA?                        |  |
|  |  |   |  |  |  | ¿TIENE VEHICULO PROPIO?                         |  |
|  |  |   |  |  |  |   |  |
| <p>Nota: El presente formulario no se acepta con enmendaduras y tachones.</p> <p>Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.</p> |  |   |  |  |  |   |  |
|  |  |   |  | FECHA DE PRESENTACIÓN  |  | FIRMA REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCIÓN |  |
|  |  |   |  | año  |  | mes   |  |

# ANEXO 8

|   |   |   |   |                        |    |
|---|---|---|---|------------------------|----|
|  | <b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b><br><b>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</b><br><b>FORMULARIO RUC 01 - B</b><br><small>RESOLUCION 805</small> | <b>INSCRIPCION Y ACTUALIZACION</b><br><b>DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS</b><br><b>SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO</b> | COPIA: CONTRIBUYENTE<br>www.sri.gov.ec<br>RUC |                        |    |
| <b>02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL</b><br>_____                                    |   |   |   |                        |    |
| <b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>  |   |   |   |                        |    |
| 03 NOMBRE COMERCIAL   | 04 APERTURA   | 05 CERRAR   | 06 ACTUALIZACION                              | 07 No. ESTABLECIMIENTO |    |
| 08 PROVINCIA  | 09 CANTON   | 10 PARROQUIA  |   |                        |    |
| 11 CIUDAD/ELA   | 12 BARRIO   | 13 CALLE  | 14 NUMERO                                     |                        |    |
| 15 INTERSECCION / MANZANA   | 16 COLONATO   | 17 BLOQUE   |   |                        |    |
| 18 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL  | 19 No. DE OFICINA   | 20 CARRETERO  | 21 Km   |                        |    |
| 22 CAMINO   | 23 REFERENCIA   |   |   |                        |    |
| 24 TELEFONO 1   | 25 TELEFONO 2   | 26 TELEFONO 3   | 27 FAX  |                        |    |
| 28 CELULAR  | 29 ANUARIO POSTAL   | 30 B.N.A.S.   |   |                        |    |
| DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS  |   |   |   |                        |    |
| 31  |   |   |   |                        |    |
| 32  |   |   |   |                        |    |
| 33  |   |   |   |                        |    |
| 34  |   |   |   |                        |    |
| 35  |   |   |   |                        |    |
| 36  |   |   |   |                        |    |
| 37  |   |   |   |                        |    |
| 38  |   |   |   |                        |    |
| 39  |   |   |   |                        |    |
| 40  |   |   |   |                        |    |
| 41  |   |   |   |                        |    |
| 42  |   |   |   |                        |    |
| 43  |   |   |   |                        |    |
| 44  |   |   |   |                        |    |
| FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS   |   |   |   |                        |    |
| año   | mes   | da  | año   | mes                    | da |
| <b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>  |   |   |   |                        |    |
| 03 NOMBRE COMERCIAL   | 04 APERTURA   | 05 CERRAR   | 06 ACTUALIZACION                              | 07 No. ESTABLECIMIENTO |    |
| 08 PROVINCIA  | 09 CANTON   | 10 PARROQUIA  |   |                        |    |
| 11 CIUDAD/ELA   | 12 BARRIO   | 13 CALLE  | 14 NUMERO                                     |                        |    |
| 15 INTERSECCION / MANZANA   | 16 COLONATO   | 17 BLOQUE   |   |                        |    |
| 18 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL  | 19 No. DE OFICINA   | 20 CARRETERO  | 21 Km   |                        |    |
| 22 CAMINO   | 23 REFERENCIA   |   |   |                        |    |
| 24 TELEFONO 1   | 25 TELEFONO 2   | 26 TELEFONO 3   | 27 FAX  |                        |    |
| 28 CELULAR  | 29 ANUARIO POSTAL   | 30 B.N.A.S.   |   |                        |    |
| DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS  |   |   |   |                        |    |
| 31  |   |   |   |                        |    |
| 32  |   |   |   |                        |    |
| 33  |   |   |   |                        |    |
| 34  |   |   |   |                        |    |
| 35  |   |   |   |                        |    |
| 36  |   |   |   |                        |    |
| 37  |   |   |   |                        |    |
| 38  |   |   |   |                        |    |
| 39  |   |   |   |                        |    |
| 40  |   |   |   |                        |    |
| 41  |   |   |   |                        |    |
| 42  |   |   |   |                        |    |
| 43  |   |   |   |                        |    |
| 44  |   |   |   |                        |    |
| FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS   |   |   |   |                        |    |
| año   | mes   | da  | año   | mes                    | da |
| <b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>  |   |   |   |                        |    |
| 03 NOMBRE COMERCIAL   | 04 APERTURA   | 05 CERRAR   | 06 ACTUALIZACION                              | 07 No. ESTABLECIMIENTO |    |
| 08 PROVINCIA  | 09 CANTON   | 10 PARROQUIA  |   |                        |    |
| 11 CIUDAD/ELA   | 12 BARRIO   | 13 CALLE  | 14 NUMERO                                     |                        |    |
| 15 INTERSECCION / MANZANA   | 16 COLONATO   | 17 BLOQUE   |   |                        |    |
| 18 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL  | 19 No. DE OFICINA   | 20 CARRETERO  | 21 Km   |                        |    |
| 22 CAMINO   | 23 REFERENCIA   |   |   |                        |    |
| 24 TELEFONO 1   | 25 TELEFONO 2   | 26 TELEFONO 3   | 27 FAX  |                        |    |
| 28 CELULAR  | 29 ANUARIO POSTAL   | 30 B.N.A.S.   |   |                        |    |
| DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS  |   |   |   |                        |    |
| 31  |   |   |   |                        |    |
| 32  |   |   |   |                        |    |
| 33  |   |   |   |                        |    |
| 34  |   |   |   |                        |    |
| 35  |   |   |   |                        |    |
| 36  |   |   |   |                        |    |
| 37  |   |   |   |                        |    |
| 38  |   |   |   |                        |    |
| 39  |   |   |   |                        |    |
| 40  |   |   |   |                        |    |
| 41  |   |   |   |                        |    |
| 42  |   |   |   |                        |    |
| 43  |   |   |   |                        |    |
| 44  |   |   |   |                        |    |
| FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS   |   |   |   |                        |    |
| año   | mes   | da  | año   | mes                    | da |

**Nota:** El presente formulario no se completará sin emendas y tachones.  
 Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.

|  |                                     |   |
|--|-------------------------------------|---|
|  | FECHA DE PRESENTACION<br>año mes da | FECHA REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION |
|--|-------------------------------------|---|

ANEXO 9

**SRI**  
...le hace bien al país!

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0922569306001

APELLIDOS Y NOMBRES: **ANDRADE SANTOS ALEXANDRA LILIANA  
FERNANDEZ IDROVO JANETH ROCIO**


ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:


| No. ESTABLECIMIENTO:    | 001 | ESTADO | ABIERTO | MATRIZ | FEC. INICIO A |
|-------------------------|-----|--------|---------|--------|---------------|
| NOMBRE COMERCIAL:       |     |        |         |        | FEC. CIERRE:  |
| ACTIVIDADES ECONÓMICAS: |     |        |         |        | FEC. REINICK  |

VENTAS PRODUCTO AGRICOLA AL CONSUMIDOR

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:


Provincia: Guayas, Canton: Naranjito, Parroqui Naranjito, Sector El Chague.



Firma del Contribuyente: 

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Luis Alfredo Rodríguez  
DELEGADO DE  
Servicio de Rentas  
LITONIA



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS



ANEXO 9

**SRI**  
...le hace bien al país

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0922569306001

APELLIDOS Y NOMBRES: **ANDRADE SANTOS ALEXANDRA LILIANA  
FERNANDEZ IDROVO JANETH ROCIO**

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:

CALIFICACIÓN ARTEBANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 24/02/1986 FEC. ACTUALIZACION:

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 31/01/2011 FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:

FEC. INSCRIPCION: 31/01/2011 FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:  
**VENTAS PRODUCTOS AGRICOLAS AL CONSUMIDOR**

DOMICILIO TRIBUTARIO:  
**Provincia: Guayas, Canton: Naranjito, Parroquia: Naranjito, Sector: Chague.**

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:  
\* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de E Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS:

JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR, GUAYAS CERRADOS:

**SRI**  
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS LITORAL SUR

**Luis Alfredo Robles L.**  
DELEGADO DEL R.U.  
Servicio de Rentas Internas  
LITORAL SUR

**Enith Mejía V.**  
FRM DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTER

**ANEXO 10**

|  |   |                 |   |          |        |   |        |         |   |        |              |   |                 |
|--|---|-----------------|---|----------|--------|---|--------|---------|---|--------|--------------|---|-----------------|
| <p style="text-align: center;"><b>CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO</b><br/>EWC. 096213210001</p> <p style="text-align: center;"><b>DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO</b><br/><b>TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS</b></p> <p>No. 0031334</p> <p>FECHA: 13/06/2010</p> <p>Nº: 3010</p> <p>RUC: 0962114553-8</p> <p>CONCEPTO: RAFFO GIEVARR JUAN HENAO</p> <p>DIRECCION: FORTALEZA- AV 19 DE SEPT.-ISIDRO AYORA</p> <p>ACTIVIDAD: DISCOTECAS</p> <p style="text-align: center;">DISCOTECA "SOLERA DISCO LOGUE"</p> | <p style="text-align: center;"><b>CUERPO DE BOMBEROS MILAGRO</b><br/>RUC: 0962513010001<br/>Dirección: Rocasanta V 461 y García Moreno<br/>Teléfono: 2970-251 (Emergencia 102)<br/>2974-283 (Oficina) • Milagro • Ecuador</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>TASA</td> <td>:</td> <td>\$120.00</td> </tr> <tr> <td>TITULO</td> <td>:</td> <td>5 2.40</td> </tr> <tr> <td>RECARGO</td> <td>:</td> <td>5 0.00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td>:</td> <td><b>\$122.40</b></td> </tr> </table> <p style="text-align: right;">CATEGORIA: PRIMERA</p> | TASA            | : | \$120.00 | TITULO | : | 5 2.40 | RECARGO | : | 5 0.00 | <b>TOTAL</b> | : | <b>\$122.40</b> |
| TASA   | :   | \$120.00        |   |          |        |   |        |         |   |        |              |   |                 |
| TITULO   | :   | 5 2.40          |   |          |        |   |        |         |   |        |              |   |                 |
| RECARGO  | :   | 5 0.00          |   |          |        |   |        |         |   |        |              |   |                 |
| <b>TOTAL</b>   | :   | <b>\$122.40</b> |   |          |        |   |        |         |   |        |              |   |                 |


Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerado que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando corresponda.

Abnegación y Disciplina  
JEFE DE SERVICIOS

EMISION  
SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR


13/06/2010 09:15:57



**ANEXO 11**

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Solicitud de Patente Municipal</b>  |  | Folio N°   |
| Fecha solicitud: <input type="text"/> de <input type="text"/> del <input type="text"/>   |  | <b>USO EXCLUSIVO MUNICIPALIDAD</b>   |
| <b>A) Individualización Solicitante de Patente</b>   |  | N° Ingreso en Sistema de patentes: <input type="text"/>  |
| RUT N° <input type="text"/>  |  | <b>ASIGNACIÓN NUMERO DE ROL DE PATENTE</b>   |
| RUT Rep. Legal <input type="text"/>  |  | Definitivo <input type="checkbox"/> Provisorio <input type="checkbox"/>  |
|  |  | N° de ROL Patente Asignado <input type="text"/>  |
|  |  | Fecha de pago de Patente: <input type="text"/>   |
|  |  |  |
| Nombre o Razón Social  |  | Nombre Representante Legal   |
| Dirección particular Solicitante o de Representante Legal - Calle - N° - Población - Comuna  |  | Fono   |
| Dirección Comercial Calle - N° - Población   |  | N° Rol de Avalúo   |
|  |  | Fono - Fax   |
|  |  | E-mail   |
| <b>B 1) Actividad Económica</b>  |  | <b>B 2) Tipo de Negocio</b>  |
| <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Industrial<br><input type="checkbox"/> Alkoholes <input type="checkbox"/> Profesional<br>marcar con una (X) en el recuadro que corresponda |  | <input type="checkbox"/> Negocio Único <input type="checkbox"/> Sucursal <input type="checkbox"/> Casa Matriz<br>marcar con una (X) en el recuadro que corresponda |
|  |  | Numero de trabajadores: <input type="text"/>   |
| <b>B 3) Giro y/o actividad:</b>  |  |  |

# ANEXO 12



**MINISTERIO DE GOBIERNO Y POLICIA**  
**PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**  
 (válido sin enmiendas)

**AÑO 2009**

Nº. P.A.F.  
**0015155**

VALOR USD\$ **15,00**

13133 13

**INFORMACION BASICA**      **ADVERTENCIAS**

**COB. CATASTRO:** 14862

**1. AUTORIZACION**

El Intendente de conformidad a las responsabilidades y competencias que le otorgan la Ley y reglamentos subsecuentes:

1.1 Permanecer abierto hasta las: \_\_\_\_\_

1.2 Funcionar con sonido exterior hasta las: \_\_\_\_\_

**2. CENTRO DEL PERMISO**

El presente permiso podrá ser RETIRADO por el Intendente de conformidad a las responsabilidades y competencias que le otorgan la Ley y reglamentos subsecuentes:

Si el establecimiento funciona pasado \_\_\_\_\_

Si no cumple con el volumen de movimiento de mercancías autorizado \_\_\_\_\_

Si en el momento de la inspección se encuentran \_\_\_\_\_

Si en el momento de la inspección se encuentran menores de edad, si es el caso \_\_\_\_\_

Si se detecta cualquier infracción legal sobre la materia \_\_\_\_\_

**RAZON SOCIAL:** CENTRO DE ACOPIO D

**Nº. R.U.C.:** 0101819282

**NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE:** VINANSACA NACIPUCHA LUIS ALFREDO

**Nº. CEDULA CIUDADANIA:** 0101819282


**TIPO DE ESTABLECIMIENTO:** VENTAS /FRUTAS AL POR MENOR Y MAYOR

**PROVINCIA:** GUAYAS

**CANTON:** NARANJITO

**CIUDAD/PARROQUIA:** NARANJITO

**DIRECCION:** SECTOR EL CHAGUE



**17 AGO. 2009**

\*SEGUN DECRETO 2310-B Y ACUERDO MINISTERIAL Nº. 6179 DEL 07-06-2009

El Intendente del Permiso tiene a cargo la respectiva SANCIÓN. De todo retiro de Permiso debe informarse a la Dirección Financiera en la Provincia de Pichincha y al Recaudador Fiscal de la Gobernación, en las Provincias.

**DIRECTOR FINANCIERO**

*[Signature]*

**Fecha de Emisión:** 27-feb-09

**RECIBIÓ VIZION FISCAL**

*[Signature]*

**Recaudadora Fiscal**  
**Gobernación Provincia del Guayas**

**Fecha de Recepción:** \_\_\_\_\_

**INTENDENTE GENERAL DE POLICIA**

*[Signature]*

**Fecha de Firma y Entrega:** \_\_\_\_\_

**UBICAR ESTE PERMISO EN UN LUGAR VISIBLE**  
**CONTRIBUYENTE**

## ANEXO 13

### Modelo de solicitud dirigida al Director provincial de Salud del Guayas, previo al otorgamiento del permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.

Director  
Cesar Chong Loor  
DIRECTOR DE GESTION ESTRATEGICA DEL  
SISTEMA PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS  
Ciudad

De mis consideraciones:

Por medio de la presente solicito a usted autorice a quien corresponda realice la inspección sanitaria previa a la obtención del Permiso de Funcionamiento del establecimiento que detallo a continuación:

1era vez Renovación Cambio razón Social Traslado al establecimiento Cambio Propietario

**TIPO DE ESTABLECIMIENTO:**

.....

**ACTIVIDAD:**

.....

**RAZÓN SOCIAL:**

.....

**RAZÓN COMERCIAL:**

.....

**R.U.C:**

.....

**PROPIETARIO:**

.....

**CÉDULA:**

.....

**DIRECCIÓN:**

.....

**TELEFONO:**

.....

**RESPONSABLE TÉCNICO:**

.....

**ÁREA DE SALUD:**

.....

**HORARIO DE ATENCIÓN:**

.....

Por la atención al presente me suscribo de usted.

Atentamente,

---


Propietario/Representante Legal

---

Responsable Técnico

# ANEXO 14


## FORMULARIO DE INSPECCIÓN



**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**  
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD  
DEL GUAYAS

### HOSPITAL "ABRAHAM BITAR DAGER"

AREA DE SALUD No. 23 • Teléfono: 720194  
DEPARTAMENTO DE CONTROL Y ATENCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE



## PROGRAMA DE SANEAMIENTO BASICO N° 19944

### DATOS GENERALES

Tipo: ..... Nombre: *[Handwritten Signature]*

Dirección: .....

Propietario: ..... No. de Cédula: .....

Nuevo  Antiguo  No. Permiso: ..... No. Personal: .....

CERTIFICADOS DE SALUD SI  NO

### DATOS DE CATEGORIZACION

No. Mesas: ..... No. Sillas: ..... No. Habitaciones: ..... Categoría CETUR: .....

Código M.S.P.: ..... Valor: .....

#### INFRAESTRUCTURA GENERAL

|                      |       |                          |      |                          |
|----------------------|-------|--------------------------|------|--------------------------|
| AAPP CISTERNA        | BUENA | <input type="checkbox"/> | MALA | <input type="checkbox"/> |
| AASS                 | SI    | <input type="checkbox"/> | NO   | <input type="checkbox"/> |
| VENTILACION          | BUENA | <input type="checkbox"/> | MALA | <input type="checkbox"/> |
| ILUMINACION          | BUENA | <input type="checkbox"/> | MALA | <input type="checkbox"/> |
| INST. ELECTRICA      | BUENA | <input type="checkbox"/> | MALA | <input type="checkbox"/> |
| BATERIAS SANITARIAS  | BUENA | <input type="checkbox"/> | MALA | <input type="checkbox"/> |
| EXTINTOR DE INCENDIO | SI    | <input type="checkbox"/> | NO   | <input type="checkbox"/> |

#### ALOJAMIENTO (Hoteles, Moteles, etc.)

|                            |       |                          |      |                          |
|----------------------------|-------|--------------------------|------|--------------------------|
| RECEPCION                  | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| VITUALLAS                  | BUENA | <input type="checkbox"/> | MALA | <input type="checkbox"/> |
| MOBILIARIO                 | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| PAREDES Y TUMBADOS         | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| PISO                       | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| COLCHONES                  | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| AREA LAVADO (Desinfección) | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |

#### INFRAESTRUCTURA ESPECIFICA

VTA COMIDA (Restaurant, Picanterías, etc.)

|                           |        |                          |       |                          |
|---------------------------|--------|--------------------------|-------|--------------------------|
| TRAMPA DE GRASA           | SI     | <input type="checkbox"/> | NO    | <input type="checkbox"/> |
| MESAS DE TRABAJOS         | BUENO  | <input type="checkbox"/> | MALO  | <input type="checkbox"/> |
| VAJILLAS                  | BUENAS | <input type="checkbox"/> | MALAS | <input type="checkbox"/> |
| UTENSILIOS                | BUENOS | <input type="checkbox"/> | MALOS | <input type="checkbox"/> |
| EQUIPO DE REFRIGERACION   | BUENO  | <input type="checkbox"/> | MALO  | <input type="checkbox"/> |
| PERSONAL UNIFORMADO       | SI     | <input type="checkbox"/> | NO    | <input type="checkbox"/> |
| CAMPAÑA EXTRACT. DE GRASA | BUENO  | <input type="checkbox"/> | MALO  | <input type="checkbox"/> |
| MOBILIARIO DE PUBLICO     | BUENO  | <input type="checkbox"/> | MALO  | <input type="checkbox"/> |
| PISO                      | BUENO  | <input type="checkbox"/> | MALO  | <input type="checkbox"/> |
| PAREDES Y TUMBADO         | BUENO  | <input type="checkbox"/> | MALO  | <input type="checkbox"/> |

#### DIVERSION (Discotecas, Barras, Salones, etc.)

|                      |       |                          |      |                          |
|----------------------|-------|--------------------------|------|--------------------------|
| MOBILIARIO           | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| SALIDA DE EMERGENCIA | SI    | <input type="checkbox"/> | NO   | <input type="checkbox"/> |
| UNIFORME DE PERSONAL | SI    | <input type="checkbox"/> | NO   | <input type="checkbox"/> |

#### PUNTOS DE VENTA (Almacenes, Bazares, etc.)

|                          |       |                          |      |                          |
|--------------------------|-------|--------------------------|------|--------------------------|
| AREA DE ATENCION PUBLICO | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |
| BODEGAS                  | BUENO | <input type="checkbox"/> | MALO | <input type="checkbox"/> |

OTROS: .....

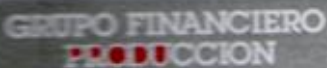
#### OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

1. ....

2. ....

| COMPLETADO |    | PLAZO |      |
|------------|----|-------|------|
| SI         | NO | SI    | DIAS |
|            |    |       |      |

## ANEXO 15

|    |  | ESTADO DE SITUACION PERSONAL  |  |
|---|--|---|--|
|   |  | <input type="checkbox"/> CREDITO (llenar todo el formulario)<br><input checked="" type="checkbox"/> CUENTA CORRIENTE (llenar espacios en blanco)  |  |
| Escríbame y envíemelo a mi letra impresa. La información aquí descrita será considerada confidencial.   |  |   |  |
| MONTO DEL CREDITO: _____  |  | FULGORPOSITO: _____   |  |
| PLAZO SOLICITADO: _____   |  |   |  |
| 1. DATOS PERSONALES   |  |   |  |
| NOMBRES: _____  |  | APELLIDOS: _____  |  |
|   |  | Paterno: _____ Materno: _____ De casada: _____  |  |
| SEXO: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>   |  |   |  |
| FECHA DE NAC: _____<br>Día: _____ Mes: _____ Año: _____   |  | ESTADO CIVIL: Soltero (a) <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/><br>Divorciado (a) <input type="checkbox"/> Vnudo (a) <input type="checkbox"/> Unión Libre <input type="checkbox"/> |  |
|   |  | NACIONALIDAD O ESTATUS MIGRATORIO: Ecuatoriana: <input type="checkbox"/> C.I.: _____ Residente: <input type="checkbox"/> C.I.: _____<br>Extranjera: <input type="checkbox"/> País: _____ Pas. No.: _____  |  |
| NUMERO DE DEPENDIENTES: _____   |  | SEPARACION DE BIENES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>   |  |
| 2. RESIDENCIA ACTUAL  |  |   |  |
| CIUDAD: _____   |  | DIRECCION: Calle y Número: _____  |  |
|   |  | Barrio: _____ Dpto: _____ Piso: _____   |  |
| Sector: _____   |  | Teléfono: _____ Celular: _____ e-mail: _____  |  |
|   |  | VIVIENDA: Propia: <input type="checkbox"/><br>Arrendada: <input type="checkbox"/><br>Vive con familiares: <input type="checkbox"/>  |  |
| TIEMPO DE RESIDENCIA: Años _____ Meses _____  |  | HIPOTECADA: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>   |  |
| CORRESPONDENCIA EN: Residencia Actual: <input type="checkbox"/> Calle y Número: _____<br>Otra: <input type="checkbox"/> Barrio: _____ Dpto: _____ Piso: _____ Ciudad: _____   |  |   |  |
| 3. RESIDENCIA ANTERIOR  |  |   |  |
| Dirección: _____ Sector/Barrio: _____   |  | Ciudad: _____   |  |
|   |  | TIEMPO DE RESIDENCIA: Años _____ Meses _____  |  |
| 4. NIVEL EDUCATIVO  |  |   |  |
| Primario: <input type="checkbox"/> Cursando: <input type="checkbox"/><br>Secundario: <input type="checkbox"/> Egresado: <input type="checkbox"/><br>Universitario: <input type="checkbox"/> Título Universitario: <input type="checkbox"/><br>Masterado: <input type="checkbox"/> |  | Nivel: _____ Especialización: _____<br>Entidad Educativa: _____   |  |
| 5. DATOS FAMILIARES ADICIONALES:  |  |   |  |
| CONYUGE: NOMBRES: _____   |  | APELLIDOS: Paterno: _____ Materno: _____  |  |
|   |  | Fecha de Nacimiento: Día _____ Mes _____ Año _____  |  |
| NACIONALIDAD O ESTATUS MIGRATORIO: Ecuatoriana: <input type="checkbox"/> Residente: <input type="checkbox"/> Extranjera: <input type="checkbox"/><br>C.I.: _____ País: _____ Pas. No.: _____  |  |   |  |
| ACTIVIDAD ACTUAL DEL CONYUGE:   |  |   |  |
| Nombre Empresa: _____   |  | Naturaleza del Negocio: _____   |  |
|   |  | Cargo que desempeña: _____ Años: _____ Meses: _____   |  |
| Ciudad: _____   |  | Dirección: _____ Teléfono(s): _____   |  |
| Empleado: <input type="checkbox"/> Independiente: <input type="checkbox"/> Ambos: <input type="checkbox"/>  |  | Hijos: <input type="checkbox"/> Número: _____ Nombre: _____ Edad: _____   |  |
| FAMILIAR CERCANO QUE NO VIVA CON USTED:   |  |   |  |
| Nombre: _____   |  | Apellido: _____ Teléfono: _____ Parentesco: _____   |  |
|   |  | Dirección: _____ Teléfono de empleo: _____  |  |
| 6. CUENTAS BANCARIAS  |  | TARJETAS DE CREDITO   |  |
| Institución: _____ Cta. Corriente #: _____ Cta. Ahorros #: _____  |  | Institución: _____ Número de tarjeta: _____   |  |
| a.- _____ b.- _____   |  | a.- _____ b.- _____ c.- _____   |  |

## ANEXO 15

Solicitud Crédito

| 7. ACTIVIDAD ECONOMICA SUYA  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
|--|-------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>A. Independiente:</b>   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| Comercio:  | Nombre de negocio                   | Tipo de Producto:                  | Tiempo en la actividad     | Jubilado:                |                          |
| Servicios:   |                                     |                                    |                            | Q. Domésticos:           |                          |
| Ejercicio Profesional:   |                                     |                                    |                            | Rentista:                |                          |
| DIRECCION:   | Calle:                              | Número:                            | Dpto:                      | Piso:                    | Sector: Teléfono(s):     |
| B. Empleado:   | Nombre de la empresa o Institución: |                                    | Sector:                    | Cargo actual:            | Años en la empresa       |
| DIRECCION:   | Calle y Número:                     | Sector:                            | Dpto:                      | Piso:                    | Teléfono(s):             |
| <b>ACTIVIDAD ANTERIOR:</b>   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| Nombre de la empresa o Institución   |                                     | Naturaleza del Negocio:            | Sector:                    | Cargo que desempeñó:     | Antigüedad en la empresa |
| DIRECCION:   | Calle y Número:                     | Sector:                            | Dpto:                      | Piso:                    | Teléfono(s):             |
| <b>8. INGRESOS Y EGRESOS MENSUALES:</b>  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| Sueldo o Ingreso:  | Sueldo Cónyuge o Ingreso:           | Arrendos(monto que recibe):        | Inversiones (interés mes): | TOTAL                    |                          |
| Otros ingresos:  | Origen:                             |                                    |                            |                          |                          |
| Pago arrendo mes:  | Alimento y vestimenta:              | Servicios básicos(luz, agua, ...): | Educación:                 | Seguros:                 | TOTAL                    |
| <b>9. PERFIL TRANSACCIONAL</b> (PERIODO M= MENSUAL, T= TRIMESTRAL, S= SEMESTRAL)   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| DEPOSITOS  |                                     | RETRIMOS / CREDITOS                |                            | TRANSFERENCIAS ENTIDADAS |                          |
| No. PERIODO  | No. PERIODO                         | No. PERIODO                        | No. PERIODO                | No. PERIODO              | No. PERIODO              |
| MONTO:   | MONTO:                              | MONTO:                             | MONTO:                     | MONTO:                   | MONTO:                   |
| <b>10. ACTIVOS (BIENES Y PATRIMONIO):</b>  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| BIENES INMOBILIARIOS   |                                     |                                    | INSTRUMENTOS PROPIOS       |                          |                          |
| Tip:   | Descripción:                        | Valor Comercial:                   | Marca:                     | Año:                     | Modelo:                  |
| a.-  |                                     |                                    | a.-                        |                          |                          |
| b.-  |                                     |                                    | b.-                        |                          |                          |
| c.-  |                                     |                                    | c.-                        |                          |                          |
| OTROS ACTIVOS  |                                     | Detalle:                           | Valor Comercial            |                          |                          |
| <b>Total Activos (sumatoria de valor comercial):</b>   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| <b>11. PASIVOS:</b>  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| <b>DEUDAS E HIPOTECAS</b>  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| INSTITUCION  | RAZON O PROPOSITO                   | VALOR ORIGINAL                     | PAGO MENSUAL               | SALDO ACTUAL             |                          |
| a.-  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| b.-  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| c.-  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| <b>TARJETAS DE CREDITO</b>   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| NOMBRE DE LA TARJETA   | NUMERO                              | GASTO APROXIMADO MENSUAL           |                            | SALDO ACTUAL             |                          |
| a.-  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| b.-  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| c.-  |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| <b>Total Pasivos (sumatoria saldo actual):</b>   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| <b>TOTAL PATRIMONIO (ACTIVOS-PASIVOS):</b>   |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| <p>Declaro(amos) y me (nos) responsabilizo (amos) de que la información contenida en esta solicitud es correcta. Así mismo expresamente autorizo (amos) para que se obtenga de cualquier fuente de información, referencias relativas a mi (nosotros), a mi (nuestro) comportamiento crediticio, manejo de mi (s) (nuestras) cuenta (s), de ahorro, tarjetas de crédito, etc, en general al cumplimiento de mi (nuestras) obligaciones. De igual forma, el Banco queda expresamente autorizado para obtener de la Superintendencia de Bancos, a través de la Central de Riesgos, la información que éste considere necesaria.</p> <p><b>AUTORIZACIÓN.-</b> Autorizo(amos) expresamente a PRODUBANCO para que obtenga de cualquier fuente de información, incluida la Central de Riesgos, sus referencias e información personal(es) sobre mi(nuestro) comportamiento crediticio, manejo de mi(nuestras) cuenta(s), corriente(s), de ahorro, tarjeta(s) de crédito, etc., y en general sobre el cumplimiento de mi(nuestras) obligaciones y demás activos, pasivos y datos personales. De igual forma, PRODUBANCO queda expresamente autorizado para que pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes, organismos de control, Burós de Información Crediticia y otras instituciones o personas jurídicas, legal o reglamentariamente facultadas, así como para que pueda hacer público mi(nuestro) comportamiento crediticio</p> <p>Por otra parte, manifiesto que conozco el contenido de la Resolución de la Junta Bancaria No. JB-99-150 publicada en el Registro Oficial No. 260 de 23 de agosto de 1999 y sus reformas, y declaro expresamente que SI _____ NO _____ me encuentro incurso en las causales de vinculación establecidas en la mencionada Resolución, comprometiéndome (nos) a informar al banco cualquier cambio respecto a los criterios de vinculación.</p> |                                     |                                    |                            |                          |                          |
| Ciudad y fecha:  |                                     |                                    | Firma del Cliente          |                          |                          |

SITUPER.DIC/99



**ANEXO 16  
REJILLA FO**

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b> | Posibilidad de alianzas estratégicas con proveedores y clientes (mercados mayoristas o minoristas). | Fruta apetecida en varios mercados. | Población dispuesta a participar en el centro de acopio. | Marco legal favorable y promotor de inversiones. | Apertura favorable para negocios en la comunidad. | Accesibilidad tecnológica. | <b>TOTAL</b> |
|---|----------------------|---|-------------------------------------|--|--|---|----------------------------|--------------|
| Costos adecuados y bajos para incursionar en mercados altamente competitivos, como una estrategia primaria. |                      | 9   | 3                                   | 6  | 3  | 9   | 3                          | <b>33</b>    |
| Productos tradicionales de muy buena calidad.   |                      | 3   | 6                                   | 3  | 1  | 9   | 1                          | <b>23</b>    |
|   |                      | 3   | 3                                   | 6  | 1  | 3   | 1                          | <b>17</b>    |

|  |                  |           |           |           |           |           |           |            |
|--|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Ubicación geográfica estratégica.                                  |                  |           |           |           |           |           |           |            |
| Existe un local destinado para crear el centro de acopio.          |                  | 3         | 1         | 9         | 6         | 9         | 3         | 31         |
| Abundancia de recursos naturales.                                  | FOCO DE ATENCION | 9         | 9         | 6         | 6         | 6         | 1         | 37         |
| Máxima productividad para tierras de cultivos masivos.             |                  | 9         | 9         | 9         | 6         | 9         | 1         | 43         |
| La mayoría de familias tiene experiencia en la actividad agrícola. |                  | 6         | 6         | 9         | 3         | 9         | 1         | 34         |
| Potencial agroindustrial.  |                  | 9         | 9         | 6         | 6         | 6         | 1         | 37         |
| <b>TOTAL</b>   |                  | <b>51</b> | <b>46</b> | <b>54</b> | <b>32</b> | <b>60</b> | <b>12</b> | <b>255</b> |

**FO: UTILIZAR LAS FORTALEZAS PARA APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES**

**PUNTUACION DE 1 - 3 - 6 - 9**

**ANEXO 17  
REJILLA FA**

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>AMENAZAS</b> | Fenómenos naturales que son prácticamente impredecibles; fenómeno de la niña, del niño, inundaciones, etc. | Pérdida de interés en los cultivos de maracuyá en el Ecuador debido a la debilidad de la explotación de los productos. | Ausencia de un Plan Estratégico que permita la creación de un Centro de Acopio. | Profundización de la crisis económica y social. | Disminución de producto básico por incremento de nuevas plazas | Presencia de plagas y enfermedades en los cultivos. | Contaminación ambiental | <b>TOTAL</b> |
|---|-----------------|--|--|---|---|--|---|-------------------------|--------------|
| Costos adecuados y bajos para incursionar en mercados altamente competitivos, como una estrategia primaria. |                 | 3  | 3  | 6   | 9   | 3  | 9   | 3                       | <b>36</b>    |
| Productos tradicionales de muy buena calidad.   |                 | 9  | 9  | 1   | 6   | 6  | 9   | 9                       | <b>49</b>    |
| Ubicación geográfica estratégica.   |                 | 9  | 1  | 9   | 1   | 1  | 6   | 1                       | <b>28</b>    |

|  |                  |           |           |           |           |           |           |           |            |
|--|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Existe un local destinado para crear el centro de acopio.          |                  | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 7          |
| Abundancia de recursos naturales.                                  | FOCO DE ATENCION | 6         | 9         | 9         | 1         | 9         | 9         | 6         | 49         |
| Máxima productividad para tierras de cultivos masivos.             |                  | 6         | 1         | 1         | 3         | 9         | 9         | 1         | 30         |
| La mayoría de familias tiene experiencia en la actividad agrícola. |                  | 6         | 9         | 9         | 9         | 9         | 9         | 1         | 52         |
| Potencial agroindustrial.  |                  | 1         | 9         | 1         | 9         | 9         | 9         | 1         | 39         |
| <b>TOTAL</b>   |                  | <b>41</b> | <b>42</b> | <b>37</b> | <b>39</b> | <b>47</b> | <b>61</b> | <b>23</b> | <b>290</b> |

**FA: UTILIZAR LAS FORTALEZAS PARA ENFRENTAR LAS AMENAZAS**

**PUNTUACION DE 1 - 3 - 6 - 9**

**ANEXO 18  
REJILLA DO**

| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>    | Posibilidad de alianzas estratégicas con proveedores y clientes (mercados mayoristas o minoristas). | Fruta apetecida en varios mercados. | Población dispuesta a participar en el centro de acopio. | Marco legal favorable y promotor de inversiones. | Apertura favorable para negocios en la comunidad. | Accesibilidad tecnológica. | <b>TOTAL</b> |
|--|-------------------------|---|-------------------------------------|--|--|---|----------------------------|--------------|
| limitados contactos con mercados clientes                            | <b>FOCO DE ATENCION</b> | 9   | 6                                   | 9  | 6  | 3   | 6                          | 39           |
| Vías secundarias de acceso al Sector el Chague en mal estado.        |                         | 9   | 3                                   | 9  | 3  | 6   | 6                          | 36           |
| Escasa cultura en el cuidado del medio ambiente y en preservación de |                         | 3   | 1                                   | 9  | 1  | 9   | 6                          | 29           |

|  |                         |           |           |           |           |           |           |            |
|--|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| recursos naturales.  |                         |           |           |           |           |           |           |            |
| Ausencia de orientación en organización y gestión a las organizaciones sociales de base. | <b>FOCO DE ATENCION</b> | 9         | 6         | 9         | 6         | 3         | 1         | 34         |
| Escasa gestión en protección del medio ambiente.   |                         | 6         | 1         | 3         | 1         | 6         | 3         | 20         |
| Sistema de comercialización deficiente.  |                         | 3         | 1         | 1         | 1         | 3         | 1         | 10         |
| Ausencia de cultura  |                         | 1         | 1         | 1         | 1         | 9         | 9         | 22         |
| Ausencia de incentivos para la inversión.  |                         | 1         | 1         | 1         | 1         | 9         | 9         | 21         |
| <b>TOTAL</b>   |                         | <b>41</b> | <b>20</b> | <b>42</b> | <b>20</b> | <b>48</b> | <b>41</b> | <b>212</b> |

**DO: SI ELIMINO LA DEBILIDAD, CUANTO ME AYUDA ESO PARA APROVECHAR LA OPORTUNIDAD**

**PUNTUACION DE 1 - 3 - 6 - 9**

**ANEXO 19  
REJILLA DA**

| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>         | Fenómenos naturales que son prácticamente impredecibles; fenómeno de la niña, del niño, inundaciones, etc. | Pérdida de interés en los cultivos de maracuyá en el Ecuador debido a la debilidad de la explotación de los productos. | Ausencia de un Plan Estratégico que permita la creación de un Centro de Acopio. | Profundización de la crisis económica y social. | Disminución de producto básico por incremento de nuevas plazas | Presencia de plagas y enfermedades en los cultivos. | Contaminación ambiental | <b>TOTAL</b> |
|---|-------------------------|--|--|---|---|--|---|-------------------------|--------------|
| limitados contactos con mercados clientes                     |                         | 3  | 6  | 6   | 3   | 3  | 6   | 6                       | <b>33</b>    |
| Vías secundarias de acceso al Sector el Chague en mal estado. | <b>FOCO DE ATENCION</b> | <b>6</b>   | <b>6</b>   | <b>3</b>  | <b>1</b>  | <b>9</b>   | 1   | 1                       | <b>27</b>    |

|  |                         |           |           |           |           |           |           |           |            |
|--|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
|  |                         |           |           |           |           |           |           |           |            |
| Escasa cultura en el cuidado del medio ambiente y en preservación de recursos naturales. | <b>FOCO DE ATENCION</b> | <b>9</b>  | <b>6</b>  | <b>1</b>  | <b>6</b>  | <b>9</b>  | <b>1</b>  | <b>1</b>  | <b>33</b>  |
| Ausencia de orientación en organización y gestión a las organizaciones sociales de base. |                         | <b>9</b>  | <b>6</b>  | <b>1</b>  | <b>6</b>  | <b>1</b>  | <b>1</b>  | <b>9</b>  | <b>33</b>  |
| Escasa gestión en protección del medio ambiente.   |                         | <b>9</b>  | <b>6</b>  | <b>1</b>  | <b>6</b>  | <b>6</b>  | <b>1</b>  | <b>3</b>  | <b>32</b>  |
| Sistema de comercialización deficiente.  |                         | <b>3</b>  | <b>1</b>  | <b>6</b>  | <b>1</b>  | <b>6</b>  | <b>3</b>  | <b>9</b>  | <b>38</b>  |
| Ausencia de cultura  |                         | <b>3</b>  | <b>3</b>  | <b>6</b>  | <b>3</b>  | <b>9</b>  | <b>1</b>  | <b>9</b>  | <b>34</b>  |
| Ausencia de incentivos para la inversión.  |                         | <b>6</b>  | <b>3</b>  | <b>1</b>  | <b>6</b>  | <b>9</b>  | <b>1</b>  | <b>9</b>  | <b>35</b>  |
| <b>TOTAL</b>   |                         | <b>48</b> | <b>37</b> | <b>25</b> | <b>32</b> | <b>53</b> | <b>15</b> | <b>47</b> | <b>257</b> |

**DA: SI SE ELIMINA LA DEBILIDAD, CUANTO AYUDA ESO PARA ENFRENTAR LA AMENAZA**

**PUNTUACION DE 1 - 3 - 6 - 9**



**ANEXO 20**

| <b>CHAGUE S.A</b>                   |                                       |                    |                 |
|-------------------------------------|---------------------------------------|--------------------|-----------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS ACTUALES</b>       |                                       |                    |                 |
| <b>CANTIDAD</b>                     | <b>DESCRIPCION</b>                    | <b>C. UNITARIO</b> | <b>C. TOTAL</b> |
|                                     | <b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>       |                    |                 |
| 1                                   | ESCRITORIOS                           | 40,00              | 40,00           |
| 1                                   | SILLAS EJECUTIVAS                     | 25,00              | 25,00           |
|                                     | <b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>        |                    | <b>65,00</b>    |
|                                     |                                       |                    |                 |
|                                     | <b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>      |                    |                 |
| 1                                   | TELEFONO                              | 20,00              | 20,00           |
|                                     |                                       |                    |                 |
|                                     | <b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>       |                    | <b>20,00</b>    |
|                                     |                                       |                    |                 |
|                                     | <b><u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u></b>   |                    |                 |
| 1                                   | COMPUTADORA                           | 700,00             | 700,00          |
| 1                                   | IMPRESORA MULTIFUNCIONAL              | 80,00              | 80,00           |
|                                     | <b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b> |                    | <b>780,00</b>   |
|                                     |                                       |                    |                 |
|                                     | <b><u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u></b>   |                    |                 |
| 1                                   | BALANZA                               | 350                | 350,00          |
|                                     | <b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>    |                    | <b>350,00</b>   |
|                                     |                                       |                    |                 |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS ACTUALES</b> |                                       |                    | <b>1.215,00</b> |

**ANEXO 21**

**CHAGUE S.A**

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ACTUAL**

|                                 | ENE.            | FEB.            | MAR.            | ABR.            | MAY.            | JUN.            | JUL.            | AGO.            | SEPT.           | OCT.            | NOV.            | DIC.            | 2010             |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| <b>VENTAS</b>                   | 50.387,52       | 42.048,00       | 46.252,80       | 33.638,40       | 29.784,00       | 32.026,56       | 29.083,20       | 36.091,20       | 32.236,80       | 26.700,48       | 22.811,04       | 32.412,00       | 413.472,00       |
| (-) COSTO DE VENTAS             | 41.989,60       | 35.040,00       | 38.544,00       | 28.032,00       | 24.820,00       | 26.688,80       | 24.236,00       | 30.076,00       | 26.864,00       | 22.250,40       | 19.009,20       | 27.010,00       | 344.560,00       |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>           | <b>8.397,92</b> | <b>7.008,00</b> | <b>7.708,80</b> | <b>5.606,40</b> | <b>4.964,00</b> | <b>5.337,76</b> | <b>4.847,20</b> | <b>6.015,20</b> | <b>5.372,80</b> | <b>4.450,08</b> | <b>3.801,84</b> | <b>5.402,00</b> | <b>68.912,00</b> |
| COSTOS INDIRECTOS               | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 487,08          | 5.844,90         |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>     | <b>7.910,84</b> | <b>6.520,93</b> | <b>7.221,73</b> | <b>5.119,33</b> | <b>4.476,93</b> | <b>4.850,68</b> | <b>4.360,13</b> | <b>5.528,13</b> | <b>4.885,73</b> | <b>3.963,01</b> | <b>3.314,77</b> | <b>4.914,93</b> | <b>63.067,10</b> |
| (-) GASTOS FINANCIEROS          | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -               | -                |
| <b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b> | <b>7.910,84</b> | <b>6.520,93</b> | <b>7.221,73</b> | <b>5.119,33</b> | <b>4.476,93</b> | <b>4.850,68</b> | <b>4.360,13</b> | <b>5.528,13</b> | <b>4.885,73</b> | <b>3.963,01</b> | <b>3.314,77</b> | <b>4.914,93</b> | <b>63.067,10</b> |
| PARTICIPACION EMPLEADOS         | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 788,34          | 9.460,06         |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>  | <b>7.122,51</b> | <b>5.732,59</b> | <b>6.433,39</b> | <b>4.330,99</b> | <b>3.688,59</b> | <b>4.062,35</b> | <b>3.571,79</b> | <b>4.739,79</b> | <b>4.097,39</b> | <b>3.174,67</b> | <b>2.526,43</b> | <b>4.126,59</b> | <b>53.607,03</b> |
| IMPUESTO RENTA                  | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 1.116,81        | 13.401,76        |
| <b>UTILIDAD NETA</b>            | <b>6.005,69</b> | <b>4.615,77</b> | <b>5.316,57</b> | <b>3.214,17</b> | <b>2.571,77</b> | <b>2.945,53</b> | <b>2.454,97</b> | <b>3.622,97</b> | <b>2.980,57</b> | <b>2.057,85</b> | <b>1.409,61</b> | <b>3.009,77</b> | <b>40.205,28</b> |

## ANEXO 22

**CHAGUE S.A**  
**BALANCE GENERAL**

| CUENTAS                          | 2010             |
|----------------------------------|------------------|
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>          |                  |
| CAJA -BANCOS                     | 66.368,00        |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>    | <b>66.368,00</b> |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>             | 1.215,00         |
| DEPRECIAC. ACUMULADA             | 300,90           |
| <b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>      | <b>914,10</b>    |
|                                  |                  |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>          | <b>67.282,10</b> |
| <b>PASIVO</b>                    |                  |
| <b>CORRIENTE</b>                 |                  |
| PRESTAMO                         | -                |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR    | 9.460,06         |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR    | 13.401,76        |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>22.861,82</b> |
|                                  |                  |
| <b>PATRIMONIO</b>                |                  |
| APORTE CAPITAL                   | 4.215,00         |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO           | 40.205,28        |
| UTILIDAD AÑOS ANTERIORES         | -                |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>44.420,28</b> |
|                                  |                  |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>67.282,10</b> |
|                                  |                  |
|                                  | <b>0,00</b>      |

## ANEXO 23

| <b>CHAGUE S.A</b>                  |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>FLUJO DE CAJA ACTUAL</b>        |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|                                    | <b>AÑO 0</b>     | <b>ENE.</b>      | <b>FEB.</b>      | <b>MAR.</b>       | <b>ABR.</b>       | <b>MAY.</b>       | <b>JUN.</b>       | <b>JUL.</b>       | <b>AGO.</b>       | <b>SEPT.</b>      | <b>OCT.</b>       | <b>NOV.</b>       | <b>DIC.</b>       | <b>AÑO 1</b>      |
| <b>INGRESOS OPERATIVOS</b>         |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| VENTAS                             | -                | 50.387,52        | 42.048,00        | 46.252,80         | 33.638,40         | 29.784,00         | 32.026,56         | 29.083,20         | 36.091,20         | 32.236,80         | 26.700,48         | 22.811,04         | 32.412,00         | 413.472,00        |
| <b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>   |                  | <b>50.387,52</b> | <b>42.048,00</b> | <b>46.252,80</b>  | <b>33.638,40</b>  | <b>29.784,00</b>  | <b>32.026,56</b>  | <b>29.083,20</b>  | <b>36.091,20</b>  | <b>32.236,80</b>  | <b>26.700,48</b>  | <b>22.811,04</b>  | <b>32.412,00</b>  | <b>413.472,00</b> |
| <b>EGRESOS OPERATIVOS</b>          |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| INVERSION INICIAL                  | 4.215,00         | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS           | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| GASTO DE VENTAS                    | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| PAGO A PROVEEDORES                 |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 344.560,00        |
| GASTO GENERALES                    | -                | 487,08           | 487,08           | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 487,08            | 5.544,00          |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS           | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA       | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b> | <b>4.215,00</b>  | <b>487,08</b>    | <b>487,08</b>    | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>487,08</b>     | <b>350.104,00</b> |
| <b>FLUJO OPERATIVO</b>             | <b>-4.215,00</b> | <b>49.900,45</b> | <b>41.560,93</b> | <b>45.765,73</b>  | <b>33.151,33</b>  | <b>29.296,93</b>  | <b>31.539,49</b>  | <b>28.596,13</b>  | <b>35.604,13</b>  | <b>31.749,73</b>  | <b>26.213,41</b>  | <b>22.323,97</b>  | <b>31.924,93</b>  | <b>63.368,00</b>  |
| <b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>      | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          |
| PRESTAMO BANCARIO                  | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>    | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          |
| <b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>       |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>INVERSIONES</b>                 |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| PAGO DE CAPITAL                    | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| PAGO DE INTERESES                  | -                | -                | -                | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b> | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          |
| <b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>     | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          |
| <b>FLUJO NETO</b>                  | <b>-4.215,00</b> | <b>49.900,45</b> | <b>41.560,93</b> | <b>45.765,73</b>  | <b>33.151,33</b>  | <b>29.296,93</b>  | <b>31.539,49</b>  | <b>28.596,13</b>  | <b>35.604,13</b>  | <b>31.749,73</b>  | <b>26.213,41</b>  | <b>22.323,97</b>  | <b>31.924,93</b>  | <b>63.368,00</b>  |
| SALDO INICIAL                      | -                | 4.215,00         | 54.115,45        | 95.676,37         | 141.442,10        | 174.593,42        | 203.890,35        | 235.429,83        | 264.025,96        | 299.630,08        | 331.379,81        | 357.593,21        | 379.917,18        | 3.000,00          |
| <b>FLUJO ACUMULADO</b>             | <b>-</b>         | <b>54.115,45</b> | <b>95.676,37</b> | <b>141.442,10</b> | <b>174.593,42</b> | <b>203.890,35</b> | <b>235.429,83</b> | <b>264.025,96</b> | <b>299.630,08</b> | <b>331.379,81</b> | <b>357.593,21</b> | <b>379.917,18</b> | <b>411.842,10</b> | <b>66.368,00</b>  |

## ANEXO 24

| <b>INDICES FINANCIEROS</b> |                  |           |
|----------------------------|------------------|-----------|
| DESCRIPCION                | INV. INICIAL     | AÑO1      |
| Flujos netos               | <b>-4.215,00</b> | 63.368,00 |

| <b>TASA DE DESCUENTO</b> |       |
|--------------------------|-------|
| TASA DE DESCUENTO        | 0,00% |

| <b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b> | <b>MAYOR AL 12%</b> |
|-------------------------------------|---------------------|
| SUMATORIA DE FLUJOS                 | 63.368,00           |
| AÑOS                                | 1                   |
| INVERSION INICIAL                   | 4.215,00            |
| TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO        | 1503,39%            |

|                                |                 |                  |
|--------------------------------|-----------------|------------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS     |                 | 63.368,00        |
| VAN                            | <b>POSITIVO</b> | <b>59.153,00</b> |
| INDICE DE RENTABILIDAD I.R.    | MAYOR A 1       | 1,07             |
| RENDIMIENTO REAL               | MAYOR A 12      | 7,13             |
| <b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> |                 | <b>19,22%</b>    |

| <b>RATIOS FINANCIEROS</b> |            |
|---------------------------|------------|
| VENTAS                    | 413.472,00 |
| COSTO DIRECTO             | 344.560,00 |
| COSTO INDIRECTO           | 5844,90    |
| FLUJO NETO                | 63368,00   |
| PAGO DE DIVIDENDOS        | 0,00       |
| GASTOS FINANCIEROS        | 0,00       |
| GASTOS PERSONAL           | 0,00       |
| ACTIVOS FIJOS NETOS       | 914,10     |

| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> |          |
|----------------------------|----------|
| EN DOLARES                 | 35069,40 |
| EN PORCENTAJE              | 8,48%    |

| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>   |                 |          |              |
|-----------------------------|-----------------|----------|--------------|
|                             | <b>POSITIVO</b> | 46960,21 | <b>AÑO 1</b> |
| INDICE DE LIQUIDEZ          | MAYOR A 1       | 1,09     | \$ 67.282,10 |
| VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS | MENOR A 50%     | 0,00     | \$ 44.420,28 |
| INDICE DE EMPLEO            |                 | 0,00     | 1,51         |

| <b>DATOS</b>     |           |
|------------------|-----------|
| ACTIVO CORRIENTE | 66.368,00 |
| ACTIVOS TOTALES  | 67.282,10 |
| UTILIDAD NETA    | 40.205,28 |

| <b>RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ</b> |              |        |
|--------------------------------|--------------|--------|
| RIESGO DE LIQUIDEZ             | MENOR AL 50% | 0,0136 |

| <b>RENDIMIENTO CORRIENTE</b> |             |        |
|------------------------------|-------------|--------|
| RENDIMIENTO CORRIENTE        | MAYOR A 12% | 0,5976 |

| <b>RAZONES</b>     |              |
|--------------------|--------------|
| UTILIDAD OPERATIVA | 257.065,44   |
| GASTOS FINANCIEROS | -            |
| INVERSION INICIAL  | 4.215,00     |
| UTILIDAD NETA      | 227.091,27   |
| VALOR DEL CREDITO  | -            |
| VENTAS             | 2.330.780,10 |
| COSTO DE VENTA     | 1.974.558,49 |
| TOTAL DEL ACTIVO   | 225,30       |

**ANEXOS**