



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

TÍTULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
DE ACOPIO DEDICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
AGRÍCOLAS DE TIPO ORGÁNICOS EN EL CANTÓN MILAGRO.

CARRERA

ECONOMÍA

AUTOR

PILOZO PILOZO LUIS EDUARDO

TUTOR

MSc. MAGYURI ZAMBRANO BURGOS

MILAGRO, NOVIEMBRE DEL 2013 – ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL (A) TUTOR (A)

En mi calidad de asesora del proyecto de investigación, nombrada 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 Investigación con el Tema: **Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas de tipo orgánicos en el Cantón Milagro.** Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la Investigación para optar por el título de:

ECONOMISTA

El problema de investigación se refiere al: **Escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánicos en el Cantón Milagro.**

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

Presentado por el Egresado:

Luis Eduardo Piloza Piloza C.I. 0928545300

Asesor

MSc. Magyuri Zambrano Burgos

Milagro, a los 15 Días del mes de Noviembre del 2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Universidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 15 Días del mes de Noviembre del 2013

Pilozo Pilozo Luis Eduardo

Firma del egresado (a)

CI: 092854530-0

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economista otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

| | |
|--------------------|-----|
| MEMORIA CIENTÍFICA | () |
| DEFENSA ORAL | () |
| TOTAL | () |
| EQUIVALENTE | () |

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre y mis abuelos, a mi tutora MSc. Magyuri Zambrano Burgos por hacer posible el alcance de esta meta planteada en mi vida y ayudarme a cumplir con la resolución del presente trabajo, con todo mi corazón les dedico el esfuerzo y trabajo generado, por ser los motores que me han guiado en la finalización de la presente Tesis.

Luis Eduardo Piloza Piloza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, ser todopoderoso que nos bendice cada día, a mi madre, mis abuelos, MSc. Magyuri Zambrano Burgos que son a quienes les debo todo el apoyo brindado, a mis compañeros de carrera que a lo largo de este periodo universitario fueron como aquellos hermanos que en la vida se necesita si se quiere avanzar, a los docentes que formaron parte de este círculo familiar y que cuyos conocimientos impartidos mejoraron notablemente mi visión de una vida con aspiraciones y finalmente un eterno agradecimiento a esta gran y prestigiosa Universidad que me abrió sus puertas para convertirme en un profesional competitivo, con gran apego a sus raíces y amor por su Patria.

Luis Eduardo Piloza Piloza

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc. Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel cuyo tema fue Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas de tipo orgánicos en el Cantón Milagro y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 15 Días del mes de Noviembre del 2013

Pilozo Pilozo Luis Eduardo

Firma del egresado (a)

CI: 092854530-0

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | |
| EL PROBLEMA | 3 |
| 1.1 Planteamiento del problema | 3 |
| 1.1.1 Problematización..... | 3 |
| 1.1.2 Delimitación del problema | 6 |
| 1.1.3 Formulación del problema..... | 6 |
| 1.1.4 Sistematización del problema | 6 |
| 1.1.5 Determinación del tema | 6 |
| 1.2 Objetivos..... | 7 |
| 1.2.1 Objetivo general de la investigación..... | 7 |
| 1.2.2 Objetivos específicos de la investigación | 7 |
| 1.3 Justificación | 8 |
| CAPÍTULO II | |
| MARCO REFERENCIAL | 10 |
| 2.1. Marco Teórico..... | 10 |
| 2.1.1 Antecedentes históricos | 10 |
| 2.1.2 Antecedentes referenciales..... | 14 |
| 2.1.3 Fundamentación Científica..... | 18 |
| 2.2 Marco Legal | 29 |
| 2.3 Marco Conceptual..... | 37 |
| 2.4 Hipótesis y Variables | 43 |
| 2.4.1 Hipótesis general..... | 43 |
| 2.4.2 Hipótesis particulares | 43 |
| 2.4.3 Declaración de variables | 43 |
| 2.4.4 Operacionalización de las variables | 45 |

CAPÍTULO III

| | |
|---|----|
| MARCO METODOLÓGICO | 47 |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general | 47 |
| 3.2 La población y la muestra | 50 |
| 3.2.1 Características de la población | 50 |
| 3.2.2 Delimitación de la población..... | 51 |
| 3.2.3 Tipo de muestra | 51 |
| 3.2.4 Tamaño de la muestra | 51 |
| 3.2.5 Proceso de selección | 52 |
| 3.3 Los métodos y las técnicas..... | 53 |
| 3.3.1 Métodos teóricos | 53 |
| 3.3.2 Métodos empíricos | 55 |
| 3.3.3 Técnicas e instrumentos | 55 |
| 3.4 El tratamiento estadístico de la información | 56 |

CAPÍTULO IV

| | |
|--|----|
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 57 |
| 4.1 Análisis de la situación actual | 57 |
| 4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas..... | 58 |
| 4.3 Resultados..... | 67 |
| 4.4 Verificación de hipótesis | 68 |

CAPÍTULO V

| | |
|--|----|
| PROPUESTA | 70 |
| 5.1 Tema..... | 70 |
| 5.2 Fundamentación | 70 |
| 5.3 Justificación | 73 |
| 5.4 Objetivos..... | 75 |
| 5.4.1 Objetivo general de la propuesta | 75 |
| 5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta..... | 75 |
| 5.5 Ubicación | 76 |
| 5.6 Estudio de factibilidad..... | 77 |
| 5.7 Descripción de la propuesta | 92 |

| | |
|--|-----|
| 5.7.1 Actividades | 92 |
| 5.7.2 Recursos, análisis financiero | 97 |
| 5.7.3 Impacto | 109 |
| 5.7.4 Cronograma..... | 110 |
| 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta..... | 111 |
| CONCLUSIONES..... | 112 |
| RECOMENDACIONES | 113 |
| BIBLIOGRAFÍA | 114 |
| ANEXOS | 116 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1 | |
| Evolución de la producción ecológica en España (superficie)..... | 11 |
| Cuadro 2 | |
| Evolución de la producción ecológica en España (productores) | 12 |
| Cuadro 3 | |
| Actividad industrial en ecológico | 13 |
| Cuadro 4 | |
| Operacionalización de las variables independientes..... | 45 |
| Cuadro 5 | |
| Operacionalización de las variables dependientes..... | 46 |
| Cuadro 6 | |
| Análisis nutritivo de los alimentos que se consumen | 58 |
| Cuadro 7 | |
| Comercialización y efectos negativos de los alimentos tradicionales..... | 59 |
| Cuadro 8 | |
| Cultura alimenticia que han adquirido los milagreños y su impacto | 60 |
| Cuadro 9 | |
| Conocimientos sobre los daños a la tierra por el cultivo con químicos | 61 |
| Cuadro 10 | |
| Beneficios de alimentos de tipo orgánico | 62 |
| Cuadro 11 | |
| Análisis comparativo de precios: alimentos de tipo orgánico - alimentos tradicionales, y su respectivo aceptación en el mercado. | 63 |
| Cuadro 12 | |
| Análisis de consumo de alimentos de tipo orgánico..... | 64 |

| | |
|--|----|
| Cuadro 13 | |
| Necesidad en el mercado de un comisariato que expendan alimentos cultivados y procesados orgánicamente | 65 |
| Cuadro 14 | |
| Beneficios del comisariato de alimentos de tipo orgánico | 66 |
| Cuadro 15 | |
| Verificación de hipótesis..... | 68 |
| Cuadro 16 | |
| Análisis FODA | 84 |
| Cuadro 17 | |
| Áreas de Iniciativa estratégica Ofensiva | 85 |
| Cuadro 18 | |
| Áreas de Iniciativa estratégica defensiva | 86 |
| Cuadro 19 | |
| Estrategias FO-FA-DO-DA | 87 |
| Cuadro 20 | |
| Activos fijos | 97 |
| Cuadro 21 | |
| Depreciación activo fijo | 97 |
| Cuadro 22 | |
| Inversión..... | 98 |
| Cuadro 23 | |
| Financiamiento..... | 98 |
| Cuadro 24 | |
| Tasa anual de interés | 98 |
| Cuadro 25 | |
| Préstamo..... | 98 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 26 | |
| Tablas de amortización | 99 |
| Cuadro 27 | |
| Detalles de gastos..... | 100 |
| Cuadro 28 | |
| Costos | 101 |
| Cuadro 29 | |
| Ingresos | 102 |
| Cuadro 30 | |
| Punto de equilibrio | 103 |
| Cuadro 31 | |
| Estado de pérdidas y ganancias | 104 |
| Cuadro 32 | |
| Balance general | 105 |
| Cuadro 33 | |
| Flujo de caja proyectado | 106 |
| Cuadro 34 | |
| Índices financieros | 107 |
| Cuadro 35 | |
| Tasa de descuento | 107 |
| Cuadro 36 | |
| Tasa de rendimiento promedio-tir-van | 107 |
| Cuadro 37 | |
| Ratios financieros | 107 |
| Cuadro 38 | |
| Punto de equilibrio en dólares y porcentaje | 108 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| Cuadro 39 | |
| Capital de trabajo | 108 |
| Cuadro 40 | |
| Datos | 108 |
| Cuadro 41 | |
| Rendimiento de liquidez | 108 |
| Cuadro 42 | |
| Rendimiento Corriente | 108 |

ÍNDICE DE GRAFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1 | |
| Análisis nutritivo de los alimentos que se consumen | 58 |
| Gráfico 2 | |
| Comercialización y efectos negativos de los alimentos tradicionales..... | 59 |
| Gráfico 3 | |
| Cultura alimenticia que han adquirido los milagreños y su impacto | 60 |
| Gráfico 4 | |
| Conocimientos sobre los daños a la tierra por el cultivo con químicos | 61 |
| Gráfico 5 | |
| Beneficios de alimentos de tipo orgánico | 62 |
| Gráfico 6 | |
| Análisis comparativo de precios: alimentos de tipo orgánico - alimentos tradicionales, y su respectivo aceptación en el mercado | 63 |
| Gráfico 7 | |
| Análisis de consumo de alimentos de tipo orgánico..... | 64 |
| Gráfico 8 | |
| Necesidad en el mercado de un comisariato que expenda alimentos cultivados y procesados orgánicamente | 65 |
| Gráfico 9 | |
| Beneficios del comisariato de alimentos de tipo orgánico | 68 |
| Gráfico 10 | |
| Punto de equilibrio..... | 103 |
| Gráfico 11 | |
| Análisis de costos..... | 103 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 | |
| Localización de la empresa | 76 |
| Figura 2 | |
| Logotipo de la empresa | 77 |
| Figura 3 | |
| Organigrama estructural de la empresa | 78 |
| Figura 4 | |
| Análisis de las 5 fuerzas de Porter | 88 |
| Figura 5 | |
| Croquis de Valle Natural CIA. LTDA. | 95 |
| Figura 6 | |
| Hoja Volante de VALLE NATURAL Cía. Ltda..... | 96 |
| Figura 7 | |
| Cronograma de actividades | 110 |

RESUMEN

La preocupación del siglo en el cual vivimos se centra básicamente en dos puntos: Salud e Impacto Ambiental. Por ello se decidió buscar una problemática que aqueje estos dos puntos, dándonos como resultado el Escaso nivel de Comercialización de Alimentos agrícolas de Tipo Orgánico en el Cantón Milagro. Esta problemática provoca que los milagreños no se alimenten adecuadamente debido al gran consumo de alimentos alterados con químicos en nuestro medio lo cual provoca que sufran de desgaste físico y mental en sus distintas jornadas de trabajo. A más de ello se lo considera negativo para el ambiente porque si existe escases de alimentos orgánicos en el mercado, quiere decir que la mayoría de los productos son cultivados con químicos que perjudican de manera considerable a las tierras de cultivo y en especial al medio ambiente. Este enfoque nos lleva a realizar un estudio exhaustivo de una posible solución, direccionándonos a promover el consumo de estos alimentos a través de un centro de acopio que se dedique a comercializar este tipo de productos y que mejore notablemente los niveles de vida de la población. Para ello se tomó en consideración un análisis muestral determinando factores como precio y beneficios de los alimentos orgánicos el cual arrojó resultados positivos para proceder con la meta planteada. Una vez establecido se pudo apreciar el gran alcance del proyecto tanto en lo económico-social-cultural y ambiental demostrando que a más de ser una idea rentable también es motor de impactos positivos a nuestro alrededor, generadora de nuevas fuentes de empleo y sobretodo preocupada por la salud de los consumidores y la salud del medio ambiente.

Abstract

The concern of the century in which we live is centered on two points: Health and Environmental Impact. It was therefore decided to look for a problem ails these two points, giving as a result the low level of agricultural marketing of organic food in Guangzhou Miracle. This problem causes the milagreños not eat properly because of the large consumption of altered with chemicals in our environment causing suffering from physical and mental exhaustion in different shifts. More than this is considered negative for the environment because if organic food shortage in the market, means that most of the products are grown with chemicals that harm significantly to agricultural land and especially the environment. This approach leads us to conduct a comprehensive study of a possible solution, directing us to promote the consumption of these foods through a collection center that is dedicated to market these products and greatly improve the living standards of the population. This will take into account a sample analysis determining factors as price and benefits of organic food which produced positive results to proceed with the proposed goal. Once established they could see the large scope of the project both in economic-social-cultural and environmental demonstrating that in addition to being a profitable idea is also positive impacts engine around us, generating new jobs and especially concerned about consumer health and environmental health.

INTRODUCCIÓN

Actualmente nuestro mundo se encuentra en una constante carrera contra el reloj por preservar y sostener el ecosistema que se ha venido destruyendo a través del tiempo. Muchas personas han creado iniciativas solidas que aporten a la resolución de este problema y que al mismo tiempo sean de beneficio para la humanidad mediante la construcción de alternativas de desarrollo Económico-Ambiental y la formulación de ideas emprendedoras que conjuntamente con las políticas de cada país, generan un óptimo desarrollo productivo, competitivo y con miras al mejoramiento o sostenibilidad de los recursos naturales que existen en nuestro planeta.

Ecuador es considerado como uno de los países con mayor cantidad de riqueza natural en el mundo, pero es poco el provecho que se le ha podido sacar a estos recursos. La agricultura sector y parte importante del PIB nacional ahora también para mejorar los procesos productivos, recurre a una serie de químicos con la finalidad de producir rápidamente sin hacer conciencia de las consecuencias que esto puede llegar a ocasionar a las tierras y nosotros los consumidores finales que necesitamos y requerimos estos alimentos que suelen ser de primera necesidad.

A partir de esto nace la idea de impulsar un estudio investigativo sobre el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico en el Cantón Milagro, debido a que con el pasar de los años se le ha venido dando mayor importancia al consumo de alimentos que se encuentran alterados químicamente y que por la falta de conocimiento o cultura alimenticia que los consumidores milagreños tienen, estos tipos de alimentos en los últimos años se encuentran acaparando el mercado.

Pero ¿Por qué esto es malo? Porque estos alimentos que han sido cultivados con químicos generan una cadena de efectos negativos que afectan principalmente a las tierras donde se cultiva, a los productos que se cosechan y a las personas que consumen dichos alimentos.

Por ello, lo que se quiere analizar con este estudio, es una posible salida a esta problemática de carácter Social-Económico que aqueja a la Población Milagreña y

que se manifiesta en mucho de los casos en el bajo rendimiento físico y mental de los ciudadanos al minimizar sus capacidades productivas y sobre todo la exposición a cientos de enfermedades que se originan por no llevar una correcta y sana alimentación.

Además se puede definir que este proyecto es de gran importancia, e impacto en el Cantón Milagro porque al analizar el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas cultivados con procesos orgánicos podremos definir de manera directa los niveles de salud y productividad de los ciudadanos milagreños al establecer mejores patrones de consumo que mejorarían notablemente las energías físicas, promoviendo mejores niveles de vida a la sociedad y construyendo un mejor desarrollo sostenible y saludable en la comunidad en general.

Podemos concluir diciendo que en la actualidad el consumo de alimentos saludables se está convirtiendo en la preocupación del siglo XXI pues las personas quieren optar por un estilo de vida más saludable y que al mismo tiempo ayude al medio ambiente para que éste no se destruya. De allí se derivan las políticas y programas que se conocen como SELLO VERDE con lo cual se pretende trabajar en esta investigación además de ayudar a establecer la misión fundamental del estudio, lo cual es buscar la manera más propicia para mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Milagro.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

Tras la Revolución Verde que nació por los años 60 y se enfocó directamente en la producción de alimentos con la finalidad de mitigar el hambre del mundo, nace la producción y comercialización variada de alimentos agrícolas a través del uso de tecnologías que abarcan gran cantidad de fertilizantes, químicos, pesticidas, herbicidas y que en la actualidad causan efectos negativos en las mismas tierras y en nosotros los consumidores de dichos productos¹.

Actualmente los daños al medio ambiente son considerables pues estos fertilizantes y pesticidas, usan como base petróleo para su composición, en otras palabras energías fósiles y al ser transformados en sustancias químicas generan graves daños a los cultivos y principalmente a las tierras por lo que podemos deducir que tal vez se está mejorando las cantidades de producción agrícola en el presente pero en el futuro no van a existir lugares donde cultivar.

En este punto es donde los seres humanos comienzan a darse cuenta de los graves errores que están cometiendo y es aquí en donde nace un consumidor que demanda productos de mayor consistencia y calidad nutricional para él y para su familia,

¹Griffin, K. (1982). *Economía Política del Cambio Agrario: Un ensayo sobre la Revolución Verde*. Mexico.

preocupándose no solo de los factores económicos y sociales, sino que además de la naturaleza.

Los productos agrícolas han sido la base fundamental de la alimentación humana y su importancia a través del tiempo se ha intensificado. Muchos de estos alimentos ahora los consideramos de primera necesidad pues constituyen parte importante en nuestras vidas al ser esenciales en nuestro consumo y desarrollo cotidiano.

El Cantón Milagro, lugar donde se desea realizar este estudio, es un lugar donde la importancia del sector agrícola ocupa un rol de gran relevancia para la economía del mismo, pues desde siempre Milagro se ha considera como lugar de tierras fértiles y lo podemos apreciar con su gran cantidad de producción: como por ejemplo su arroz, café, cacao, piña y caña de azúcar predominando en sus campos el color verde.

Hasta hace unos años Milagro se lo conocía como la tierra de las piñas, nombre que nació por el hecho de que es en este Cantón donde se producían piñas de excelente textura y sabor, pero estos hechos del pasado ya se están extinguiendo.

La agricultura milagreña ha cambiado y por ello ya casi no se encuentran en los mercados productos con aquel sabor natural que provenían de estos deliciosos productos que antes se cultivaban. Los procesos para mejorar la cantidad de producción es lo que predomina en los agricultores del Cantón y hace que la oferta de productos orgánicos decaiga en los mercados existentes.

En el actual medio, ya no se encuentran esos alimentos, los cuales consumíamos con total confianza sabiendo que eran productos naturales. Por el contrario, cualquier producto que encontramos en las principales plazas o mercados del Cantón sean piñas, mangos, verdes, café u otros tienen algún grado de alteración lo cual puede ser peligroso al largo tiempo para todo aquel que sea quien consuma estos productos.

Pronóstico

Sin la participación suficiente de alimentos nutritivos orgánicos en las principales plazas, supermercados, micro empresas, entre otros, los habitantes del Cantón Milagro adquirirán con cada día que pasa mayores hábitos y conductas alimenticias inadecuadas que solo provocaran un pésimo desarrollo en el metabolismo de los milagreños, afectando la salud de estos y por ende minimizando las posibilidades de una mejor calidad de vida que los ciudadanos puedan llegar a aspirar. Además de esto los alimentos con escaso valor nutricional como los productos inorgánicos o químicamente alterados provocan un rápido desgaste físico y mental en las personas por lo que podemos definir que, si los ciudadanos continúan alimentándose equívocamente van a reducir su salud, su capacidad laboral y sus niveles de producción.

Control de Pronóstico

Analizando los posibles resultados que se originan por la inadecuada nutrición con alimentos inorgánicos causantes del rápido desgaste físico y mental además de unas infinidad de enfermedades en los habitantes del Cantón Milagro surge la idea y necesidad de implementar un Centro de Acopio donde se comercialicen una gran variedad de Alimentos Orgánicos, sanos y nutritivos para la población existente mejorando su calidad de vida tanto en el ámbito Salud como en el ámbito Económico.

1.1.2. Delimitación del Problema

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Urbano – Urbano marginal – Rural

Área: Comercio

1.1.3. Formulación del Problema

¿Cómo Incide el escaso nivel de comercialización de alimentos de tipo orgánico en la salud y en las actividades socio-económicas de la población milagreña?

1.1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cómo influye en la cultura ecológica y nutricional de los milagreños las actuales preferencias alimenticias?
- ¿Cómo afecta el uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos al deterioro de las tierras y sus futuros productos?
- ¿Cuáles son las razones por las que existe un escaso nivel de conocimiento sobre los beneficios nutritivos de los alimentos de tipo orgánico en lo que corresponde a elección y consumo de los habitantes del Cantón Milagro?
- ¿Qué origina la diferencia de precios de los productos alimenticios de tipo orgánico en comparación con los productos convencionales comunes en los mercados?

1.1.5. Determinación del Tema

Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas de tipo orgánicos en el Cantón Milagro.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General de la investigación

Determinar los diferentes factores que inciden directamente en el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico, utilizando Técnicas y Métodos investigativos de carácter Económico, Social y Ambiental.

1.2.2. Objetivos Específicos de la investigación

- Examinar las preferencias alimenticias de los milagreños para poder establecer los niveles de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánicos.
- Examinar los posibles efectos que están provocando el uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos y mediante campañas de difusión promover el consumo de alimentos orgánicos que mejorarían las actuales condiciones de la tierra y sobre todo el medio ambiente.
- Investigar las razones por las cuales en nuestro medio los ciudadanos mantienen un bajo nivel de conocimiento en lo que corresponde al tema orgánico.
- Investigar los factores y la diferencia en precios de los productos orgánicos con los convencionales para poder determinar los posibles costos y demanda de los alimentos agrícolas de tipo orgánicos.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Los alimentos que debido a su textura y sabor se constituyen como los productos más atractivos en la actualidad, son los que se denominan Productos Orgánicos o Ecológicos. Este tipo de alimentos que generan beneficios desde el momento en el que se comienzan a cultivar, a más de los factores antes mencionados, componen directamente el grupo con mayor cantidad de nutrientes, proteínas y vitaminas que los seres humanos necesitan para mantenerse sanos y sobretodo llenos de energía durante sus jornadas diarias de trabajo.

Partiendo desde este punto de vista y analizando el comportamiento de la agricultura en todo el mundo, se puede establecer que los métodos y forma de cultivar se están orientando hacia los productos Ecológicos debido a que muchas personas se encuentran cambiando su estilo de vida y buscando alimentos que satisfagan sus necesidades de alimentación con la finalidad de nutrirse con productos de calidad y de esta manera poder evitar futuras enfermedades.

Pero en el Cantón Milagro aun no podemos apreciar un lugar en donde se expendan alimentos de este tipo, por lo cual se genera una orientación al consumo de alimentos con pocas características nutricionales que desencadena una serie de efectos negativos en los consumidores como por ejemplo: Pésimo estado físico en las personas, propensión al sobrepeso, inadecuados hábitos alimenticios y desinterés por el consumo de alimentos multivitamínicos que lo único que hace es exponer a un sin número de enfermedades a los ciudadanos Milagreños.

La necesidad de una buena nutrición de los ciudadanos del cantón Milagro son cada día mayor, a pesar de los incentivos que utiliza el gobierno por tratar de mitigar este problema existente, es por eso que se quiere dar a conocer a través de esta investigación lo importante que es consumir productos orgánicos, analizando el contexto y beneficios que acarrearán los productos orgánicos.

En nuestro Cantón existen personas que por falta de tiempo no cuidan su salud y por ende se ha incrementado diferentes tipos de enfermedades que se presentan a causa de una mala alimentación, o del desconocimiento al adquirir alimentos con un bajo nivel nutricional afectando así su estilo de vida.

Esta investigación además de mejorar la alimentación de la población, beneficiará a la economía de nuestro Cantón, debido a que una nueva empresa con productos novedosos traen consigo nuevas fuentes de trabajo, y esto ayudara a mejorar la calidad de vida de las personas que nos ayuden en nuestra labor y económicamente hablando dará una nueva manera de rotar los activos líquidos (dinero) en nuestro cantón a través de la comercialización.

Por este motivo se quiere realizar un estudio investigativo de carácter Social-Económico sobre la comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico para de esta manera estar al tanto de los niveles de alimentación de la ciudadanía y además estar atentos a cambios en la salud de los mismos, con la finalidad de poder evitar futuros casos de Alergias, Cáncer, nutrición deficiente y otras enfermedades degenerativas como resultado del cultivo y consumo de alimentos alterados con químicos. A más de eso lo que se quiere lograr con esta investigación es buscar una alternativa segura para así poder evitar que la Naturaleza se siga intoxicando y deteriorando.

Son por estos motivos que se justifica el estudio para determinar la viabilidad de un Centro de Acopio que oferte alimentos de orgánicos los cuales servirán para mejorar y garantizar la salud de la ciudadanía a más de crear un ambiente saludable y natural dentro de nuestro Cantón Milagro.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. Antecedentes Históricos

A lo largo de la historia, el trabajar las tierras con cultivos ha sido uno de los hábitos al que el ser humano se ha encontrado ligado para subsistir, sobrevivir y desarrollarse². Desde entonces el nombre que tomo estas prácticas es el de Agricultura. Es esta labor en las tierras la que ha permitido que el hombre y la naturaleza crezcan por igual, desplegando modificaciones físicas en el ambiente, alineándolo en función del objetivo principal el cual es la Producción de Alimentos³. Durante siglos la única meta de una agricultura de subsistencia ha sido la obtención de dichos alimentos y esto ha implicado cambios irreversibles en los ecosistemas.

Crecimiento Ecológico en España

En Europa la producción de alimentos ecológicos con respaldo de un sello verde se encuentran intensificándose desde hace casi 20 años⁴.

España es uno de los países que inicio esta tendencia desde los años 80, teniendo una evolución considerable a través de los años, de manera similar a lo ocurrido con la Unión Europea. Este crecimiento tubo dos etapas, en primera instancia se establecieron los aspectos normativos. En 1989 se aprobó el reglamento Denominado genéricamente “Agricultura Ecológica” y su consejo regulador. A inicios

²Reigosa, F. (1975). *Agricultura y Comercio Colonial*.

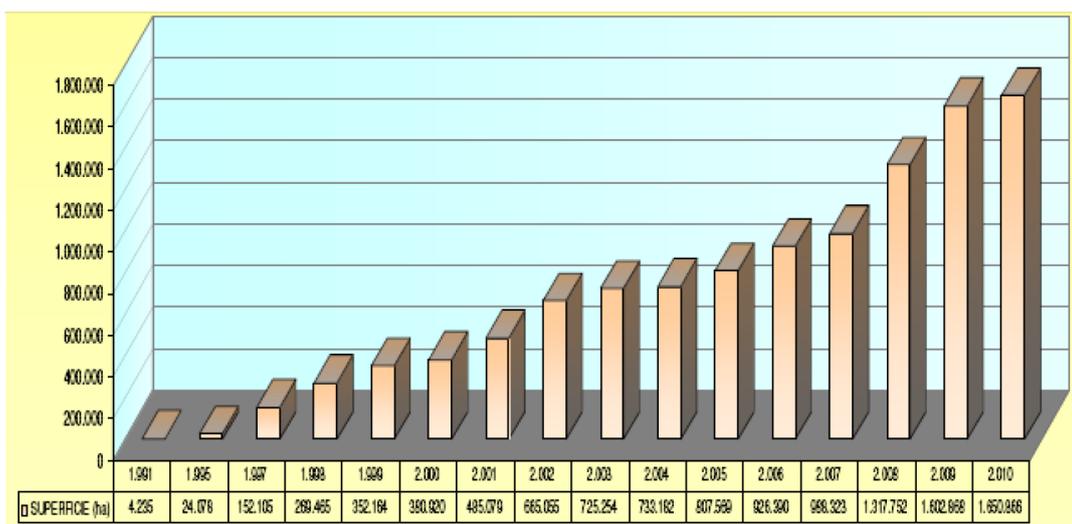
³García Quijano, D., & Santiago Galdeano, M. T. *Alimentos Ecológicos - Alimentación Sana*.

⁴Luelmo, J. (1975). *Historia de la Agricultura en Europa y America*. Madrid: Istmo.

de los años Noventa se adoptó el reglamento (CCE) N° 2092/91 sobre producción agrícola ecológica y su indicador en los productos agrarios y alimenticios, que organizaría el marco normativo fundamental en la evolución del sector en España al establecer una régimen armonizado que facilitaba las exportaciones de los productos ecológicos a los distintas plazas de la Unión Europea⁵.

En la segunda etapa, a fines de la década de los 90, el desarrollo de la agricultura ecológica en España tanto en las personas como en las cantidades de hectáreas producidas fue exponencial, este suceso puede ser debido al incremento competitivo que se desato por parte de las comunidades autónomas que apoyaban el avance de estos medios de producción⁶.

Cuadro 1. Evolución de la producción ecológica en España (superficie)



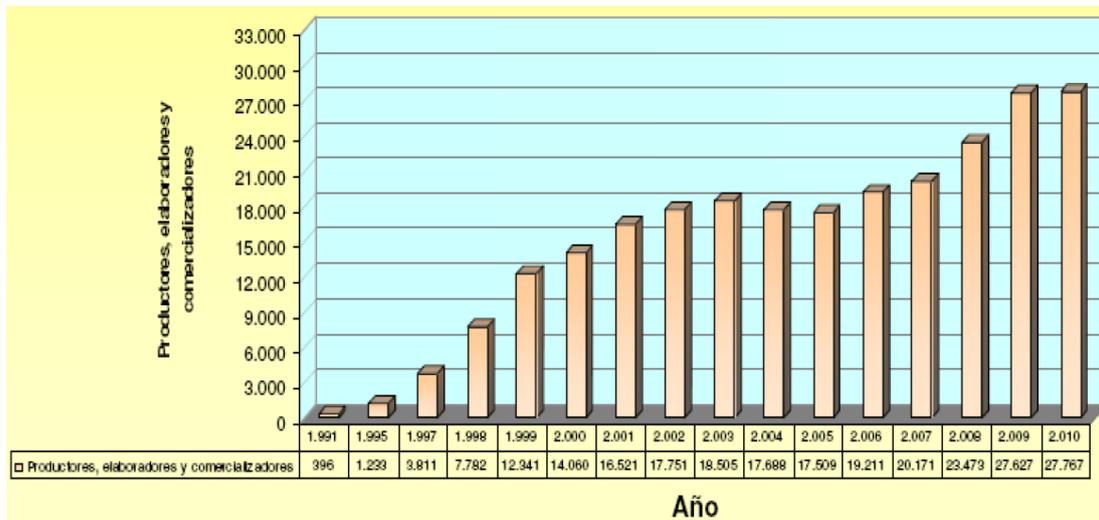
Fuente: MMARM (1991-2010 Superficies)

En España, el sector ecológico se identifica por su gran variada producción agraria y extendida implantación en casi todos los lugares de su territorio. Entre los cultivos de mayor enfoque en este medio tenemos: Fritos secos, cereales y leguminosas grano, olivar, frutas y hortalizas y plantas aromáticas.

⁵García Quijano, D., & Santiago Galdeano, M. T. *Alimentos Ecológicos - Alimentación Sana*.

⁶Cánovas, A. (1993). *Tratado de Agricultura Ecológica*.

Cuadro 2. Evolución de la producción ecológica en España (productores)



Fuente: MMARM (1991-2010 Operadores en Ecológico)

El contexto climatológico de España reúne condiciones para este tipo de cultivos y en los últimos años se ha encontrado apoyando con mayor tenacidad al avance de la agricultura ecológica.

A este aspecto se suman las personas que están haciendo conciencia con sus decisiones de consumo, que apoyan nuevas tendencias y que se preocupan por la calidad de los alimentos que llevan a sus hogares y a más de ello por el cuidado de la naturaleza. Entonces se puede establecer que la agricultura ecológica con el pasar de los años se ha transformado en uno de los sectores económicos de mayor realce y dinamismo en España⁷.

Todo esto nos permite observar que la agricultura ecológica debe idearse como fracción relevante de un sistema de producción agraria sostenible y como una opción factible para una dirección más tradicional de lo que tiene que convertirse la agricultura⁸.

⁷Xosé, A., & López, A. (2007). *El Concepto de Agricultura Ecológica y su Idoneidad para fomentar el Desarrollo rural Sostenible*.

⁸Yzuel Sanz, M. I. *Ventajas para la Salud de los Alimentos Ecológicos*.

Cuadro 3. Actividad industrial en ecológico

| ACTIVIDAD INDUSTRIAL EN ECOLOGICO. PRODUCCION VEGETAL. Nº INDUSTRIAS 2010 (MMARM) | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|------------|---------------------|------------------|----------------------|-------------|-------------------------|--------------|-------------------|-------------------------|-------------------------|------------|--------------|
| COMUNIDAD AUTÓNOMA | Aceite oliva | Vino | Hortalizas y frutas | Conserva Y zumos | Especies y medicinal | Pan y pasta | Confitería y pastelería | Frutos secos | Cereal y Legumbre | Preparados Alimenticios | Azúcar, te, cacao, café | Otros | TOTAL |
| ANDALUCIA | 127 | 41 | 165 | 81 | 28 | 61 | 18 | 31 | 15 | 35 | 13 | 44 | 659 |
| ARAGON | 13 | 23 | 23 | 15 | 3 | 8 | 4 | 5 | 26 | 1 | 1 | 28 | 150 |
| ASTURIAS | | | 1 | 4 | | 7 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 6 | 22 |
| BALEARES | 8 | 14 | 8 | 4 | 3 | 10 | 6 | 3 | | 9 | | 40 | 105 |
| CANARIAS | 3 | 22 | 24 | 1 | 3 | 9 | | | | | | 7 | 69 |
| CANTABRIA | | | 3 | 2 | | 4 | | | | | 1 | 1 | 11 |
| C. LA MANCHA | 44 | 60 | 9 | 1 | 4 | 9 | 4 | 10 | 14 | 4 | 1 | 20 | 180 |
| CASTILLA LEON | 1 | 27 | 7 | 6 | 5 | 12 | 3 | 1 | 7 | 4 | | 17 | 90 |
| CATALUÑA | 39 | 86 | 60 | 19 | 9 | 47 | 9 | 24 | 31 | 25 | 147 | 26 | 522 |
| EXTREMADURA | 26 | 12 | 9 | 9 | 3 | 1 | 2 | 3 | | | 1 | 5 | 73 |
| GALICIA | 1 | 6 | 5 | 7 | 2 | 12 | 1 | 6 | | 3 | | 1 | 44 |
| MADRID | 3 | 9 | 13 | 4 | | 7 | 6 | 4 | 6 | 5 | 11 | 5 | 73 |
| MURCIA | 17 | 27 | 63 | 30 | 17 | 6 | | 10 | 2 | 4 | 7 | 3 | 186 |
| NAVARRA | 8 | 22 | 6 | 11 | 1 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 69 |
| LA RIOJA | 11 | 37 | 6 | 3 | | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 8 | 73 |
| PAIS VASCO | | 11 | 2 | 5 | | 21 | 8 | | | 3 | 1 | 11 | 62 |
| C. VALENCIANA | 44 | 59 | 134 | 5 | 22 | 27 | 4 | 27 | 8 | 7 | 18 | 15 | 370 |
| TOTAL NACIONAL | 347 | 456 | 538 | 207 | 100 | 250 | 70 | 126 | 114 | 103 | 206 | 241 | 2.758 |

Fuente: MMARM 2010 (Número de Campos por Sector)

2.1.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES

Proyecto 1: Proyecto de Inversión sobre la Comercialización de Productos Orgánicos en la Ciudad de Guayaquil

Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL - Facultad de Economía y Negocios, FEN.

Estudio Realizado por:

Ortiz Morán Lissette Alexandra; Jurado Rodríguez Elvis Manuel; Cedeño Tejada Joffre Edison; Ing. Mendoza Oscar.

Resumen

El proyecto que a continuación se muestra consta de un plan de negocios para la venta de productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Se puede observar una parte teórica en los primeros capítulos y toda la descripción del negocio posteriormente.

El Capítulo I se refiere al proyecto de tesis: describe la problemática, la reseña histórica tanto mundial, regional como local, además define los objetivos generales y específicos, hace la justificación, menciona los alcances y las limitaciones.

El Capítulo II presenta el marco teórico, la misión y visión del proyecto, se revisa la documentación relacionada con la investigación que fundamenta el proyecto con datos sobre el área de estudio. Se analiza el modelo de planeación que es la base del estudio. Se implementa la investigación de mercado con su respectivo análisis de resultados, se analiza el estudio técnico sin cuantificar el proyecto, el análisis del mercado, el diseño de la estructura organizacional.

El Capítulo III Se analiza la valoración de los riesgos, el desarrollo de las proyecciones financieras y la evaluación financiera de la inversión. Se presentan todas las inversiones necesarias para el proyecto, explica los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las personas que conforman el mercado meta, analizar los ingresos y costos así como el capital de trabajo. Además se presenta el estado de resultados y el flujo neto de efectivo donde sabremos si el proyecto es rentable o no. Finalmente se presenta el análisis de sensibilidad univariable.

Afinidad al Tema de Investigación

La ejecución de este proyecto va dirigida a establecer un plan de negocios dirigida a la comercialización de productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto al igual que nuestra investigación en curso se encuentra orientado hacia la búsqueda de alternativas saludables de consumo como lo es la comercialización de productos orgánicos que brinden nuevas alternativas de alimentación sin pesticidas. En este escenario lo que los autores quieren demostrar es que expender estos tipos de productos pueden llegar a ser rentables determinando la viabilidad del proyecto.

ECUAORGANIC nombre que tendría la empresa una vez establecida, básicamente tiene los mismos ideales con los que se está planteando nuestra investigación pues al estudiar las problemáticas que surgen por los cultivos, busca establecer como solución la comercialización de una variedad de alimentos que en cuanto a calidad se encuentren calificados como productos orgánicos con una excelente accesibilidad de compra.

Proyecto 2: Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa asociativa de comercialización de productos orgánicos para madres solteras socias de la Cooperativa CACPECO en la ciudad de Latacunga

Escuela Politécnica Del Ejército - Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Estudio Realizado por:

Peñaherrera Semanate Soraya de las Mercedes; Salazar Jácome Johanna Paulina; Tapia León Julio César.

Resumen

La producción mundial de productos orgánicos ha tenido un crecimiento considerado en los últimos años, se aprecia que este mercado posee buenas proyecciones para el futuro, pero hay que resaltar la existencia de limitaciones tales como la ausencia de estadísticas oficiales, así como un nomenclador arancelario que identifique a los

productos orgánicos que los distinga de los alimentos convencionales, se hace difícil realizar un análisis exhaustivo del mercado orgánico en su generalidad. El Ecuador localmente está desarrollando de una manera sostenida cultivos de carácter orgánico, generando una gran oportunidad de mercado que debe ser aprovechada rápidamente por los pequeños, medianos agricultores, asociaciones campesinas locales, que de hacerlo en este momento, estarán en mejores condiciones de adaptabilidad al mercado, que los que lo hagan a futuro. El Gobierno actual ha declarado como su prioridad, el desarrollar productos orgánicos y biológicos como parte de su política y Plan para el Buen Vivir 2009-2013. La creación de microempresas generan sin duda el fortalecimiento económico de un país, más aun cuando se consideran los principales obstáculos que es necesario superar para integrar los principios y criterios de sostenibilidad al desarrollo y la gestión de la microempresa, conviene tener en cuenta la posición de los tres tipos principales de actores o interesados directos: el consumidor, las microempresas del sector privado, y los gobiernos.

Afinidad al Tema de Investigación

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Cotopaxi limitada, con sus siglas “CACPECO LTDA.”, abrió sus puertas a la comunidad Cotopaxense un 14 de marzo de 1988, en su trayectoria de 23 años ha desplegado diversas iniciativas económico-sociales pioneras en el mercado local y nacional.

Lo que busca esta cooperativa es asociar a madres solteras a comercializar alimentos orgánicos en la ciudad de Latacunga. La misión fundamental de este proyecto es el ofrecer trabajo a madres solteras que carecen de ello y proteger el medio ambiente con los alimentos que se pretenden comercializar al ser alimentos orgánicos.

Las ideas de este proyecto están estrechamente relacionadas con las ideas de nuestro estudio debido a que como base toman que el consumo de productos orgánicos ha tomado fuerza en los últimos años y las poblaciones ha concientizado y valorado la importancia que tiene el alimentarse saludablemente y con ello, prevenir enfermedades.

Proyecto 3: Estudio de Factibilidad para la Comercialización Asociativa de Productos Tradicionales Orgánicos en la provincia de Chimborazo

**Escuela Superior Politécnica de Chimborazo – Facultad de Recursos Naturales
– Escuela de Ingeniería Agrónoma**

Estudio Realizado por:

Diana Elizabeth Loroña Alarcón

Resumen

En la presente investigación nos propusimos: Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización asociativa de productos tradicionales orgánicos en la Provincia de Chimborazo. Conocer la oferta, demanda, canales y márgenes de comercialización. Realizada en 6 comunidades del proyecto “Fortalecimiento de Organizaciones Indígenas y rescate de productos tradicionales en zonas alto andinas de Ecuador y Perú”. Completando a nivel de los consumidores e intermediarios de las principales ferias de Riobamba y la provincia. En base a la información secundaria recopilada se diseñó y aplicó las encuestas que fueron sistematizadas en frecuencias y porcentajes. Resultando que: La mayoría de los productos cultivados en las comunas son para el autoconsumo. Las instancias que intervienen en los canales de comercialización para los productos tradicionales orgánicos son: Proveedores de insumos, productor, intermediario mayorista, intermediarios de las ferias cantonales, intermediarios de segundo nivel, al detalle, transformadores y consumidores finales. Únicamente en el caso de los productores se registra una rentabilidad negativa. Establecida la factibilidad de la creación de una empresa de productos tradicionales orgánicos, recomendando seguir con el proceso de su conformación.

Afinidad al Tema de Investigación

Este proyecto vincula una serie de factores similares al estudio investigativo en el cual nos encontramos trabajando, pero se centra el comercio de productos tradicionales de la región Sierra.

La idea es novedosa y parten desde el análisis que se ha venido generando por parte de los productores agrícolas y su desarrollo comercial. El mercado objetivo

abarca toda una provincia por lo que la investigación se consideraría como de mayor costo pero al centrarse en alimentos tradicionales del medio en donde se ejecuta el proyecto, minimizaría la inversión que se tendría para la puesta en marcha del mismo.

Al igual que en nuestra investigación, uno de los mayores problemas es la diferencia de precios en relación a los alimentos tradicionales y los que se quieren ofertar, por lo cual la mayoría de productores se orientan al cultivo con métodos de mayor rendimiento productivo.

2.1.3. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Principios de la agricultura orgánica

Son las raíces de donde la agricultura orgánica crece y se desarrolla. Dan a notar la contribución que la agricultura orgánica puede hacer al mundo y una visión para mejorar todos los daños que han venido surgiendo en la agricultura en un contexto global.

Los Principios de la Agricultura Orgánica sirven de inspiración para el movimiento orgánico en toda su diversidad. Orientando al desarrollo de posiciones políticas, programas y normas para asegurarse de que las alternativas agroecológicas sean masivamente adoptadas por los agricultores, de manera equitativa y se puedan multiplicar de modo que su beneficio total sea para la seguridad alimentaria sostenible pueda hacerse realidad. Además, los principios son presentados con la visión de que sean adoptados mundialmente.

La Agricultura Orgánica se basa en: El principio de salud, El principio de ecología, El principio de equidad, El principio de precaución. Los Principios deben ser utilizados como un todo integral. Están elaborados como Principios éticos que inspiren a la acción⁹

El principio de la Salud: La agricultura orgánica debe mantener y promover la salud de suelo, planta, animal, persona y planeta como una sola e indivisible. Este principio sostiene que la salud de los individuos y las comunidades no puede ser

⁹ (Federación Internacional de Movimiento de Agricultura Orgánica)

separada de la salud de los ecosistemas, suelos saludables producen cultivos saludables que fomentan la salud de los animales y las personas.

El principio Ecología: La agricultura orgánica debe lograr el equilibrio ecológico a través del diseño de sistemas agrarios, el establecimiento de hábitats y el mantenimiento de la diversidad genética y agrícola. Quienes producen, transforman, comercializan o consumen productos orgánicos deben proteger y beneficiar al ambiente.

El principio de la Equidad: Este principio enfatiza que todos aquellos involucrados en la agricultura orgánica deben conducir las relaciones humanas de tal manera que aseguren justicia a todas las partes como productores, trabajadores agrícolas, transformadores, distribuidores, comercializadores y consumidores. La agricultura orgánica debe proporcionar a todos los involucrados, una buena calidad de vida, contribuir a la soberanía alimentaria y a la reducción de la pobreza.

El principio de Precaución: Este principio establece que la precaución y la responsabilidad son elementos clave en la gestión, desarrollo y elección de tecnologías para la agricultura orgánica. La ciencia es necesaria para asegurar que la agricultura orgánica sea saludable, segura, ecológicamente responsable y lo más importante que no comprometa la salud y el bienestar de la población.

A partir de estos principios, es importante que el desarrollo de nuevos proyectos encaminados a sectores agrícolas, mantengan una estrecha relación con los mismos, con el fin de enmarcar proyectos dentro de un ámbito de responsabilidad ambiental, que garanticen prácticas amigables con la naturaleza y con el ser humano, orientados a mejorar las prácticas agrícolas a través del tratamiento de residuos orgánicos de los cuales se obtienen bio-fertilizantes aplicables a la agricultura, que permitirán obtener alimentos y productos saludables así poder recuperar la productividad de los suelos y la sostenibilidad de la agricultura

Beneficios de los productos orgánicos

- Los productos orgánicos provee a los consumidores una rica fuente de proteínas, grasas, carbohidratos, minerales y vitaminas, especialmente calcio, fósforo, hierro, vitaminas C.

- Son excelente alimento saludable y sustitutivo para alimentos de origen animal que incrementan los niveles de colesterol.
- Contienen bajo contenido de gluten, es propicia para personas con problemas de sobrepeso u otras enfermedades.
- Mejora la fertilidad en las parejas. Muchos plaguicidas usados en los cultivos tradicionales afectan la fertilidad de hombres y mujeres.
- Mejoran el sistema inmunológico.
- Son sustentables en el tiempo y amigable con el medio ambiente.¹⁰

Agricultura Sustentable

El modelo de Agricultura Sustentable es el método que apunta a equilibrar las necesidades del desarrollo agrícola y la protección ambiental en condiciones de equidad social y viabilidad económica. Es por ello que en la actualidad se han desarrollado una gran serie de modelos de agricultura que apoyan al fortalecimiento de esta tendencia.

La agricultura biodinámica, la permacultura, la agricultura natural, la agricultura indígena, la agricultura familiar, la agricultura campesina, son tipos de agricultura natural que buscan el equilibrio con el ecosistema, son sistemas agrícolas sostenibles que se han mantenido a lo largo del tiempo en distintas regiones del mundo buscando satisfacer la demanda de alimento natural y nutritivo a las personas y los animales, de manera que el agro-ecosistema mantenga el equilibrio.

Agroecológica

El uso contemporáneo del término agroecología data de los años 70, pero la ciencia y la práctica de la agroecología es tan antigua como los orígenes de la agricultura. A medida que los investigadores exploran las agriculturas indígenas, las que son reliquias modificadas de formas agronómicas más antiguas, se hace más notorio que muchos sistemas agrícolas desarrollados a nivel local, incorporan rutinariamente mecanismos para acomodar los cultivos a las variables del medio ambiente natural,

¹⁰ (<http://www.vidasana.org/>, 2009)

y para protegerlos de la depredación y la competencia. Estos mecanismos utilizan insumos renovables existentes en las regiones, así como los rasgos ecológicos y estructurales propios de los campos, los barbechos y la vegetación circundante¹¹.

En estas condiciones la agricultura involucra la administración de otros recursos además del cultivo propio. Estos sistemas de producción fueron desarrollados para disminuir riesgos ambientales y económicos y mantienen la base productiva de la agricultura a través del tiempo. Si bien estos agro-ecosistemas pueden abarcar infraestructuras tales como trabajos en terrazas, zanjas e irrigación, el conocimiento agronómico descentralizado y desarrollado localmente es de importancia fundamental para el desarrollo continuado de estos sistemas de producción.

El por qué esta herencia agrícola ha tenido relativamente poca importancia en las ciencias agronómicas formales, refleja prejuicios que algunos investigadores contemporáneos están tratando de eliminar. Tres procesos históricos han contribuido en un alto grado a oscurecer y restar importancia al conocimiento agronómico que fue desarrollado por grupos étnicos locales y sociedades no occidentales: 1) la destrucción de los medios de codificación, regulación y transmisión de las prácticas agrícolas; 2) la dramática transformación de muchas sociedades indígenas no occidentales y los sistemas de producción en que se basaban como resultado de un colapso demográfico, de la esclavitud y del colonialismo y de procesos de mercado, y; 3) el surgimiento de la ciencia positivista. Como resultado, han existido pocas oportunidades para que las intuiciones desarrolladas en una agricultura más holística se infiltraran en la comunidad científica formal. Más aún, esta dificultad está compuesta de prejuicios, no reconocidos, de los investigadores en agronomía, prejuicios relacionados con factores sociales tales como clase social, etnicidad, cultura y sexo.

El desafío agroecológico

Los científicos agrícolas convencionales han estado preocupados principalmente con el efecto de las prácticas de uso de la tierra y de manejos de los animales o la vegetación en la productividad de un cultivo dado, usando una perspectiva que

¹¹Altieri, M. A., & Hecht, S. (1987). AGROECOLOGÍA: Bases Científicas para una Agricultura Sustentable. En *La evolución del pensamiento Agroecológico* (págs. 15-16).

enfatisa un problema objetivo, como es el de los nutrientes del suelo o los brotes de plagas. Esta forma de enfocar sistemas agrícolas ha sido determinada en parte por un diálogo limitado entre diferentes disciplinas, por la estructura de la investigación científica, la que tiende a atomizar problemas de investigación, y por un enfoque de la agricultura orientado a lograr un producto. No cabe duda que la investigación agrícola basada en este enfoque ha tenido éxito en incrementar el rendimiento en situaciones agroecológicamente favorables¹².

Sin embargo, es cada vez mayor el número de científicos que reconoce que este enfoque reduccionista limita las opciones agrícolas para las poblaciones rurales y en que el «enfoque objetivo» a menudo involucra consecuencias secundarias no intencionadas que frecuentemente han producido daños ecológicos y han tenido altos costos sociales. La investigación agroecológica se concentra en asuntos puntuales del área de la agricultura, pero dentro de un contexto más amplio que incluye variables ecológicas y sociales.

En muchos casos, las premisas sobre el propósito de un sistema agrícola difieren del enfoque que enfatiza la maximización del rendimiento y la producción, expuesta por la mayoría de los científicos agrícolas.

Tipos de Agricultura que Apoyan al Equilibrio Ecológico

Agricultura biológico-dinámica

Esta corriente de la agricultura, creada en 1924 por Rudolf Steiner y denominada agricultura biodinámica se basa en los fundamentos y propuestas de estudio vinculados a la vertiente filosófica antroposofía, cuyo autor es el mismo Steiner.

A principios del siglo XX, un grupo de agricultores que notaban la degeneración de la fertilidad de la tierra y de la calidad nutritiva de los alimentos, preguntaron a Rudolf Steiner qué podían hacer para remediar esta situación; como consecuencia, él organizó unas conferencias de trabajo en Koberwitz, al este de Breslau, en Alemania, «abriendo el camino para un conocimiento de lo viviente, de lo anímico y de lo espiritual en la naturaleza, y con ello la posibilidad de conducir el trabajo con la

¹²Altieri, M. A., & Hecht, S. (1987). AGROECOLOGÍA: Bases Científicas para una Agricultura Sustentable. En *La evolución del pensamiento Agroecológico* (pág. 20).

tierra y sus criaturas hacia un 'nuevo ordenamiento' donde lo natural se halla sobre elevado e integrado en lo humano».

Llevando este concepto a términos más terrenos, lo que distingue a la corriente Biodinámica es el uso de los preparados dinamizados, a manera de una homeopatía agrícola; además de esto, se desarrolla en esta escuela la idea de que las unidades rurales son unos organismos agrícolas que se hallan sometidos a la influencia de factores cósmicos complementarios, diferentes a la influencia de la luz, las estaciones y el clima en general. Desde el punto de vista conceptual, la Agricultura Biodinámica promueve una agricultura que reconoce y utiliza las fuerzas energéticas de todos los seres vivos y no se restringe a la visión materialista predominante de lo que en esa época se conoció como “la nueva agricultura científica”.¹³

Agricultura biológica-ecológica

Otra corriente de este tipo de agricultura es el método Bio-orgánico o biológico-ecológico, más científico, creado por los suizos Hans Müller, su esposa María y por el médico alemán Hans-Peter Rusch, desarrollados a partir de 1951.

Agricultura orgánica

Esta corriente se inició en Inglaterra, en la década de 1930, por los agrónomos Lady Eve Balfour y Sir Albert Howard; Howard, determinó después de su llegada a la India, que las limitaciones locales no permiten adoptar el sistema productivo basado en las experiencias occidentales, por lo que concluyó que era esencial observar los procesos productivos de la naturaleza y aprender de ella las lecciones necesarias para favorecer la producción de alimentos¹⁴.

Su libro, *Un Testamento Agrícola* (1940), recopila sus observaciones estableciendo conceptos fundamentales para la agricultura orgánica, tales como la protección del suelo, el uso de coberturas permanentes, la producción de compost utilizando el sistema «Indore» (métodos pioneros de compostaje controlado), la idea de manejar mejor la salud de la planta en suelos saludables, la importancia de la investigación en fincas, y el uso racional de recursos locales entre otras.

¹³Steiner, R. (1988). *Curso sobre Agricultura Ecológica-Dinámica (2 Edición)* Pag. 96.

¹⁴C., R. (1978). *Organic Agriculture: Economic and Ecological comparisons with conventional agriculture*. Pag. 271.

En 1943, Lady Eve Balfour publicó su libro *The Living Soil*, donde promueve la idea de que la salud del suelo y la salud del hombre son inseparables. Su trabajo llevó a formar en 1946, la Soil Association como un ente de investigación e información sobre prácticas orgánicas de manejo de fincas y suelos. Desde entonces esta asociación se ha convertido en líder mundial en el establecimiento de normas y capacitación en agricultura orgánica.

Los sistemas de producción orgánica, llamada «biológica» por los franceses e italianos y «ecológica» por los alemanes, se iniciaron como movimiento alternativo con mayor fuerza en los años 1960 en Europa y Estados Unidos. Tanto las ideas de Howard como las de Balfour fueron promulgadas en Estados Unidos por Jerome Irving Rodale, quien en 1942 publica su revista *Organic Farming and Gardening*, con un éxito rotundo llegando a vender más de dos millones de copias en 1980.

Gracias a la popularidad de esta revista, se funda el Instituto Rodale que hoy es reconocido internacionalmente por su investigación y capacitación en agricultura orgánica. Esta denominación de «agricultura orgánica» ha sido la más difundida a nivel mundial y por ella se ha llegado a conformar los Principios Básicos de la misma, estableciendo en 1972, la Federación Mundial de Movimientos Orgánicos (IFOAM por sus siglas en Inglés, International Federation of Organic Agricultural Movements).

Soil Association, creada en 1946, es una organización dedicada a los cultivos ecológicos, la cual, a mediados de la década de 1980 vio crecer su número de empleados, sobre todo a partir de 1995 con el Plan de Ayuda Orgánica del gobierno para los agricultores a través del difícil proceso de conversión de 2 a 5 años, gracias a que una serie de supermercados comenzaron a ofrecer alimentos orgánicos y esto trajo una nueva credibilidad al movimiento. Sin embargo, el número de agricultores orgánicos sigue siendo pequeño. El número de empleados de la Soil Association entonces creció rápidamente; la tierra orgánica en el Reino Unido representa en la primera década del siglo XXI casi el 4% de las tierras agrícolas. Los agricultores orgánicos reciben ahora el apoyo en curso en el reconocimiento de los beneficios ambientales que prestan y esto está animando a más agricultores para tratar sus tierras de forma orgánica.

Agricultura natural de no intervención

Propuesta por el biólogo y monje Zen Budista japonés Masanobu Fukuoka, desde la década de 1950. Este tipo de agricultura no necesita maquinaria ni productos químicos, trabaja con muy poca deshierba y tampoco necesita labrar el suelo ni abonarlo. La filosofía de Fukuoka se basa en «practicar la agricultura cooperando con la naturaleza, en lugar de tratar de mejorarla, conquistándola».

En su libro *La Revolución de una brizna de paja y la senda natural del cultivo*, cuenta cómo opera su técnica para generar condiciones favorables para los cultivos, luego de lo cual, se interfiere tan poco como sea posible sobre las comunidades animales y vegetales de sus campos. Por otro lado, Fukuoka unió su técnica agrícola con una filosofía cuya esencia expone el hecho de que sanar la tierra y purificar el espíritu humano son un mismo proceso. Propone para ello un tipo de vida y agricultura que permita este proceso¹⁵.

Esta filosofía se conoce también como *filosofía del no hacer*. Parte del supuesto de una pregunta: ¿Por qué preguntarnos qué pasaría si hiciéramos esto en vez de preguntarnos qué pasaría si no se hiciese? Fukuoka llegó así a conclusiones que generan los cuatro principios de la agricultura natural: no laboreo, no arar ni voltear el suelo; no utilizar abonos químicos, ni compost preparado; no desherbar mediante cultivo o herbicidas ; y, no utilizar productos químicos. Con base en esta corriente, Jean Marie Roger en 1958 expuso a la comunidad agrícola su modelo de agricultura natural, que difiere del modelo de Fukuoka en que promulga más la biodiversidad que la no intervención.

Agricultura biológica o agrobiología

Es el nombre usado en Francia y Portugal desde la década de 1960 para denominar el método difundido por los agrónomos Francis Chaboussou, Raúl Lemaire y Claude Aubert. Se destaca por la importancia que se le da al control biológico, el manejo integrado de plagas y enfermedades y por la teoría de la trofobiosis.

La idea del manejo integrado de plagas es, primero, buscar en cada insecto plaga su punto débil y atacarlo allí, buscar los enemigos de los insectos plagas y utilizarlos,

¹⁵Gliessman, S. R. (2000). *La sostenibilidad del agroecosistema: Desarrollo de Estrategias prácticas (Avances en.Hardcover*.

llevándolos al lote; además de esto, se puede usar más de un método para el control de las plagas, lo que provee el mejor control y de esta manera, si un método de control por alguna razón falla, los otros métodos continuarán protegiendo al cultivo, convirtiéndolo realmente en un método integrado. Por otra parte, la teoría de la trofobiosis presentada por Francis Chaboussou sostiene que la vulnerabilidad de las plantas a las plagas es cuestión de equilibrio nutricional o desintoxicación por venenos. «Un cultivo bien nutrido es más resistente al ataque de plagas y enfermedades lo que favorecerá a hacer menos aplicaciones de plaguicidas y eso a su vez conservar mejor el ecosistema del suelo».

Cuando se unen estos tres conceptos, se genera la idea de una agricultura sostenible puesto que no se puede concebir la nutrición como un componente aislado, sino como un manejo integrado de cultivo ya que los factores nutricionales (como contenido de materia orgánica, fórmulas y formas de fertilización y manejo de suelo, por citar algunos) y no nutricionales (entre los que están el control de plagas y enfermedades, la genética varietal, las condiciones ambientales, el manejo de cultivo) están interrelacionados e interactúan.

La agricultura biológica o agro-biología, asegura que en la medida que se manejen bien los factores no nutricionales se facilita la obtención de calidad, productividad, se disminuye la contaminación y se bajan costos. Un ejemplo citado por Chaboussou era que cuando existe una aplicación muy concentrada de fertilizantes químicos, se elimina un porcentaje de microorganismos benéficos, como algunas especies de bacillus o trichoderma; como consecuencia, se pueden desarrollar enfermedades del suelo. Este fenómeno simple, puede traer consigo aplicaciones extra de agroquímicos para controlar pudriciones radiculares; esto afectará a hongos de micorrizas y otros microorganismos que afectan el proceso de mineralización de ciertos elementos afectando en forma negativa la nutrición de las plantas.

Agricultura mesiánica

En 1983 Mokiti Okada, filósofo japonés, realizó estudios e investigaciones y desarrolló en Japón, una corriente similar a la agricultura natural, que denominó

agricultura mesiánica, que se inició alertando a las personas del peligro de consumir alimentos contaminados, por el uso abusivo de agro-tóxicos¹⁶.

Okada estaba seguro que llegaría un día en el que habría alimentos en exceso, los que no podrían ser consumidos debido al alto índice de productos químicos contenidos en ellos. Según él, los alimentos naturales, además de proporcionar al ser humano una vida más saludable, lo tornan más productivo y capacitado para contribuir de manera más significativa al seguimiento de las leyes de la naturaleza, produciendo alimentos, que además de conservar su verdadero sabor, no agredan ni destruyan el medio ambiente¹⁷.

El método de la agricultura mesiánica corresponde a los principios de la propia naturaleza tomándola como modelo y obedeciendo sus leyes. Proyectando la preservación del medio ambiente y la calidad de vida del hombre, la agricultura promulgada por MokitiOkada, tiene como objetivos, el producir alimentos que incrementen cada vez más la salud del hombre; ser económica y espiritualmente ventajosa, tanto para el productor como para el consumidor; ser practicada por cualquier persona fácilmente y, además de esto, tener carácter permanente; respetar la naturaleza y conservarla; y por último, garantizar la alimentación para toda la humanidad, independientemente de su crecimiento demográfico.

Existen otras corrientes que son importantes por tomar conceptos de estas escuelas y mezclarlos siguiendo los mismos principios orgánicos o biológicos, pero se encuentran desde el punto de vista técnico, en las corrientes descritas anteriormente, con denominaciones como ecológica, regenerativa o sostenible, terminología de carácter más amplio, que busca establecer un puente entre el diálogo científico y la transición tecnológica, conceptos que unidos deberán ser aplicados a la agricultura.

Política

En algunos países la agricultura ecológica está también definida por el Derecho. Así en la Unión Europea (UE), la agricultura ecológica está regulada a partir del 1 de

¹⁶Flórez Serrano, J. *Agricultura Ecológica* Pag.395.

¹⁷Collins, W. W., & Qualset, C. O. (1998). *Biodiversidad en Agroecosistemas (Desarrollo en Agroecología)*. Hardback.

enero de 2009 por el Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo de 28 de junio de 2007 sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, que deroga el antiguo Reglamento (CEE) 2092/91. En él se especifica claramente las técnicas autorizadas en este tipo de cultivo. Los productos ecológicos deben llevar obligatoriamente el sello oficial de la agricultura ecológica de la Unión Europea, permitiéndose añadir, además, los logotipos del país o región de origen¹⁸.

La demanda de alimentos ecológicos aumenta cada año. Alrededor de tres cuartas partes de los alimentos que actualmente se venden en los supermercados son de este tipo. Sin embargo en los últimos años la cantidad de alimentos orgánicos que se venden a través de los mercados de agricultores y tiendas independientes ha estado creciendo rápidamente a medida que más personas se preocupan acerca de la frescura de los alimentos. A veces un producto producido con elementos ecológicos no se puede etiquetar como tal si el proceso de producción no tiene «certificación ecológica». En esos casos solo se hace notar el origen ecológico de los ingredientes.

Beneficios y perjuicios

Los estudios hasta comienzos de la segunda década del siglo XXI aún no habían demostrado que el consumo de productos biológicos repercutiera en un mayor beneficio sobre la salud. Una importante revisión de estudios científicos certificada por la *Food Standard Agency* y publicada en el *American Journal of Clinical Nutrition* ha llegado a la conclusión de que no existen diferencias nutricionales significativas para la salud entre alimentos «Bio» y alimentos clásicos más allá de su contenido en pesticidas. Sin embargo, no existen suficientes estudios de calidad para poder concluir los efectos a largo plazo sobre la salud de los consumidores.

Son a menudo mencionados beneficios de tipo ambiental ante el menor uso de ciertos productos químicos, de favorecer los pequeños productores locales (típicamente principales productores de la agricultura biológica) y de evitar la manipulación de productos químicos peligrosos por parte de los agricultores.

¹⁸Steiner, R. (1988). *Curso sobre Agricultura Ecológica-Dinámica (2 Edición)* Pag. 106.

2.2. MARCO LEGAL

Claro está indicar que la legislación vigente, ya sea laboral, comercial, tributaria, civil o administrativa, tiene gran dominio sobre cualquier empresa y es por ello que todas sus actividades se debe regir por las normas legales vigentes. Entre los principales reglamentos que se apegan a la actividad económica-social que se quiere generar para enfrentar el problema en estudio tenemos:

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Sección Octava

Trabajo y Seguridad Social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

Capítulo tercero

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

16. El derecho a la libertad de contratación.

Capítulo noveno

Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.

2. Ama killa, ama llulla, ama shwa. No ser ocioso, no mentir, no robar.

- 3.** Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
- 4.** Colaborar en el mantenimiento de la paz y de la seguridad.
- 5.** Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.
- 6.** Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
- 7.** Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
- 8.** Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.
- 9.** Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
- 10.** Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
- 11.** Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
- 12.** Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.
- 13.** Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
- 14.** Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.
- 15.** Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.
- 16.** Asistir, alimentar, educar y cuidar a las hijas e hijos. Este deber es corresponsabilidad de madres y padres en igual proporción, y corresponderá también a las hijas e hijos cuando las madres y padres lo necesiten.

17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

TÍTULO VI: RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo cuarto: Soberanía económica

Sección séptima

Política comercial

Art. 304.-La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Capítulo sexto: Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.-El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto-sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Título VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo segundo: Biodiversidad y recursos naturales

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Objetivo 2: Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía¹⁹

El desarrollo de capacidades y potencialidades ciudadanas requiere de acciones armónicas e integrales en cada ámbito. Mediante la atención adecuada y oportuna de la salud, se garantiza la disponibilidad de la máxima energía vital. La acumulación de energía vital requiere una visión preventiva de la salud, en la que un elemento básico es la adecuada nutrición.

Política Vinculada al Proyecto

Asegurar una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales.

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población²⁰

La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas.

Este concepto integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza.

¹⁹SENPLADES.

²⁰SENPLADES.

Política Vinculada al Proyecto

Promover prácticas de vida saludable en la población.

Empresas Calificadoras de Sello Verde

Desde 2003, Ecocert Empresa francesa impone las siguientes condiciones para certificar a un producto como ecológico u orgánico:

- Un porcentaje mínimo del 95% de los ingredientes vegetales de la fórmula debe proceder la agricultura ecológica.
- La ausencia de transgénicos, parabenos, fenoxietanol, nanopartículas, silicona, PEG, perfumes y colorantes sintéticos, ingredientes de origen animal (excepto productos naturales en sí mismos: leche, miel. etc.).
- Un porcentaje mínimo del 10% de todos los ingredientes debe proceder de la agricultura ecológica.
- El carácter biodegradable o reciclable de los embalajes.

Requisitos de la etiqueta BIO:

- El 95%, como mínimo, de los ingredientes deben ser de origen natural y haber sido transformados según procedimientos aprobados.
- El 5% restante proceden de una lista muy restringida de ingredientes autorizados.
- El 95%, como mínimo del total de los ingredientes vegetales deben ser ingredientes vegetales certificados BIO.
- El 10%, como mínimo, de los ingredientes totales del producto acabado deben ser biológicos.

Asimismo, los productos certificados por Cosmebio no pueden contener ingredientes derivados de la petroquímica, ni materias primas animales, excepto la cera de abeja y la lanolina, tampoco contendrán aceites minerales (paraffinum), aceites sintéticos (siliconas), ni perfumes ni colorantes sintéticos.

Además, limita el uso de tensioactivos de síntesis y el uso de conservantes sintéticos (parabenos, fenoxietanol) a una lista restrictiva de conservantes naturales, los productos no pueden ser ensayados sobre animales y los envases y embalajes deben ser biodegradables o reciclables.

La USDA

La USDA regula el término “orgánico” que se aplica a los productos agrícolas a través de su Programa Nacional Orgánico (NOP). Si un producto cosmético contiene o está compuesto por ingredientes de origen orgánico debe ser certificado por un agente de la USDA. Una vez certificado, puede optar a una de las 4 categorías ecológicas en función de su contenido orgánico y otros factores:

- 100 por ciento orgánico – El producto debe contener (excluyendo agua y sal) sólo ingredientes producidos orgánicamente.
- Orgánico - El producto debe contener al por lo menos 95% de sus ingredientes de producción ecológica (excluyendo agua y sal). Los ingredientes restantes deben consistir en sustancias no agrícolas aprobadas en la Lista Nacional o de producciones agrícolas orgánicas.
- Hecho con ingredientes orgánicos - El producto contiene al menos un 70% de ingredientes orgánicos y la etiqueta del producto puede incluir hasta tres de los ingredientes orgánicos en la etiqueta principal.
- Menos del 70 por ciento de ingredientes orgánicos- El producto no puede utilizar el término “orgánico” en cualquier parte de la etiqueta principal. Sin embargo, pueden identificar los ingredientes que la USDA ha certificado como siendo producidos orgánicamente en la declaración de ingredientes en la etiqueta.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Accesibilidad.- Es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas. Es indispensable e imprescindible, ya que se trata de una condición necesaria para la participación de todas las personas independientemente de las posibles limitaciones funcionales que puedan tener.

Acopio.- Es la operación inclinada a reunir productos en un lugar establecido y adecuado para su recolección, tratamiento o disposición final.

Agricultura.- Es el conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra y la parte del sector primario que se dedica a ello. En ella se engloban los diferentes trabajos de tratamiento del suelo y los cultivos de vegetales. Comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras.

Agricultura Biodinámica: Calidad que se otorga a los productos obtenidos según normas de producción para la agricultura biodinámica, y que cumplen también con las normas de producción orgánica.

Agricultura convencional: Sistema de producción agropecuaria basado en el alto consumo de insumos externos al sistema productivo natural, como energía fósil, abonos químicos sintéticos y pesticidas. La agricultura convencional no toma en cuenta el medio ambiente, sus ciclos naturales, ni el uso racional y sostenible de los recursos naturales.

Agricultura orgánica: La agricultura orgánica es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana.

Agricultura química: Sistema de producción que utiliza técnicas e insumos perjudiciales al medio ambiente, por ejemplo monocultivo y agroquímicos.

Agroquímica.- La agroquímica es la ciencia química que estudia las causas y efectos de las reacciones bioquímicas que afectan al crecimiento animal y vegetal. En esta rama se incluyen tanto los diferentes abonos o fertilizantes como las sustancias fitosanitarias como herbicidas, insecticidas o fungicidas. También se incluyen en este apartado sustancias como las fitohormonas o reguladores de crecimiento. Actualmente se ve completada por la biotecnología (tecnología genética) que en algunos casos intenta conseguir especies más resistentes a las plaguicidas creando organismos modificados genéticamente.

Agro-sistemas.- El agro-ecosistema o 'ecosistema agrícola' puede caracterizarse como un ecosistema sometido por el hombre a continuas modificaciones de sus componentes bióticos y abióticos, para la producción de alimentos y fibras. Estas modificaciones afectan prácticamente a todos los procesos estudiados por la ecología, y abarcan desde el comportamiento de los individuos, tanto de la flora como la fauna, y la dinámica de las poblaciones hasta la composición de las comunidades y los flujos de materia y energía.

Almacenamiento.- El depósito temporal de los residuos sólidos en contenedores previos a su recolección, tratamiento o disposición fina.

Agricultura Biodinámica: Calidad que se otorga a los productos obtenidos según normas de producción para la agricultura biodinámica, y que cumplen también con las normas de producción orgánica.

Agricultura convencional: Sistema de producción agropecuaria basado en el alto consumo de insumos externos al sistema productivo natural, como energía fósil, abonos químicos sintéticos y pesticidas. La agricultura convencional no toma en cuenta el medio ambiente, sus ciclos naturales, ni el uso racional y sostenible de los recursos naturales.

Agricultura orgánica: La agricultura orgánica es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana.

Agricultura química: Sistema de producción que utiliza técnicas e insumos perjudiciales al medio ambiente, por ejemplo monocultivo y agroquímicos

Calidad alimentaria: Existe calidad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos que no hacen daño y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias llevar una vida activa y sana.

Canal de distribución: Son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor final.

Centro de acopio.- Los centros de acopio cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos.

Certificación orgánica: Proceso de verificación y control del sistema de producción según las normas y criterios propios de la agricultura orgánica, que realiza una certificadora.

Comercialización.- Operación de venta o transferencia de subproductos y materias o sustancias recuperadas para reincorporarlas al proceso productivo.

Cultura Alimenticia.- formación de hábitos alimentarios necesarios para mejorar la calidad de vida y que sirva de base y permita a la población la adopción de actitudes y prácticas alimentarias adecuadas y saludables.

Desarrollo Sostenible.- Es aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquélla que se puede mantener.

Dinamismo.- Ayuda a las Pymes y grandes empresas a que aumenten la eficiencia, potencien los circuitos administrativos y reduzcan costos operativos. La importancia de esto radica en que la información es necesaria para la toma de decisiones de cualquier micro, pyme, gran empresa, institución u otro organismo.

Ecología: Ecología es la rama de las ciencias biológicas que se ocupa de las interacciones entre los organismos y su ambiente (sustancias químicas y factores físicos).

Ecosistema.- Es el conjunto de especies de un área determinada que interactúan entre ellas y con su ambiente abiótico; mediante procesos como la depredación, el parasitismo, la competencia y la simbiosis, y con su ambiente al desintegrarse y volver a ser parte del ciclo de energía y de nutrientes. Las especies del ecosistema, incluyendo bacterias, hongos, plantas y animales dependen unas de otras. Las relaciones entre las especies y su medio, resultan en el flujo de materia y energía del ecosistema.

Fertilizantes.- Un fertilizante es un tipo de sustancia o denominados nutrientes, en formas químicas saludables y asimilables por las raíces de las plantas, para mantener y/o incrementar el contenido de estos elementos en el suelo. Las plantas no necesitan compuestos complejos, del tipo de las vitaminas o los aminoácidos, esenciales en la nutrición humana, pues sintetizan todo lo que precisan. Sólo exigen una docena de elementos químicos, que deben presentarse en una forma que la planta pueda absorber.

Medio Ambiente.- Es todo lo que rodea a un ser vivo. Entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad en su conjunto. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras.

Naturaleza.- En su sentido más amplio, es equivalente al mundo natural, universo físico, mundo material o universo material. El término "naturaleza" hace referencia a los fenómenos del mundo físico, y también a la vida en general. Por lo general no incluye los objetos artificiales ni la intervención humana, a menos que se la califique de manera que haga referencia a ello, por ejemplo con expresiones como "naturaleza humana" o "la totalidad de la naturaleza". La naturaleza también se encuentra diferenciada de lo sobrenatural. Se extiende desde el mundo subatómico al galáctico.

Nutrientes.- Es toda sustancia contenida en los alimentos que no puede ser creada en el organismo y cuyo fin es aportar energía, aminoácidos o elementos reguladores del metabolismo.

Orgánico.- Pertenece o es derivado de los organismos vivos. Que pertenece a los compuestos químicos que contienen carbono.

Plaguicida.- Es cualquier sustancia o mezclas de sustancias, de carácter orgánico o inorgánico, que está destinada a combatir insectos, ácaros, roedores y otras especies indeseables de plantas y animales que son perjudiciales para el hombre o que interfieren de cualquier otra forma en la producción, elaboración, almacenamiento, transporte o comercialización de alimentos, producción de alimentos, productos agrícolas, madera y productos de madera o alimentos para animales, también aquellos que pueden administrarse a los animales para combatir insectos arácnidos u otras plagas en o sobre sus cuerpos.

Precio.- Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

Proceso Productivo.- Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Producto.- Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Productor.- Persona física o jurídica, que interviene en la elaboración de bienes o servicios y que efectúe operaciones de tratamiento previo, de mezcla o de otro tipo que ocasionen un cambio de naturaleza o de composición a un producto.

Producto orgánico: Calidad determinada por el cumplimiento de las normas de producción orgánica y que ha sido certificada por una institución autorizada (certificadora).

Riesgo.- Posibilidad de que se produzca un daño o catástrofe en el medio ambiente debido a un fenómeno natural o a una acción humana.

Sistemas agroforestales: Sistema sustentable de manejo de cultivos y de tierra que procura aumentar los rendimientos en forma continua, combinando la producción de cultivos forestales arbolados (que abarcan frutales y otros cultivos arbóreos) con cultivos de campo o arables y animales de manera simultánea o secuencial sobre la misma unidad de tierra, aplicando además prácticas de manejo que sean compatibles con las prácticas culturales de la población local.

Soberanía alimentaria: La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Sostenibilidad.- Sostenibilidad describe cómo los sistemas biológicos se mantienen diversos y productivos con el transcurso del tiempo. Se refiere al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de renovación del mismo. Desde la perspectiva de la prosperidad humana y según el Informe Brundtland de 1987, la sostenibilidad consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

Viabilidad.- Es la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características).

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1. Hipótesis General

El escaso nivel de comercialización de alimentos de tipo orgánico, minimiza el desarrollo sostenible y saludable de los ciudadanos del Cantón Milagro.

2.4.2. Hipótesis Particulares

Las preferencias alimenticias de los Milagreños que se generan por la cultura que estos han adquirido a través del tiempo hacen que exista mayor consumo de alimentos alterados minimizando la comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánicos.

El uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos en la tierra con el fin de agilizar los procesos productivos crea un desgaste en los macro y micro nutrientes del suelo haciendo que este se deteriore.

El escaso nivel de conocimiento sobre los beneficios de los alimentos de tipo Orgánico crea una inadecuada elección y consumo de alimentos alterados con químicos.

La diferencia de precios de los alimentos de tipo orgánico en relación con los productos convencionales hace que exista en el mercado una mayor demanda de productos alterados químicamente.

2.4.3. DECLARACIÓN DE VARIABLES

HIPÓTESIS GENERAL

- **Variable Independiente:** Comercialización
- **Variable Dependiente:** Salud y Sostenibilidad

HIPÓTESIS PARTICULARES

Hipótesis Particular 1

- **Variable Independiente:** Preferencias Alimenticias
- **Variable Dependiente:** Cultura Alimenticia

Hipótesis Particular 2

- **Variable Independiente:** Químicos
- **Variable Dependiente:** Deterioro de las Tierras

Hipótesis Particular 3

- **Variable Independiente:** Conocimiento
- **Variable Dependiente:** Beneficios

Hipótesis Particular 4

- **Variable Independiente:** Diferencia de Precios
- **Variable Dependiente:** Demanda

2.4.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 4. Operacionalización de las variables independientes

| Variables Independientes | Definición | Indicador | Técnicas |
|---------------------------------|---|---|--|
| Comercialización | Actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. | Niveles de compras y ventas de alimentos Orgánicos. | Encuestas Entrevistas |
| Preferencias Alimenticias | Situación de elección y se refiere a cuál de dos o más alimentos se escoge, diferenciándose así del término de “gusto”. | Cantidad y calidad de productos demandados | Encuestas Entrevistas |
| Químicos | Sustancias que en su composición presenta mayormente aditamentos o compuestos de tipo artificial. | Cantidad de uso | Encuesta |
| Conocimiento | Conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje o a través de la introspección | Elección de alimentos | La Observación Encuestas Entrevistas |
| Diferencia de Precios | Es la diferencia existente entre el valor de un bien en consideración con el valor de otro objeto | Transacciones en el Mercado | Encuestas |

Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

Cuadro 5. Operacionalización de las variables dependientes

| Variables Dependientes | Definición | Indicador | Técnicas |
|-------------------------------|---|---------------------------------------|--------------------------|
| Salud Sostenibilidad | Nivel de eficacia funcional y/o metabólica de un organismo tanto a nivel micro (celular) como en el macro (social). | Minimización del número de enfermos | Encuestas |
| Cultura Alimenticia | Hábitos que por lo general tienen las personas al momento de elegir los alimentos que quieren y desean consumir | Número de consumidores | Encuestas Entrevistas |
| Deterioro de las Tierras | Desgaste producido por químicos que alteran y proceden a generar cráteres en el suelo | Cantidad demandada de plaguicidas | Encuestas |
| Beneficios | Actividad en la cual se obtiene una ganancia sea económica o social | Análisis Ex - Post | La Observación |
| Demanda | Cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores en un momento determinado. | Cantidad de productos Comercializados | Encuestas Entrevistas |

Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Según su Finalidad

Investigación Teórica o Aplicada: Es la utilización de los conocimientos adquiridos de forma empírica, sirven para tomar acciones y establecer políticas y estrategias²¹.

Relación.- Este tipo de investigación se lo empleará a lo largo del avance del proyecto examinando patrones de consumo y fortaleciendo los discernimientos que se tienen sobre los alimentos agrícolas de tipo orgánico.

Investigación Exploratoria: No intenta dar explicación respecto del problema, sino sólo recoger e identificar antecedentes generales, números y cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones.

Relación.- Debido a que la temática en cuestión es nueva en nuestro medio, se debe explorar la información en base a resultados obtenidos de otros estudios realizados para de esa manera entender la realidad a la cual nos enfrentamos y cómo podríamos darle cara a esta problemática.

²¹Ambos, E. *Investigación Aplicada y Desarrollo de la Fuerza Laboral*.

Según su Objetivo Gnoseológico

Investigación Descriptiva: Este tipo de investigación se caracteriza por llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables²².

Relación.- Este tipo de investigación es de gran importancia en nuestro análisis pues con el mismo se pueden describir las características de la población a partir de ciertos estudios y las podemos relacionar con distintos puntos importantes determinantes en nuestro proyecto.

Investigación Explicativa: Investigación que trata de establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian, estableciendo una relación causa-efectos, con una tendencia cuantitativa²³.

Relación.- Este tipo de investigación la estaremos empleando con la finalidad de explorar los sucesos por el cual en nuestro medio existe un escaso nivel de participación del mercado en el consumo de alimentos agrícolas cultivados con procedimientos orgánicos en el cantón Milagro.

Según su Contexto

Investigación de Campo: La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular²⁴.

En ciencias sociales, «trabajo de campo» suele designar el período y el modo de la investigación dedicado a la recopilación y registro de datos²⁵.

Relación.- A través de la Investigación de Campo podremos plantear con datos concretos la realidad de nuestro objeto de estudio argumentando y comprobando

²²(Sabino, 1992)

²³Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. *Metología de la Investigación*.

²⁴Bavaresco de Pietro, A. M. (1997). *Proceso Metodológico de la Investigación*. Venezuela.

²⁵(Angeles, 1996)

nuestras hipótesis mediante la utilización de las diferentes variables a emplear en las herramientas de recolección de datos como lo son las Encuestas y las Entrevistas.

Según el Control de las Variables

Investigación No Experimental: La Investigación no Experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes, se basa en variables que ya ocurrieron o se dieron en la realidad sin la intervención directa del investigador²⁶. Es un enfoque retrospectivo. Se conoce también como investigación Ex post-facto (los hechos y las variables ya ocurrieron) y observa variables y relaciones entre estas en su contexto natural.

Relación.- Dentro de nuestro estudio este tipo de investigación se lo emplea en el enfoque y relación consistente que se genera en el análisis del Marco Teórico del Proyecto (antecedentes históricos, marco referencial y marco conceptual) con lo cual nos facilita el estudio y nos permite aprovechar el conocimiento precedido con temas relacionados por otros autores.

Según la Orientación Temporal

Investigación Histórica: Es aquella disciplina que busca estudiar una realidad del pasado recurriendo a fuentes primarias y secundarias que contengan evidencias auténticas y confiables que permitan reconstruir los hechos, lo más exacto posible²⁷.

Investigación Transversal o Longitudinal: Es aquella en la que se obtienen datos de la misma población en distintos momentos durante un periodo determinado, con el fin de examinar sus variaciones con el tiempo²⁸.

Relación.- Estos tipos de investigación son fundamentales en nuestro estudio porque con ellos podemos abordar temas que son de vital importancia al momento de establecer nuestro marco conceptual. La recopilación de información que se pudo obtener con la Investigación histórica y la Investigación Trasversal fue el resultado de la lectura de los distintos libros, diarios, boletines y publicaciones en internet referente al estudio en cuestión.

²⁶Tamayo Tamayo, M. (1981). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico.

²⁷Ragusso, S. (1978). *Manual de Metodología para Universitarios*. Venezuela.

²⁸Suarez de Paredes, N. (1999). *La Investigación Documental Paso a Paso*.

Según el Diseño

Investigación Cuantitativa: Usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento²⁹.

Relación.- Con el uso de la Investigación Cuantitativa podemos establecer un análisis estadístico sobre las hipótesis y variables en estudio, con la finalidad de probar dichas hipótesis y establecer con exactitud los patrones de comportamiento de la población en relación al tema tratado.

Investigación cualitativa: Utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación³⁰.

Relación.- Con el uso de la Investigación cualitativa lo que se busca es medir los conceptos que tienen las personas sobre el estudio en ejecución para luego someter dichos conceptos a prueba y analizarlos posteriormente con técnicas estadísticas.

Estos tipos de Investigación se los ejecutara a través de las herramientas estadísticas como lo son las Encuestas (para el análisis cuantitativo) y las Entrevistas (para el análisis cualitativo), con lo cual se pretende poner a prueba las variables resultantes de las hipótesis que se desea comprobar.

3.2. LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1. Características de la Población

Milagro es un Cantón ubicado en la Provincia del Guayas de la República del Ecuador, ocupa el segundo lugar a nivel provincial después de la Ciudad de Guayaquil tanto por su importancia económica, cantidad de habitantes y sus costumbres tradiciones. Su nombre completo es San Francisco de Milagro.

Este Cantón se lo puede catalogar como uno de los más productivos del Ecuador en lo que corresponde a desempeño agrícola.

²⁹Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. *Metología de la Investigación*.

³⁰Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. *Metología de la Investigación*.

Nuestro mercado meta son las personas entre 20 y 64 años debido a que son quienes por lo general se aventuran en la compra de alimentos en las distintas plazas y centros comerciales y son quienes con una mentalidad madura buscan lo mejor para llevar a las mesas de sus hogares.

3.2.2. Delimitación de la población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la Población Milagreña está compuesta por 83.393 mujeres y 83.241 hombres dando un total de 166.634 habitantes³¹ correspondientes al último censo efectuado en el año 2010.

Los adultos entre 20 y 64 años del cantón Milagro es una población finita y gracias a ello se pudo establecer con la ayuda del INEC el tamaño de la misma la cual arroja una cantidad de 88,294 personas.

3.2.3. Tipo de Muestra

Para esta investigación utilizamos el muestreo probabilístico con el fin de tomar una muestra representativa de la población, donde cada uno de los individuos que la conforman tengan la misma probabilidad de ser seleccionado, lo cual nos permite no obviar o excluir a los individuos que conforman la población total, esto con el fin de obtener toda la información necesaria y lo más consistente posible que nos sirva de ayuda en la toma de decisiones.

3.2.4. Tamaño de la Muestra

La población de adultos entre 20 y 64 que son quienes por lo general adquieren los productos alimenticios para sus hogares son 88,294 personas por ende se considera que es una población finita debido a que se conoce con certeza su número.

Para tomar una muestra significativa de la población total hacemos uso de la fórmula establecida en el reglamento para la elaboración de tesis establecido por la UNEMI el cual es:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

³¹Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2010).

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{88.294 \times 0,5 \times 0,5}{\frac{(88.294 - 1) \times 0,05^2}{1,96^2} + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{22.073,5}{\frac{220,74}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{22.073,5}{57,71}$$

$$n = 382,49$$

Luego del cálculo tenemos un resultado de 382 que sería el número de habitantes que tenemos que considerar para encuestar.

3.2.5. Proceso de Selección

Debido a que la Muestra escogida es de carácter no probabilístico, los métodos que se escogerán para su desarrollo serán las siguientes.

Muestra de Expertos.- Este método no probabilístico se lo tomo en consideración porque para plantear las alternativas de solución se necesita de la opinión de expertos que ayuden a focalizar mejor las ideas y analizar las distintas ventajas y desventajas que se presenten a lo largo del estudio.

Los Sujetos Tipos.-También es utilizado en estudios exploratorios y cualitativos, donde lo que importa es la riqueza, calidad y profundidad de la información por sobre la generalización, la cantidad y estandarización³².

Esta estructura de muestreo se la eligió en base a su capacidad de hacer estudios exploratorios e investigaciones de tipo cualitativo. Lo que se busca con este método es adquirir información relevante que sea de calidad para la investigación, analizando a grupos pequeños especializados en el ambiente de estudio.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TECNICAS

Para el desarrollo de Nuestra Investigación, los Métodos y Técnicas a utilizar serán los siguientes:

3.3.1. Métodos Teóricos

Método Histórico-Lógico: Este método se refiere a que en la Sociedad los diversos problemas o fenómenos no se presentan de manera azarosa sino que es el resultado de un Largo proceso que los origina, motiva o da lugar a su existencia. Esta evolución de otra parte no es rigurosa o repetitiva de manera similar, sino que va cambiando de acuerdo a determinadas tendencias o expresiones que ayuda a interpretarlos de una manera secuencial³³.

La lógica se refiere entonces a aquellos resultados previsibles y lo histórico a la cuestión evolutiva de los fenómenos.

Relación.- Como este tipo de método se ejecuta en el estudio histórico de los hechos, en nuestra investigación se la ejecuta en el desarrollo del Marco Referencial en el análisis de los Antecedentes Históricos para de esta manera establecer ideas de lo que ha ocurrido con el tema de estudio en una breve reseña.

Método Inductivo-Deductivo: El razonamiento inductivo se mueve de lo particular a lo general. Reúne observaciones particulares en forma de premisas, luego razona a partir de estas premisas particulares hacia una conclusión general. El razonamiento

³²Scharager, J. *Muestreo No Probabilístico*. Pontifica Universidad Católica de Chile.

³³Centty Villafuerte, D. B. *MANUAL METODOLÓGICO PARA EL INVESTIGADOR CIENTÍFICO*.

deductivo se mueve de lo general a lo particular. Toma una premisa general y deduce conclusiones particulares³⁴.

Relación.-Aplicamos este método en el desarrollo de las hipótesis cuando al abordar un problema buscamos las maneras de establecer un supuesto con la finalidad de estudiarlo y comprobarlo.

Método Hipotético-Deductivo: Consiste en un procedimiento que intenta dar respuesta a los distintos problemas que se plantea la ciencia a través de la postulación de hipótesis que se toman como verdaderas, no habiendo ninguna certeza acerca de ellas³⁵.

Relación.- En el trascurso de la investigación se han elaborado algunas hipótesis correspondientes a los problemas y sub-problemas planteados para la ejecución de la misma, desarrollados de manera empírica con la intención de comprobar el desarrollo de cada variable con las que consten las hipótesis.

Método Dialéctico: El método dialéctico constituye el método científico de conocimiento del mundo. Proporciona al hombre la posibilidad de comprender los más diversos fenómenos de la realidad. El método dialéctico al analizar los fenómenos de la naturaleza, de la sociedad y del pensamiento permite descubrir sus verdaderas leyes y las fuerzas motrices del desarrollo de la realidad³⁶.

Relación.- Este método estudia el intercambio de la información con la finalidad de aprobar ciertas teorías planteadas, por esta razón este método es de suma importancia al identificar criterios a través de entrevistas a personas que se crea que tienen desenvolvimiento en el tema investigado.

Método Genético: Busca la génesis de los acontecimientos, es decir, los antecedentes. La genética plantea cuestiones: ¿cuándo? ¿Por qué? ¿Cómo? Se trata de un proceso que se desarrolla en el tiempo, es decir, de una explicación diacrónica³⁷.

³⁴Bluedorn, H. (1995). *Dos Métodos de Razonamiento - Una Introducción a la Lógica Inductiva y a la Deductiva*.

³⁵GIANELLA, A. E. *Introducción a la Epistemología y a la Metodología de la Ciencia*. Universidad Nacional de la Plata.

³⁶Montaño Alvarez, L. *Filosofía I. Filosofía y Construcción de Ciudad*. Colegio de Bachilleres.

³⁷López Cano, J. L. (1984). *Métodos e hipótesis científicas*. México.

Relación.- Con este método podemos vincularnos en el estudio del problema empezando por su raíz, determinando la evolución del mismo y entablandolo con el panorama actual.

3.3.2. Métodos Empíricos

Observación: Técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar y recoger las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas, tal y como las realizan habitualmente³⁸.

Relación.- Este método lo utilizamos en cada fase del proyecto, analizando repetidamente los problemas observados que dan origen al tema de investigación con la finalidad de establecer posibles soluciones.

3.3.3. Técnicas e Instrumentos

La Encuesta: Es una técnica de investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo, llevada a cabo en el contexto de la vida cotidiana utilizando procedimientos estandarizados de interrogación y con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de una población³⁹.

Relación.- A través de esta técnica se podrán recolectar datos con lo cual a través de una serie de preguntas se pretende vincular las variables de las hipótesis con la finalidad de analizarlas y establecer soluciones para la problemática existente.

La Entrevista: Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el Investigador obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa⁴⁰.

Relación.- Con ayuda de esta herramienta se podrá obtener cierta perspectiva del criterio profesional que tienen algunas personas vinculadas al tema y con lo cual a

³⁸Jiménez Marqués, E. *El Pricipio del Final - Observación*.

³⁹Schettini del Moral, R. *Diseño de Investigaciones II. Encuesta*.

⁴⁰Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vásquez, A., & González, L. *La Entrevista*.

través del dialogo mejorar las actividades de solución que se quieren para la problemática en cuestión.

Muestreo: El muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (Población o Universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha Población⁴¹.

Relación.- Esta herramienta será utilizada con la finalidad de analizar un subconjunto importante de la población en estudio para comprender el comportamiento de estos haciendo más sencillo el trabajo y menos costoso el trabajo investigativo.

Criterio de Expertos: Estudiar y analizar el criterio de expertos a través de entrevistas efectuando preguntas de interés que correspondan al tema en estudio con la finalidad de obtener mayores conocimientos sobre la investigación en curso permitiendo relacionarla con los resultados de las otras herramientas estadísticas.

3.4. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Inmediatamente después de terminar de recolectar los datos importantes que se obtuvieron de manera cualitativa y cuantitativa, gracias a las herramientas y técnicas de investigación como son las encuestas y entrevistas que se aplicó a la muestra que representa el mercado meta en estudio, se procederá a la tabulación de los resultados encontrados, para de esta manera y ayudándonos con el programa de Calculo Office Excel proceder a generar tablas y gráficos con la finalidad de facilitar el proceso de análisis de cada una de las variables y con lo cual se verificaría cada aspecto importante del problema, comprobando las hipótesis que se han planteado y de esta manera establecer y viabilizar la mejor alternativa de solución.

⁴¹Carrasco, J. *El Método Estadístico en la Investigación Médica. 5ª Ed.* Madrid: Ciencia.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La siguiente investigación que se ha ejecutado a través de los distintos tipos y técnicas de recolección de datos ha sido desarrollada con la finalidad de poder determinar la viabilidad de un centro de acopio de alimentos agrícolas de tipo orgánico en el Cantón Milagro. Este estudio es con el propósito de poder satisfacer las necesidades de un mercado que en la actualidad se encuentra demandando alimentos que sean confiables y de calidad, que mejoren la salud de la ciudadanía y optimice las energías necesarias para poder desenvolverse de una manera positiva en el transcurso de las jornadas de trabajo.

Analizando la problemática sobre los bajos niveles de comercialización de productos agrícolas de tipo orgánico, se comenzó a investigar sobre la posible solución de este tema y se procedió con el estudio o investigación de campo que con lo cual se pudo definir y establecer que la población si necesita de este tipo de centro y que la factibilidad de implementar este centro de acopio dentro del Cantón generaría grandes beneficios para todo el contexto de la ciudad porque como su nombre lo dice, “Alimentos Orgánicos” no solo ayudaría a la ciudadanía sino que además mejoraría el cultivo a nuestro alrededor y por ende el medio ambiente.

En la actualidad no existen medios comerciales que ofrezcan a la ciudadanía una opción de consumo saludable, lo que provoca la orientación de éstos hacia el consumo tradicional. Esta idea se pudo demostrar gracias a las encuestas realizadas a la Población.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Pregunta 1: ¿Considera Ud. que los alimentos que a diario consume le proporcionan las energías necesarias para soportar su jornada de trabajo?

Cuadro 6. Análisis nutritivo de los alimentos que se consumen

| Resultados Pregunta 1 | | | | |
|------------------------------|------------|------------|---------------|-------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 33 | 39 | 73 | 19% |
| 2.- De Acuerdo | 55 | 111 | 166 | 43% |
| 3.- En Desacuerdo | 50 | 62 | 112 | 29% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 7 | 25 | 32 | 9% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

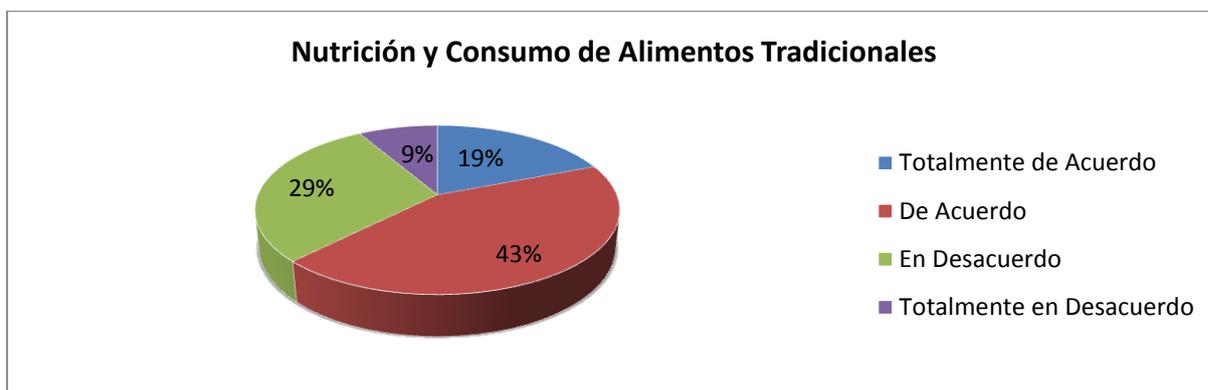


Gráfico 1. Análisis nutritivo de los alimentos que se consumen

Análisis: Esta pregunta va enfocada a determinar si es que los alimentos que la población en general se encuentran consumiendo, les proporcionan las energías físicas necesarias para poder soportar sus jornadas de trabajo sin dar a conocer sobre la existencia de los alimentos agrícolas de tipo orgánico.

Interpretación: Podemos definir que de los 383 encuestados 73 personas se encuentran totalmente de acuerdo de que los alimentos que a diario consumen les brindan las energías necesarias para soportar su jornada de trabajo lo que corresponde un 19% de la muestra, 166 personas se encuentran de acuerdo con los productos que a diario consumen lo que corresponde a un 43% de la muestra en estudio, 112 se encuentran en desacuerdo con los productos que a diario consumen y piensan que los alimentos con los cuales se alimentan no los satisfacen lo que corresponde a un 29% de la muestra, mientras que a 32 personas que corresponden un 9% de la muestra están totalmente en desacuerdo con los alimentos que se encuentran consumiendo.

Pregunta 2: ¿Considera Ud. que la mayoría de alimentos agrícolas que se comercializan son Productos procesados y en ocasiones alterados con químicos que son perjudiciales para su salud?

Cuadro 7. Comercialización y efectos negativos de los alimentos tradicionales

| Resultados Pregunta 2 | | | | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 73 | 114 | 187 | 49% |
| 2.- De Acuerdo | 60 | 107 | 167 | 44% |
| 3.- En Desacuerdo | 12 | 15 | 27 | 7% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 1 | 1 | 2 | 0% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

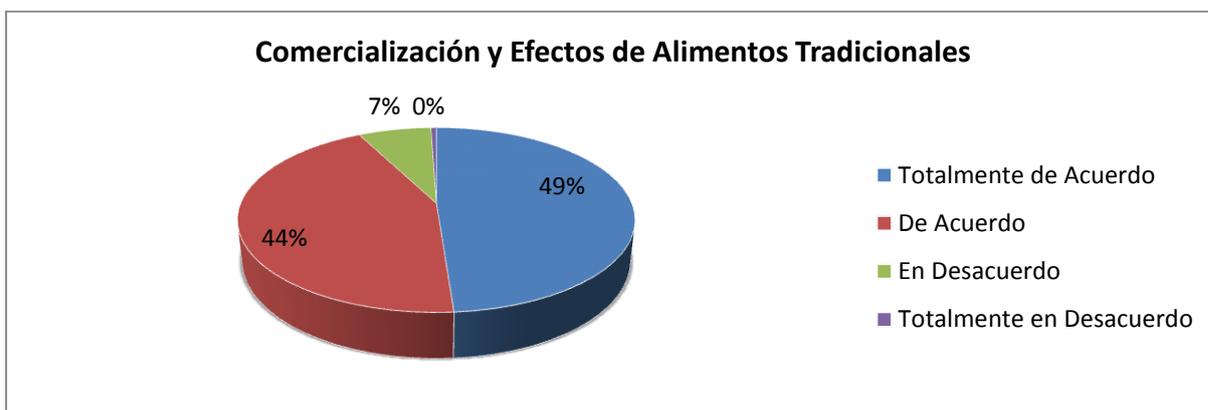


Gráfico 2. Comercialización y efectos negativos de los alimentos tradicionales

Análisis: Con esta pregunta lo que se busca es determinar el grado de conocimiento que tienen los ciudadanos respecto a lo que se encuentran consumiendo, familiarizándolos más con la problemática existente y analizando la reacción o impacto del encuestado por los efectos negativos de una mala alimentación.

Interpretación: Podemos definir que el 49% de la muestra se encuentra totalmente de acuerdo con que los alimentos que se comercializan se encuentran alterados con químicos que son perjudiciales para la salud, el 44% de los encuestados están de acuerdo con esta afirmación mientras que un 7% se encuentran en desacuerdo con este tipo de análisis.

Estos resultados son de gran interés en la investigación pues determinan que si existe conocimiento y preocupación sobre los problemas de comercialización con químicos que contienen la mayoría de los alimentos que se expenden en nuestro medio.

Pregunta 3: ¿Considera Ud. que la cultura alimenticia que han adquirido los milagreños se deba a los alimentos que tradicionalmente se comercializan?

Cuadro 8. Cultura alimenticia que han adquirido los milagreños y su impacto

| Resultados Pregunta 3 | | | | |
|------------------------------|------------|------------|---------------|-------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 53 | 103 | 156 | 41% |
| 2.- De Acuerdo | 78 | 112 | 190 | 49% |
| 3.- En Desacuerdo | 11 | 22 | 33 | 9% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 4 | 0 | 4 | 1% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

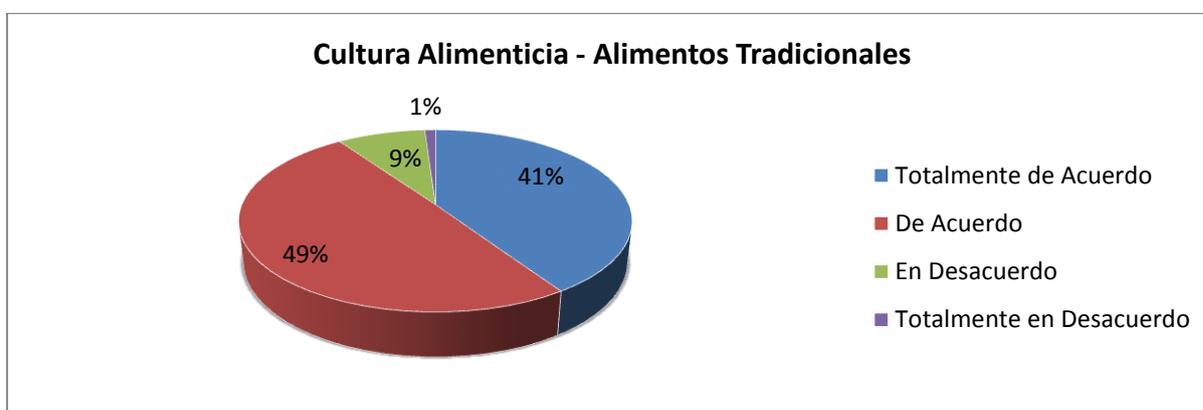


Gráfico 3. Cultura alimenticia que han adquirido los milagreños y su impacto

Análisis: En esta pregunta lo que se busca es analizar la conducta del encuestado en base a la cultura alimenticia que este tenga, de esta manera podemos determinar el impacto que podría generar una idea de negocio con la cual se pretende mejorar este sector.

Interpretación: Podemos establecer que de la totalidad de los encuestados un 41% está totalmente de acuerdo que la mala cultura alimenticia que han elegido los habitantes milagreños se debe a los alimentos que tradicionalmente se comercializan, un 49% está de acuerdo con esta afirmación y por la parte negativa un 9% está en desacuerdo con esta hipótesis y un 1% niega en su totalidad esta idea establecida sobre la cultura alimenticia de los milagreños.

Analizando estos datos podemos establecer que gran parte de la cultura que han optado los ciudadanos se debe a los alimentos que tradicionalmente se comercializan exponiéndolos a comidas chatarras entre otros.

Pregunta 4: ¿Esta consiente e informado que el incremento del cultivo de alimentos alterados deteriora lentamente a la tierra y por ende daña al medio ambiente?

Cuadro 9. Conocimientos sobre los daños a la tierra por el cultivo con químicos

| Resultados Pregunta 4 | | | | |
|-----------------------|------------|------------|---------------|-------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Mucho | 79 | 139 | 218 | 57% |
| 2.- Suficiente | 25 | 53 | 78 | 20% |
| 3.- Poco | 34 | 34 | 68 | 18% |
| 4.- Muy Poco | 8 | 11 | 19 | 5% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Pilozo



Gráfico 4. Conocimientos sobre los daños a la tierra por el cultivo con químicos

Análisis: Esta pregunta busca analizar los conocimientos que tienen los ciudadanos respecto al daño ecológico que causa el incremento de alimentos cultivados con productos inorgánicos. Analizando este aspecto podemos concientizar este aspecto renovando el desarrollo del medio ambiente.

Interpretación: Del total de la muestra en estudio podemos establecer que el 57% de los encuestados tienen un amplio conocimiento sobre las afecciones que pueden causar el cultivo con químicos a las tierras, un 20% establece que cuentan con un suficiente o parcial conocimiento sobre los males que causan esta serie de cultivos, un 18% conoce poco sobre los problemas que causan a nuestro ambiente el cultivo creciente de esta serie de productos y para un 5% del total de la muestra este tema es un poco nuevo pues conocen muy poco de los problemas causados por el cultivo con químicos.

Pregunta 5: ¿Considera Ud. que los alimentos que proporcionan mayor porcentaje de energía gracias a un mejor desarrollo del metabolismo son los Alimentos de tipo Orgánicos?

Cuadro 10. Beneficios de alimentos de tipo orgánico

| Resultados Pregunta 5 | | | | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 76 | 105 | 181 | 47% |
| 2.- De Acuerdo | 54 | 115 | 169 | 44% |
| 3.- En Desacuerdo | 13 | 17 | 30 | 8% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 3 | 0 | 3 | 1% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

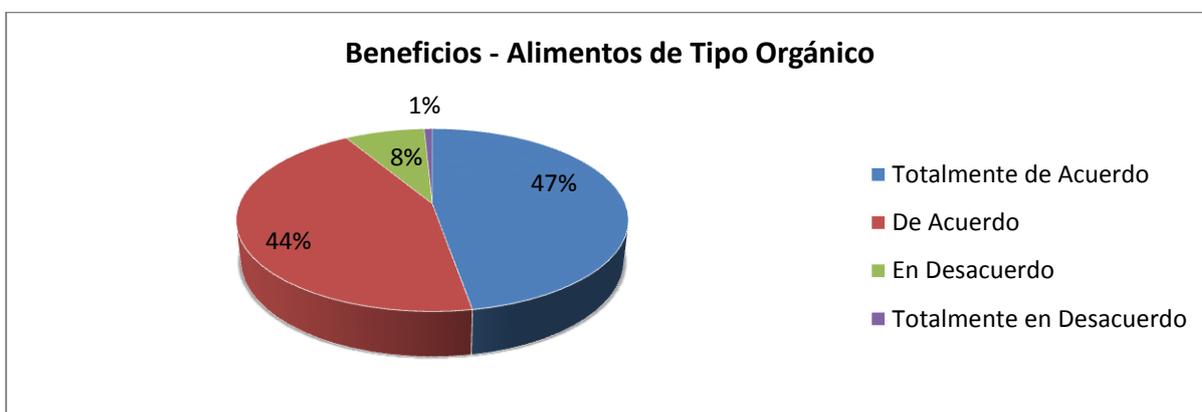


Gráfico 5. Beneficios de alimentos de tipo orgánico

Análisis: Lo que se busca con esta pregunta es introducir una idea o alternativa que pueda contrarrestar el problema de los alimentos químicamente alterados, para lo cual se establece la posible solución de una manera en la cual al mismo tiempo midamos el nivel de conocimiento que tienen los encuestados sobre los alimentos de tipo orgánico.

Interpretación: Se puede establecer que de la totalidad de la muestra un 47% se encuentran totalmente de acuerdo con que los alimentos que proporcionan mayor energía físico debido a los procesos con los que han sido cultivados son los alimentos agrícolas de tipo orgánico, además de esto se anexa que un 44% de la muestra en estudio también se encuentran de acuerdo con esta idea, por la parte negativa entre los que están en desacuerdo y total desacuerdo suman un 9% del total de la muestra, por lo que podemos afirmar que existe un alto nivel de conocimiento sobre los beneficios de los alimentos de tipo orgánico y esto es beneficioso para las actividades que se quieren ejecutar.

Pregunta 6: Al conocer que los alimentos de tipo orgánico son más saludables pero un poco más costosos que los tradicionales del Mercado ¿Invertiría en su salud con el consumo de alimentos nutritivos?

Cuadro 11. Análisis comparativo de precios: alimentos de tipo orgánico - alimentos tradicionales, y su respectivo aceptación en el mercado.

| Resultados Pregunta 6 | | | | |
|------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente | 86 | 142 | 228 | 60% |
| 2.- Suficientemente | 31 | 72 | 103 | 27% |
| 3.- Parcialmente | 22 | 17 | 39 | 10% |
| 4.- Muy Poco | 7 | 6 | 13 | 3% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

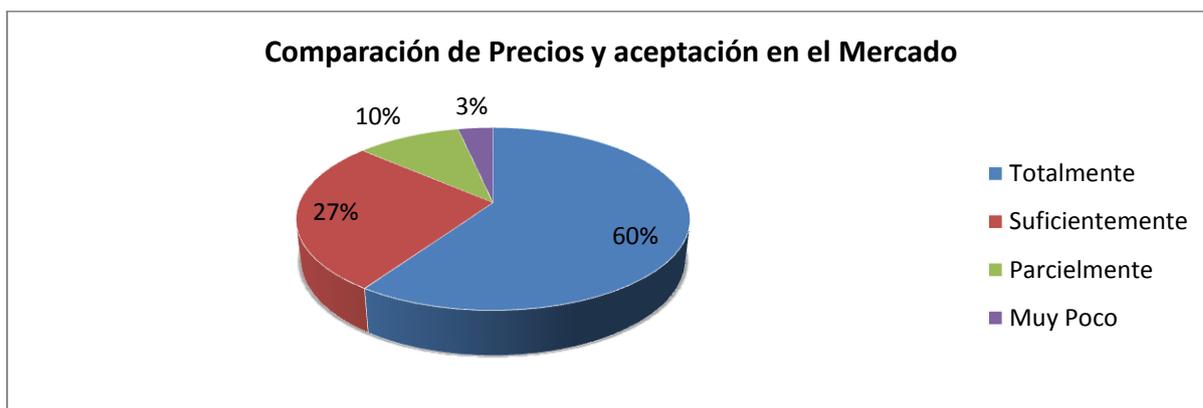


Gráfico 6. Análisis comparativo de precios: alimentos de tipo orgánico - alimentos tradicionales, y su respectivo aceptación en el mercado

Análisis: Lo que se busca en esta pregunta es poder determinar el nivel de aceptación que tendrán los alimentos de tipo orgánico aun cuando estos sean un poco más costosos que los alimentos tradicionales. Esta variable como lo es la diferencia de precios es un factor muy importante a considerar por ser un indicador altamente determinante en esta investigación.

Interpretación: Podemos establecer que del total de la muestra el 60% piensa o está seguro de invertir en su salud con el consumo de estos tipos de alimentos aun cuando estos sean un poco más costosos que los alimentos que se comercializan tradicionalmente, un 27% de la muestra dice que si consumiría lo suficiente para mantener una mejor calidad de vida mientras que un 10% lo haría de manera esporádica o parcial y un 3% quiere seguir con la compra de alimentos tradicionales y su participación sería mínima en el consumo de alimentos de tipo orgánicos.

Pregunta 7: ¿Considera Ud. que los ciudadanos del Cantón Milagro estarían dispuestos a mejorar su calidad de vida mediante el consumo de Alimentos que hayan sido cultivados y procesados con productos Orgánicos?

Cuadro 12. Análisis de consumo de alimentos de tipo orgánico

| Resultados Pregunta 7 | | | | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 68 | 114 | 182 | 47% |
| 2.- De Acuerdo | 56 | 100 | 156 | 41% |
| 3.- En Desacuerdo | 16 | 18 | 34 | 9% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 6 | 5 | 11 | 3% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

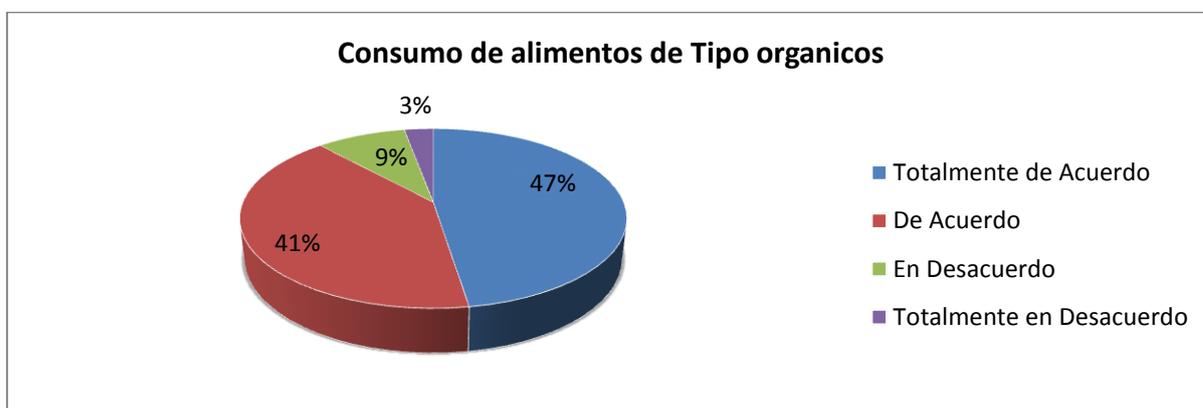


Gráfico 7. Análisis de consumo de alimentos de tipo orgánico

Análisis: Lo que se busca con esta pregunta es determinar la posible aceptación que tendrán los productos orgánicos dentro del mercado. Esta es una pregunta de vital importancia pues directamente estamos vinculando al encuestado con el consumo.

Interpretación: Se puede definir que el 47% de la población muestral está totalmente de acuerdo con que los milagreños estarían dispuestos a consumir alimentos orgánicos para mejorar su calidad de vida y además de esto se establece que un 41% está de acuerdo también con esta perspectiva, solo un 9% está en desacuerdo y un 3% en total desacuerdo con esta idea planteada.

Este escenario es positivo para la viabilidad del proyecto, pues se ve el interés de la población en mejorar su consumo y por ende sus niveles saludables a través del consumo de alimentos agrícolas de tipo Orgánico.

Pregunta 8: Está de acuerdo que la Implementación de un Comisariato de alimentos Orgánicos en el Cantón Milagro es necesario e indispensable para mejorar la calidad de vida de sus habitantes tanto en el ámbito Salud como en el ámbito Económico.

Cuadro 13. Necesidad en el mercado de un comisariato que expendiera alimentos cultivados y procesados orgánicamente

| Resultado Pregunta 8 | | | | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 81 | 135 | 216 | 56% |
| 2.- De Acuerdo | 53 | 87 | 140 | 37% |
| 3.- En Desacuerdo | 7 | 12 | 19 | 5% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 5 | 3 | 8 | 2% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

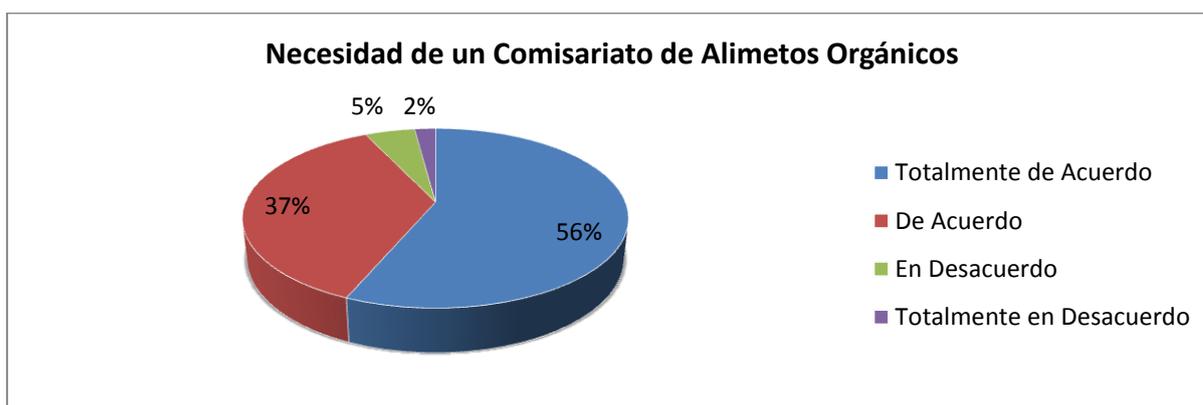


Gráfico 8. Necesidad en el mercado de un comisariato que expendiera alimentos cultivados y procesados orgánicamente

Análisis: Esta pregunta es la que se enfoca en determinar qué tan importante es para la ciudadanía la implementación de un comisariato de alimentos de tipo orgánico y que impactos positivos se podrían generar con la ejecución del proyecto, en otras palabras poder establecer el grado de aceptación de este centro de acopio de alimentos Agrícolas de Tipo Orgánico.

Interpretación: Podemos definir que el 56% de la población muestral se encuentra totalmente de acuerdo con la implementación de un comisariato de alimentos orgánicos que mejoraría la calidad de vida de los habitantes del Cantón Milagro tanto en el ámbito Salud como en el ámbito Económico, además de esto el 37% establece o está de acuerdo con la misma idea lo que al sumarlos tendríamos un 93% de aceptación contra un 7% de desacuerdo y total desacuerdo con ejecutar el Proyecto.

Pregunta 9: ¿Considera Ud. que con la Implementación de un Comisariato de alimentos de Tipo Orgánico se generaría un ambiente económico-social más saludable por ser generadora del cuidado del medio ambiente y generadora de nuevas fuentes empleo?

Cuadro 14. Beneficios del comisariato de alimentos de tipo orgánico

| Resultado Pregunta 9 | | | | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Indicador Utilizado | Masculino | Femenino | Total General | Porcentaje |
| 1.- Totalmente de Acuerdo | 93 | 142 | 235 | 61% |
| 2.- De Acuerdo | 39 | 83 | 122 | 32% |
| 3.- En Desacuerdo | 10 | 9 | 19 | 5% |
| 4.- Totalmente en Desacuerdo | 4 | 3 | 7 | 2% |
| Total General | 146 | 237 | 383 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

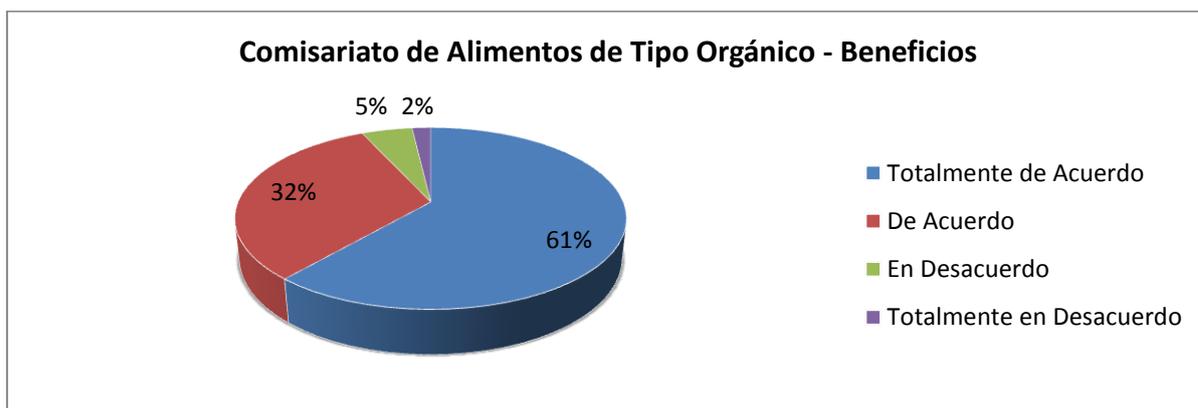


Gráfico 9. Beneficios del comisariato de alimentos de tipo orgánico

Análisis: Lo que se plantea y busca en esta pregunta es vincular a los ciudadanos aún más con la ejecución de la posible alternativa de solución a la problemática existente, además de dar a conocer ciertas ventajas que se podrían generar con la implementación de la misma.

Interpretación: Podemos definir que el 61% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que el comisariato de alimentos orgánicos generara un ambiente económico-social más saludable que beneficiara netamente a los milagreños, además un 32% de la población se encuentran de acuerdo también con los escenarios positivos que se vinculan a la ejecución del proyecto. Los aspectos en desacuerdo y en total desacuerdo con la idea planteada suman un 7% lo cual es un porcentaje mínimo comparado con el 93% de aceptación que tiene la idea planteada al sumar los aspectos positivos, esto quiere decir que la mayoría de la ciudadanía tiene un buen criterio sobre la ejecución de la misma.

4.3. RESULTADOS

Con la ejecución de este proyecto vinculado a la comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico se podrán establecer y promover en nuestro medio el consumo de alimentos saludables, acaparando un problema de carácter social y económico y que además tiene como mira salvaguardar el medio ambiente y ofertar productos de primera calidad.

Podemos establecer que dentro del presente estudio se puede definir un sin número de factores que muestran una necesidad palpable que se desea satisfacer como lo es el mejoramiento de las capacidades nutritivas a través del consumo de alimentos nutritivos que no se encuentren alterados con químicos.

Conjuntamente los ciudadanos milagreños, preocupados cada día más por su salud, demuestran un gran interés por la idea de solución a la problemática, afirmando que están dispuestos a consumir productos orgánicos, aunque estos sean un poco más costosos que los tradicionales.

Además, aunque los productos orgánicos no sean altamente conocidos todavía, la ciudadanía si conoce sobre la utilización de químicos en los alimentos que consumen y sobretodo los factores negativos que esto representa, por ende la promoción de alimentos con mayor calidad nutricional es al momento una vía de negocio saludable.

Con esta nueva tendencia de consumo, los agricultores empezaran a cultivar con métodos apropiados para generar productos de primera calidad, pensando en el mejoramiento del medio ambiente y sobre todo por el cuidado y bienestar de las personas que consumen dichos alimentos.

Mejorar la cultura alimenticia de los milagreños optimizando la nutrición de estos a través del consumo orgánico, es de gran viabilidad debido al énfasis, no solo local sino internacional que existe por el consumo natural.

4.4. VERIFICACION DE HIPÓTESIS

Cuadro 15.Verificación de hipótesis

| HIPÓTESIS | VERIFICACIÓN |
|---|---|
| El escaso nivel de comercialización de alimentos de tipo orgánico, minimiza el desarrollo sostenible y saludable de los ciudadanos del Cantón Milagro. | Esta hipótesis se la comprueba en la segunda pregunta, en el momento en el que medimos los conocimientos sobre los efectos de la escasa comercialización de alimentos orgánicos. Podemos afirmar que el 93% está de acuerdo y totalmente de acuerdo que la mayoría de los alimentos agrícolas que se comercializan se han cultivado con químicos para acelerar su producción. |
| Las preferencias alimenticias de los Milagreños que se generan por la cultura que estos han adquirido a través del tiempo hacen que exista mayor consumo de alimentos alterados minimizando la comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánicos. | Esta hipótesis se verifica en la pregunta número 3 cuando hacemos referencia en la cultura alimenticia de los mismos. Se puede decir que un 90% está de acuerdo y totalmente de acuerdo que esta causa se da por la excesiva comercialización de alimentos tradicionales que han sido alterados con químicos. |
| El uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos en la tierra con el fin de agilizar los procesos productivos crea un desgaste en los macro y micro nutrientes del suelo haciendo que este se deteriore. | Esta hipótesis se comprueba en la pregunta número 4 en la cual medimos el grado de conocimiento sobre los daños que se le causan al medio ambiente el uso inconsciente de estos productos que se utilizan con químicos en los cultivos. En esta pregunta el 77% sumando las alternativas: mucho y suficiente establecen que conocen y están informados sobre el tema y el resto tiene un porcentaje de bajo sobre los efectos de los químicos en las tierras. |

| | |
|---|---|
| <p>El escaso nivel de conocimiento sobre los beneficios de los alimentos de tipo Orgánico crea una inadecuada elección y consumo de alimentos alterados con químicos.</p> | <p>Esta hipótesis es comprobada y con resultados positivos que ayudaran a nuestra investigación en la pregunta número 5, donde establecemos que tipo de alimentos son de mejor calidad. En esta pregunta muchos encuestados desconocían el termino orgánico y tras la explicación del mismo afirmaron que son mejores que los alimentos tradicionales.</p> |
| <p>La diferencia de precios de los alimentos de tipo orgánico en relación con los productos convencionales hace que exista en el mercado una mayor demanda de productos alterados químicamente.</p> | <p>Esta hipótesis se comprueba en la pregunta número 6 en la cual podemos darnos cuenta que aunque exista una ligera diferencia de precios con los productos tradicionales, las personas invertirían es su salud con la compra de alimentos orgánicos para su consumo. Dentro de este análisis el 60% invertiría de manera total en la compra de estos productos y el resto de una manera moderada.</p> |

Fuente: Encuesta aplicada a la población del Cantón Milagro
Elaborado por: Luis Eduardo Piloza

CAPITULO V

PROPUESTA

5. TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de productos agrícolas de tipo orgánicos en el Cantón Milagro.

5.1. FUNDAMENTACIÓN

Comercialización Agrícola

La comercialización agrícola cubre los servicios que se ocupan de hacer llegar el producto agrícola de la granja al consumidor. Existen numerosas actividades interconectadas implicadas en este proceso. La comercialización agrícola es realizada más bien por el sector privado que por los gobiernos y todos los pasos de la cadena deben mostrar un beneficio para los participantes. El apoyo a los países en desarrollo para el progreso agrícola es llevado a cabo por organizaciones como la FAO⁴² y varias organizaciones donantes. Las actividades incluyen el desarrollo de la información de mercado, extensión en comercialización, capacitación agrícola y desarrollo de infraestructura. Las tendencias recientes muestran el aumento de la cuota de mercado de los Supermercados y un creciente interés en la agricultura por contrato y en las actividades de comercialización colectiva.

La comercialización agrícola puede definirse como una serie de servicios involucrados en el traslado de un producto desde el punto de producción hasta el punto de consumo. Por consiguiente la comercialización agrícola comprende una

⁴²(Food and Agriculture Organization (Organización para la Alimentación y la Agricultura))

serie de actividades interconectadas que van desde la planificación de la producción, cultivo y cosecha embalaje, transporte, almacenamiento, elaboración de productos agrícolas y de alimentos, a la distribución y venta de los mismos.

Infraestructura de la Comercialización

Una infraestructura de mercado eficiente tal como mercados mayoristas, mercados minoristas y mercados de acopio e instalaciones de almacenamiento, es esencial para una comercialización rentable, para minimizar las pérdidas pos-cosecha y para reducir los riesgos contra la salud. Los mercados juegan un papel importante en los aspectos de desarrollo rural, generación de ingresos, seguridad alimentaria, desarrollo de enlaces en los mercados rurales y temas de género. Los planificadores necesitan saber cómo diseñar mercados que respondan a las necesidades sociales y económicas de la comunidad y cómo escoger un sitio adecuado para un nuevo mercado. En muchos casos se escogen emplazamientos inapropiados y como resultado se obtiene un uso insuficiente o incluso la no utilización de la infraestructura. Tampoco es suficiente construir un mercado sin más. Hay que considerar la gestión del mercado, y su operación y mantenimiento.⁴³

Cada punto de la comercialización es sin lugar a dudas un factor de gran relevancia en el dinamismo económico y social no solo en nuestro medio sino en el mundo. Pero en lo que respecta al comercio agrícola ecológico se puede observar un desarrollo notable que avanza a grandes pasos con miras de mantener el equilibrio de la naturaleza.

El cultivo y comercialización de alimentos orgánicos que se desarrolló con mayor énfasis después de observar los efectos negativos de la revolución verde, acaparo en parte los problemas causados por los químicos utilizados en los sembríos de aquella época.

En la actualidad, la desconfianza hacia los productos alterados es más notoria, al ser causantes de cientos de enfermedades y problemas ambientales. Por ello la elección de los consumidores es hacia lo sano y natural va en aumento y con ello también

⁴³Tracey-White, J. (2004.). *Planificación y diseño de mercados rurales*. Roma: FAO.

aumenta las posibilidades de mejores perspectivas de vida para estos consumidores.

En nuestro medio, esta comercialización va en aumento debido a las campañas de cuidado del medio ambiente por parte de los corrientes ecologistas induciendo una alza en la demanda que se espera sea cubierta en su totalidad con el incremento en el número de zonas dedicadas a la producción de alimentos agrícolas de tipo orgánico.

La agricultura Orgánica en el Ecuador

El uso de tecnologías de producción agrícola, pecuaria y forestal inadecuadas a las particularidades de los ecosistemas, vienen dando como resultado la destrucción de los recursos naturales y la contaminación del ambiente, envenenando literalmente al mundo donde ríos, mares, tierra y atmósfera soportan descargas tóxicas nocivas, cuyos límites están llegando a extremos críticos, para desembocar finalmente en aberrantes secuelas de orden social, psicológico, económico, político y ecológico, deteriorando de manera acelerada las relaciones del hombre con la naturaleza y con sus semejantes⁴⁴.

Por las razones antes mencionadas, en Ecuador se propone la implementación de agro-ecosistemas diversificados de producción, manejo ecológico de plagas (insectos, ácaros, nematodos, gasterópodos, patógenos y malezas de los cultivos), reciclaje de materiales orgánicos y fijación natural de nitrógeno, como planteamientos más destacados. El primero busca un uso más eficiente de los recursos disponibles a nivel local, mientras que los restantes pretenden reducir la utilización de pesticidas y fertilizantes químico-sintéticos respectivamente. Todos ellos comparten en común el estar fundamentados en el manejo de las características biológicas de los cultivos y de sus sistemas ecológicos circundantes.

El tipo de Agricultura Alternativa al que nos estamos refiriendo, comienza a tomar cuerpo en todo el mundo, bajo diferentes denominaciones: Agroecología, Agricultura Ecológicamente Apropriada, Agricultura Orgánica (América Latina y Los Estados Unidos de Norteamérica), Ecológica o Biológica (Comunidad Europea y Asia); siempre con el común denominador de tratar a la naturaleza con el respeto que se

⁴⁴Suquilanda Valdivieso, M. B. *Agricultura Orgánica y Manejo Sostenible*.

merece, porque la reconciliación del hombre con ella, no solo es deseable, sino que se ha convertido en una necesidad.

Apoyo a los grupos étnicos y a los pequeños agricultores

Los comerciantes conscientes en el ámbito de la agricultura ecológica deberían dar prioridad, entre los grupos étnicos y los pequeños agricultores, a los agricultores que más respeten las reglas ecológicas en su trabajo, siempre que ofrezcan productos que se puedan vender.

Como hemos comprobado, son ellos los que mejor protegen la diversidad genética y conservan los conocimientos tradicionales sobre las interrelaciones ecológicas. Esto también contribuye a garantizar la flexibilidad y la estabilidad en la producción ecológica. Por otro lado, justamente estos grupos de agricultores no tienen suficiente capacidad para competir en el mercado con los grandes agricultores bien organizados. Así, ayudar a este grupo de pequeños agricultores al preferir conscientemente sus productos, será una aportación importante en favor del comercio ligado a la agricultura ecológica⁴⁵.

⁴⁵Bernd, A. (1994). *Comercio Justo y Agricultura Ecológica* pag.8. España.

5.2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto el cual se lo ha venido estudiando y analizando con diferentes técnicas de investigación consiste en la Implementación de un Centro de Acopio donde se comercialicen una gran variedad de Alimentos Agrícolas de tipo Orgánicos con la finalidad de promover una alimentación sana y saludable en los habitantes del Cantón Milagro, ofreciendo productos de calidad que mejoraran notablemente el rendimiento físico y mental en las personas y por ende sus niveles productivos.

En la actualidad los habitantes del Cantón Milagro analizan las posibilidades de establecer en sus vidas mejores hábitos que los oriente a tener una condición más saludable, pero dentro de este aspecto en el ámbito consumo, los supermercados, comisariatos y pequeños negocios continúan ofertando alimentos tradicionales que por minimizar costos suelen ser aquellos cultivados con productos inorgánicos situando a los ciudadanos, al consumo de estos alimentos, provocando un pésimo desarrollo en sus metabolismos, afectando la salud y sus capacidades productivas.

Es por ello que para contrarrestar esta problemática nace la idea y necesidad de comercializar alimentos orgánicos, sanos y nutritivos para la población existente mejorando de esta manera su calidad de vida tanto en el ámbito Salud como en el ámbito Económico.

Concluyendo, estudios realizados han demostrado que en las últimas décadas aparece un consumidor que exige cada día mayor calidad en los alimentos que compra, que se preocupa no sólo por su salud sino que también comienza a apoyar nuevas tendencias de la agricultura, por ende la comercialización de los alimentos orgánicos se da principalmente con el fin de satisfacer esta actual necesidad, nutriendo con dichos alimentos, el organismo humano protegiendo la salud de los consumidores y el equilibrio del medio ambiente.

Además se puede establecer que las sociedades en la actualidad buscan las mejores maneras de llevar una vida saludable por lo que tienden a buscar y consumir productos de calidad independientemente de su valor, analizando estas circunstancias la viabilidad del proyecto en cuestión tiene grandes perspectivas de crecer en un mercado que siempre va a ser necesario como es el de la alimentación.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. Objetivo General de la Propuesta

Renovar los hábitos alimenticios de los ciudadanos del Cantón Milagro posicionando en el mercado productos altamente nutritivos como lo son los alimentos orgánicos a través de la implementación de un Centro de Acopio donde se comercialicen dichos productos con la finalidad de mejorar la salud de la comunidad en general.

5.3.2. Objetivos Específicos de la Propuesta

- Estudiar y analizar la zona estratégica donde se va a posicionar el Centro de Acopio.
- Analizar los factores legales que se necesitan para la ejecución del proyecto tomando en consideración los trámites y registros para la implementación del mismo y los factores ambientales relacionados al tema.
- Satisfacer plenamente la demanda de los consumidores de productos orgánicos.
- Definir un procedimiento estratégico para el establecimiento y abastecimiento del local con miras a obtener cierta ventaja dentro del mercado de alimentos.
- Definir las estrategias a utilizar para buscar acaparar la mayor cantidad de clientes.
- Establecer contratos con agricultores dedicados a la producción orgánica para que no se generen cuellos de botella en nuestros recursos disponibles de ventas.
- Desarrollar foros y programas sobre temas orgánicos para agricultores con miras a direccionarlos a la producción orgánica para garantizar la salud de los consumidores.

5.5. FACTIBILIDAD

Nombre de la Empresa: Valle Natural

Razón Social: Valle Natural

Slogan: Cuida tu Salud - Cuida tu Nutrición

Logotipo:



Figura 2. Logotipo de la empresa

Misión:

Somos una Empresa con un alto respeto y afecto por la naturaleza, dedicada a la comercialización al por mayor y menor de alimentos agrícolas de tipo orgánicos. Con un personal altamente calificado y responsable en las distintas tareas a realizar y que se preocupa primordialmente porque los clientes lleven alimentos de primera calidad a la mesa de sus hogares.

Visión:

Ser una Empresa líder en comercializar alimentos orgánicos de primera calidad, mejorando el consumo y la nutrición de los ciudadanos, respetando y preservando el medio ambiente, reconocida a nivel local y regional por el compromiso que se tiene con los clientes y la naturaleza.

Valores:

Integridad: Somos una Empresa comprometida en el cumplimiento responsable de nuestra misión.

Calidad: En cada uno de los productos ofertados.

Servicio: Damos lo mejor de nosotros mismos para proporcionar una excelente atención a cada uno de nuestros clientes.

Trabajo en Equipo: En unión y colaboración con el talento humano responsable de nuestra empresa buscamos alcanzar los objetivos planteados.

Productividad: Administrar todos los recursos de manera óptima para alcanzar los mejores resultados para la empresa.

Compromiso: Preocuparse porque el cliente lleve productos de calidad para mejorar su salud y mejorar la sustentabilidad del medio ambiente innovando el consumo orgánico.

Estructura Organizacional:

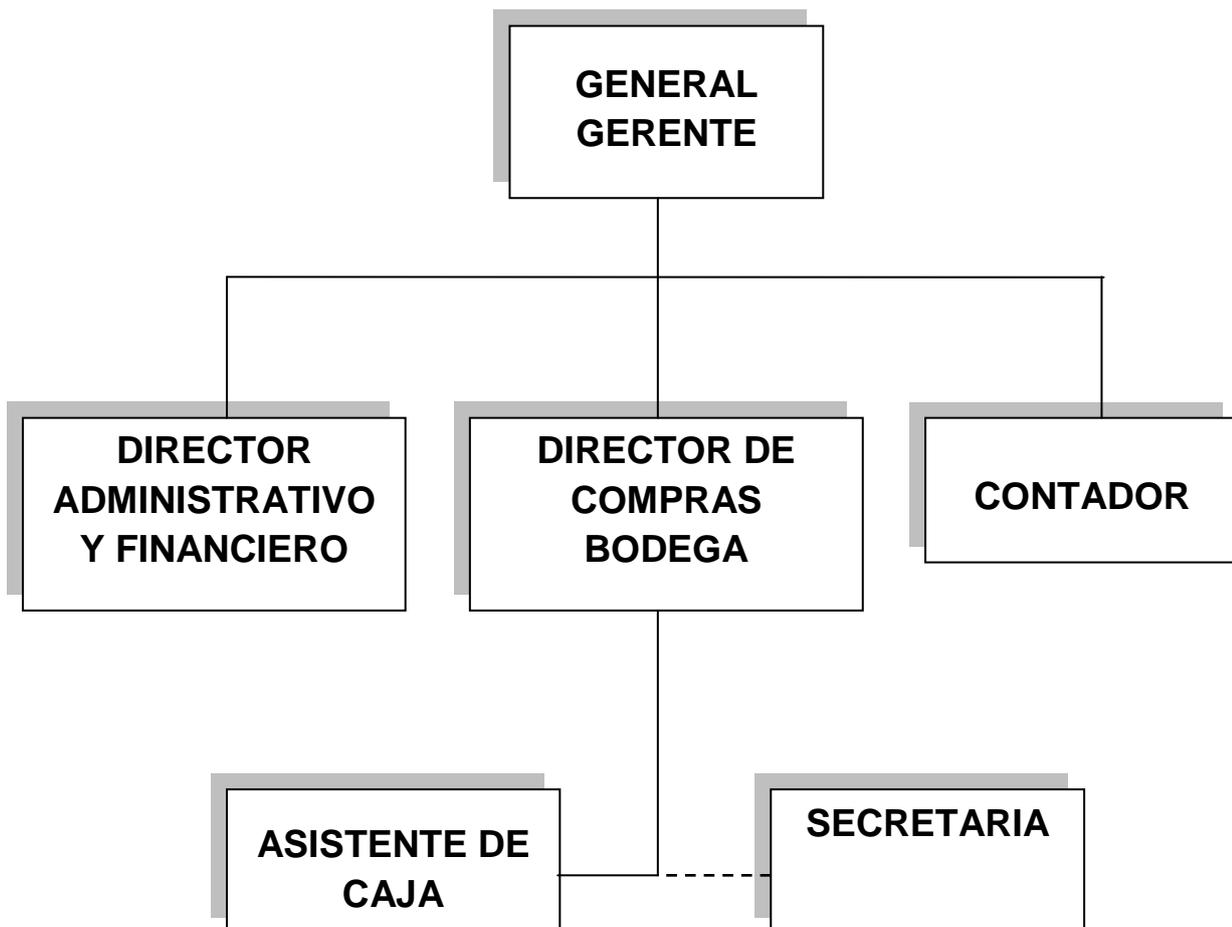


Figura 3. Organigrama estructural de la empresa

Manual de Funciones de los Principales Cargos

| | | |
|---|------------------------------|-----------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES | Registro N°: __ |
| | DESCRIPCIÓN DEL CARGO | Fecha: _____ |

DATOS DE IDENTIFICACION

Denominación del Cargo: Gerente General

Área: Departamento de Gerencia General

Supervisa: Depto. de Compras, Depto. de Administración y Finanzas, Secretaria

NATURALEZA DEL TRABAJO

Es responsable por la planificación, dirección, evaluación y control de los sistemas y procesos administrativos y de recursos humanos, alineándolos operativamente hacia el logro de los objetivos de la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Planificar, dirigir, ejecutar y controlar la organización de la empresa.
- Plantear y definir políticas, normas y procedimientos encaminados a mejorar la estructura y gestión empresarial.
- Dirigir el proceso de selección del personal, de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Resolver de manera oportuna los problemas cuando se presenten.
- Preparar tareas y objetivos individuales para cada departamento.
- Liderar con autoridad e inteligencia la empresa.

REQUISITOS MINIMOS

- Título Universitario con afinidad a carreras administrativas.
- Educación formal y/o capacitación en Administración de Empresas con mención en recursos humanos.
- Tres años de experiencia en posiciones similares.
- Alto nivel de compromiso social con la Empresa.



MANUAL DE FUNCIONES

Registro N°: __

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Fecha: _____

DATOS DE IDENTIFICACION

Denominación del Cargo: Secretaria General

Área: Asistente de Gerencia

Supervisa: Ninguno

Reporta: Gerente General

NATURALEZA DEL TRABAJO

Ejercer el control y gestión del área administrativa y de la salud de la empresa, para cumplir con los objetivos planteados, optimizando las tareas establecidas y ayudando en todo momento a ejecutar las tareas del gerente general.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Comunicación constante con los sectoristas de los distintos bancos para el seguimiento de Cartas Fianzas, Pagarés, Líneas de Crédito, Sobregiros.
- Responsable del recepcionar, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia.
- Mantenimiento de archivos de contratos suscritos por la empresa con terceros.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos de la empresa.
- Mantener actualizados archivos físicos y en base de datos, sobre las facturas generadas y facturas anuladas, clasificándolas ordenadamente por tipo de transacción y número correlativo.

REQUISITOS MINIMOS

- Título Universitario con afinidad al cargo.
- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva, y organizada.
- Dos años de experiencia en posiciones similares.
- Alto nivel de compromiso social con la Empresa.

| | | |
|--|------------------------------|-----------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES | Registro N°: __ |
| | DESCRIPCIÓN DEL CARGO | Fecha: _____ |
| <p>DATOS DE IDENTIFICACION</p> <p>Denominación del Cargo: Director de Administrativo y Financiero</p> <p>Área: Departamento de Administración y Finanzas</p> <p>Supervisa: Caja, Bodega y Asistente Contable</p> <p>Reporta: Gerente General</p> <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>El Director administrativo financiero tiene varias áreas de trabajo a su cargo, en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización.</p> <p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis de los aspectos financieros de todas las decisiones. ➤ Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos). ➤ Análisis de las cuentas específicas e individuales del balance general con el objeto de obtener información valiosa de la posición financiera de la empresa. ➤ Análisis de las cuentas individuales del estado de resultados: ingresos y costos. ➤ Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma. <p>REQUISITOS MINIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título Universitario en Economía o CPA ➤ Cursos o mención en Liderazgo y trabajo en equipo. ➤ Facilidad de expresión verbal. ➤ Tres años de experiencia en posiciones similares. ➤ Alto nivel de Ética y Moral. | | |

| | | |
|---|------------------------------|-----------------|
|  | <h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1> | Registro N°: __ |
| <h2>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</h2> | | Fecha: _____ |
| <p>DATOS DE IDENTIFICACION</p> <p>Denominación del Cargo: Director de Compras y Ventas</p> <p>Área: Departamento de Compras</p> <p>Supervisa: Ninguno</p> <p>Reporta: Gerente General</p> <p>NATURALEZA DEL TRABAJO</p> <p>Programar, coordinar, ejecutar y controlar la adquisición de materiales y productos que necesita la empresa para su funcionamiento velando por que dichas adquisiciones se redicen en el momento justo, en las cantidades necesarias, con la calidad adecuada y al precio más conveniente.</p> <p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encargarse de la adquisición, manejo, almacenamiento, stock y seguridad de los insumos. ➤ Buscar, seleccionar y mantener proveedores competentes. ➤ Proponer e implementar procedimientos para la realización de compras. ➤ Mantener actualizado el registro de proveedores y las condiciones de venta de cada uno. ➤ Generar y controlar el presupuesto designado a su área. ➤ Mantener a gerencia comunicada acerca de las variaciones en los precios de los insumos y productos. <p>REQUISITOS MINIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título Universitario en Ingeniería comercial ➤ Facilidad de expresión verbal. ➤ Dos años de experiencia en posiciones similares. ➤ Habilidad para tomar decisiones de la naturaleza de su cargo. | | |



MANUAL DE FUNCIONES

Registro N°: __

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Fecha: _____

DATOS DE IDENTIFICACION

Denominación del Cargo: Asistente de caja

Área: Departamento de Administración y Finanzas

Supervisa: Ninguno

Reporta: Director de Compras y Bodega

NATURALEZA DEL TRABAJO

Se encarga de efectuar actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques y tarjetas de crédito, a fin de lograr la recaudación de ingresos para la empresa, brindando a su vez una excelente atención al cliente.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Recibir los pagos de los clientes en efectivo, depósitos bancarios y tarjetas de crédito.
- Hacer conocer a nuestros clientes nuestros productos y promociones que existen en nuestra Empresa.
- Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.
- Observa que los montos de los recibos de ingreso por caja y depósitos bancarios coincidan.

REQUISITOS MINIMOS

- Egresado en CPA.
- Mínimo 6 meses de experiencia en posiciones similares.
- Conocimiento de transacciones contables.
- Capacitación adicional: Cursos de Atención al Cliente.

ANÁLISIS FODA:

Cuadro 16.Análisis FODA

| | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|-------------------------|--|---|
| ANÁLISIS INTERNO | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Variedad de alimentos orgánicos (Proveedores de Costa y Sierra). ➤ Accesibilidad de compra de alimentos orgánicos. ➤ Conocimiento del producto y del mercado. ➤ Buenas relaciones con los proveedores. ➤ Calidad del producto. ➤ Responsabilidad con el Cliente. ➤ Mejora de la Cultura Ecológica. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Infraestructura del Local. ➤ Presupuesto insuficiente para la adquisición de nuevos activos. ➤ Nivel de precios de los productos. ➤ Integración de los procesos productivos. ➤ Bajo nivel de Ventas |
| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| ANÁLISIS EXTERNO | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Demanda creciente de alimentos orgánicos. ➤ Insuficiente abastecimiento de alimentos orgánicos en el mercado. ➤ Aprovechar el interés que tienen las personas en salud. ➤ Orientación de los consumidores hacia lo natural. ➤ Los productos pueden ser consumidos por personas de cualquier edad. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumento de producción de las otras empresas competidoras. ➤ Ingreso de nuevos competidores de alimentos orgánicos. ➤ Fidelidad de los consumidores hacia otras empresas. ➤ Escaso nivel de cultura ecológica. ➤ Precios de los alimentos tradicionales. |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 17.Áreas de Iniciativa estratégica Ofensiva

| Áreas de Iniciativa Estratégica Ofensiva | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|--|-------|
| <p>Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0</p> | O P O R T U N I D A D E S | Demanda creciente de alimentos orgánicos. | Insuficiente abastecimiento de alimentos orgánicos en el mercado. | Aprovechar el interés que tienen las personas en salud. | Orientación de los consumidores hacia lo natural. | Campañas e incentivos ecológicos del cuidado del medio ambiente. | TOTAL |
| | FORTALEZAS | | | | | | |
| Variedad de alimentos orgánicos. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 45 |
| Accesibilidad de compra de alimentos orgánicos. | | 3 | 3 | 9 | 9 | 9 | 33 |
| Conocimiento del producto y del mercado. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 45 |
| Buenas relaciones con los proveedores. | | 9 | 9 | 3 | 9 | 9 | 39 |
| Calidad del producto. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 45 |
| Responsabilidad con el Cliente. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 3 | 39 |
| Mejora de la Cultura Ecológica. | | 9 | 1 | 9 | 9 | 3 | 31 |
| TOTAL | | 57 | 49 | 57 | 63 | 51 | |

FOCO DE LAS ACCIONES OFENSIVAS

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 18. Áreas de Iniciativa estratégica defensiva

| Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|------------------------------------|---------------------------|--------------|
| <p>Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0</p> | A M E N A Z A S | Aumento de producción de las otras empresas competidoras. | Ingreso de nuevos competidores de alimentos orgánicos. | Fidelidad de los consumidores hacia otras empresas. | Escaso nivel de cultura ecológica. | Costos de transportación. | |
| | | | | | | | TOTAL |
| DEBILIDADES | | | | | | | |
| Infraestructura del Local. | | 9 | 9 | 1 | 3 | 0 | 22 |
| Presupuesto insuficiente para la adquisición de nuevos activos. | | 9 | 9 | 9 | 3 | 3 | 33 |
| Nivel de precios de los productos. | | 9 | 9 | 9 | 3 | 3 | 33 |
| Integración de los procesos productivos. | | 9 | 9 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| Bajo nivel de Ventas | | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 45 |
| TOTAL | | 45 | 45 | 31 | 21 | 18 | |

FOCO DE LAS ACCIONES DEFENSIVAS

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 19. Estrategias FO-FA-DO-DA

| | | |
|---|---|--|
| <p>Estrategias FO-FA-DO-DA</p> | <p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda creciente de alimentos orgánicos. 2. Insuficiente abastecimiento de alimentos orgánicos en el mercado. 3. Aprovechar el interés que tienen las personas en salud. 4. Orientación de los consumidores hacia lo natural. 5. Campañas e incentivos ecológicos del cuidado del medio ambiente. | <p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de producción de las otras empresas competidoras. 2. Ingreso de nuevos competidores de alimentos orgánicos. 3. Fidelidad de los consumidores hacia otras empresas. 4. Escaso nivel de cultura ecológica 5. Costos de transportación. |
| <p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variedad de alimentos orgánicos. 2. Accesibilidad de compra de alimentos orgánicos. 3. Conocimiento del producto y del mercado. 4. Buenas relaciones con los proveedores. 5. Calidad del producto. 6. Responsabilidad con el Cliente. 7. Mejora de la Cultura Ecológica. | <p>FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acaparar la mayor cantidad de clientes posibles promoviendo el consumo de los alimentos a comercializar dentro de nuestro mercado meta y mercado objetivo. 2. Fomentar publicidad sobre buenas prácticas alimenticias con la finalidad de maximizar el conocimiento de los productos ofertados. | <p>FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiar y analizar la situación de las empresas competidoras y optimizar el servicio ofrecido por nuestra empresa. 2. Realizar contratos fijos con los proveedores estableciendo precios convenientes para la empresa. 3. Mejorar e innovar las campañas publicitarias sobre productos de calidad para atraer la atención de los clientes de nuestra competencia. |
| <p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura del Local. 2. Presupuesto insuficiente para la adquisición de nuevos activos. 3. Nivel de precios de los productos. 4. Integración de los procesos productivos. 5. Bajo nivel de Ventas | <p>DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar el centro de acopio con la finalidad de establecerlo como único dentro del cantón en ofertar productos naturales y sin alteración. 2. Minimizar los costos para declinar los precios de los productos de nuestra empresa, haciendo de esta competitiva en el mercado. 3. Participar de campañas ecológicas e impulsar los conocimientos adquiridos con nuestros clientes de manera que éste se sienta motivado para seguir adquiriendo estos alimentos. | <p>DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer contratos fijos y serios con los proveedores para minimizar al máximo los posibles cuellos de botella que suelen generarse por la falta de producción en inventario. 2. Hacer un listado de proveedores estableciendo costos, calidad del producto y accesibilidad de compra. 3. Impulsar el desarrollo ecológico iniciando desde cada uno de nuestros empleados hasta cada uno de nuestros clientes. |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Fuerzas de Porter

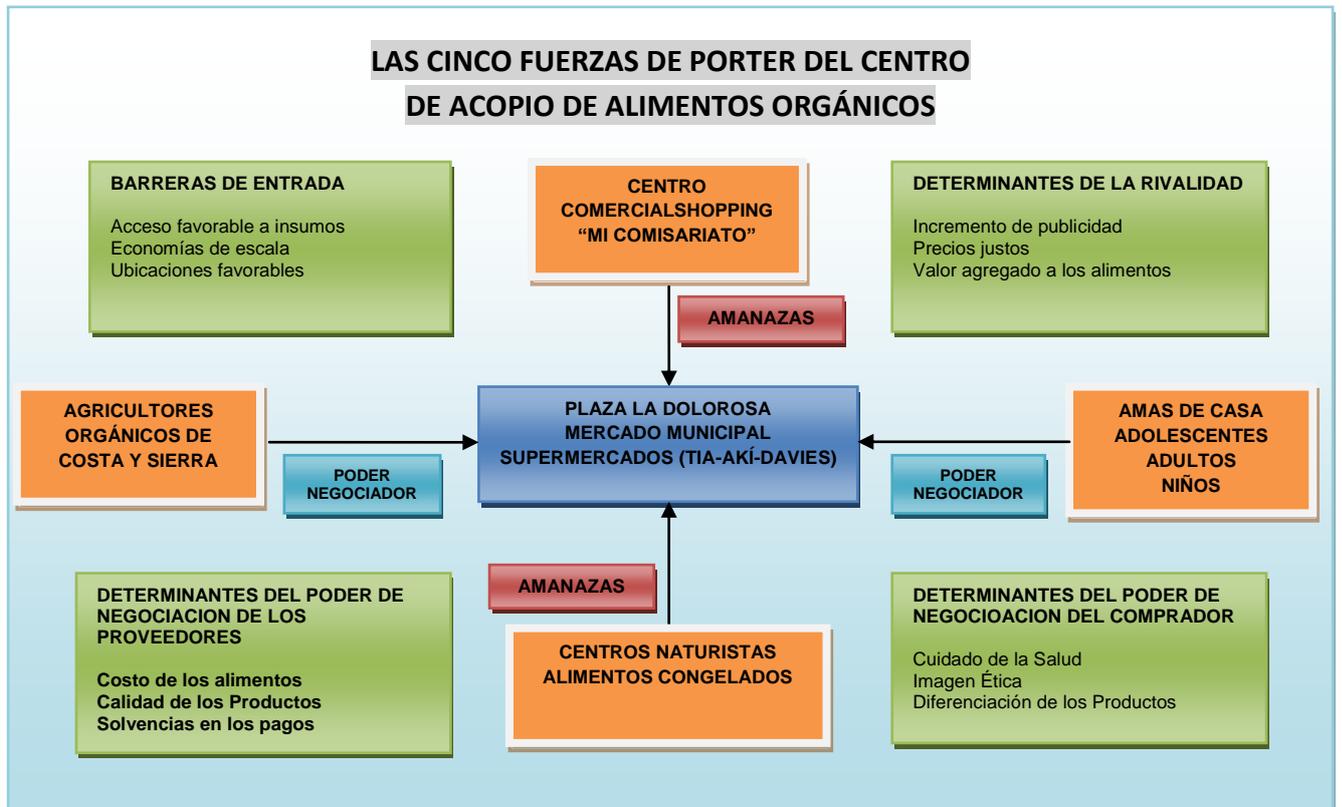


Figura 4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

FACTIBILIDAD LEGAL

LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

- 2.** Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
- 3.** Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
- 4.** Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
- 5.** Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
- 6.** Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- 7.** Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
- 8.** Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
- 9.** Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
- 10.** Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
- 11.** Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
- 12.** Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

CAPITULO V

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 19.- Indicación del Precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal.

Art. 20.- Defectos y Vicios Ocultos.- El consumidor podrá optar por la rescisión del contrato, la reposición del bien o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan inadecuada o disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad del uso al que habitualmente se le destine, que, de haberlos conocido el consumidor, no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

Art. 21.- Facturas.- El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento para un local comercial (por primera vez)

- Solicitud dirigida al Alcalde.
- Copia de Cedula de Ciudadanía y certificado de votación.
- Pago de tasa de servicios técnicos.
- RUC.
- Contrato de Arriendo (en caso de que el local comercial este siendo arrendado).
- Tasa del Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de Salud.

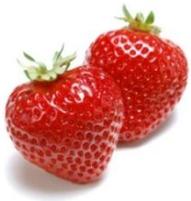
5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1. ACTIVIDADES

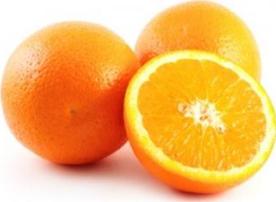
PRECIO-PRODUCTO-PLAZA-PROMOCION

Principales Productos a comercializar con sus respectivos precios

Figura 14: Productos a Comercializar

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| Lechuga | Tomate Lbs. | Papa Lbs. |
| Precio: \$ 1.00 | Precio: \$ 0.90 | Precio: \$ 0.80 |
|  |  |  |
| Zanahoria Lbs. | Melón | Yuca |
| Precio: \$ 0.80 | Precio: \$ 2.00 | Precio: \$ 1.20 |
|  |  |  |
| Fresa Lbs. | Uva Lbs. | Pera |
| Precio: \$ 1.50 | Precio: \$ 2.00 | Precio: \$ 0.50 |

| |
|---|
|  |
| Apio |
| Precio: \$ 0.50 |

| |
|---|
|  |
| Naranja |
| Precio: \$ 0.25 |

| |
|---|
|  |
| Mandarina |
| Precio: \$ 0.25 |

| |
|---|
|  |
| Lenteja Lbs. |
| Precio: \$ 1.20 |

| |
|---|
|  |
| Arveja Lbs. |
| Precio: \$ 1.20 |

| |
|---|
|  |
| Banana |
| Precio: \$ 0.15 |

| |
|---|
|  |
| Coliflor |
| Precio: \$ 0.75 |

| |
|---|
|  |
| Cereza Lbs. |
| Precio: \$ 1.50 |

| |
|---|
|  |
| Reina Claudia |
| Precio: \$ 0.40 |

| |
|---|
|  |
| Pepino |
| Precio: \$ 0.50 |

| |
|---|
|  |
| Mellico |
| Precio: \$ 0.40 |

| |
|---|
|  |
| Piña |
| Precio: \$ 1.00 |



Galletas Belvita

Precio: \$ 0.45



Cereal All-Bran

Precio: \$ 3.50



Cereales Trix

Precio: \$ 2.50



Cereales Fitness

Precio: \$ 2.50



Club Social Integral

Precio: \$ 0.35



Jugos Pulp

Precio: \$ 1.00



Jugos del Valle

Precio: \$ 0.35



Jugos Tropicana

Precio: \$ 1.10



Galletas Quaquer

Precio: \$ 0.35



Jugos Deli

Precio: \$ 0.60



Granola Crocante

Precio: \$ 0.50



Cereal La Lechera

Precio: \$ 2.50

Plaza

Como ya se lo estableció la momento de definir la ubicación, Valle Natural se encontrara ubicada cerca del terminal del Cantón Milagro por ser un lugar de gran acogida comercial por lo cual se lo considera como estratégico.

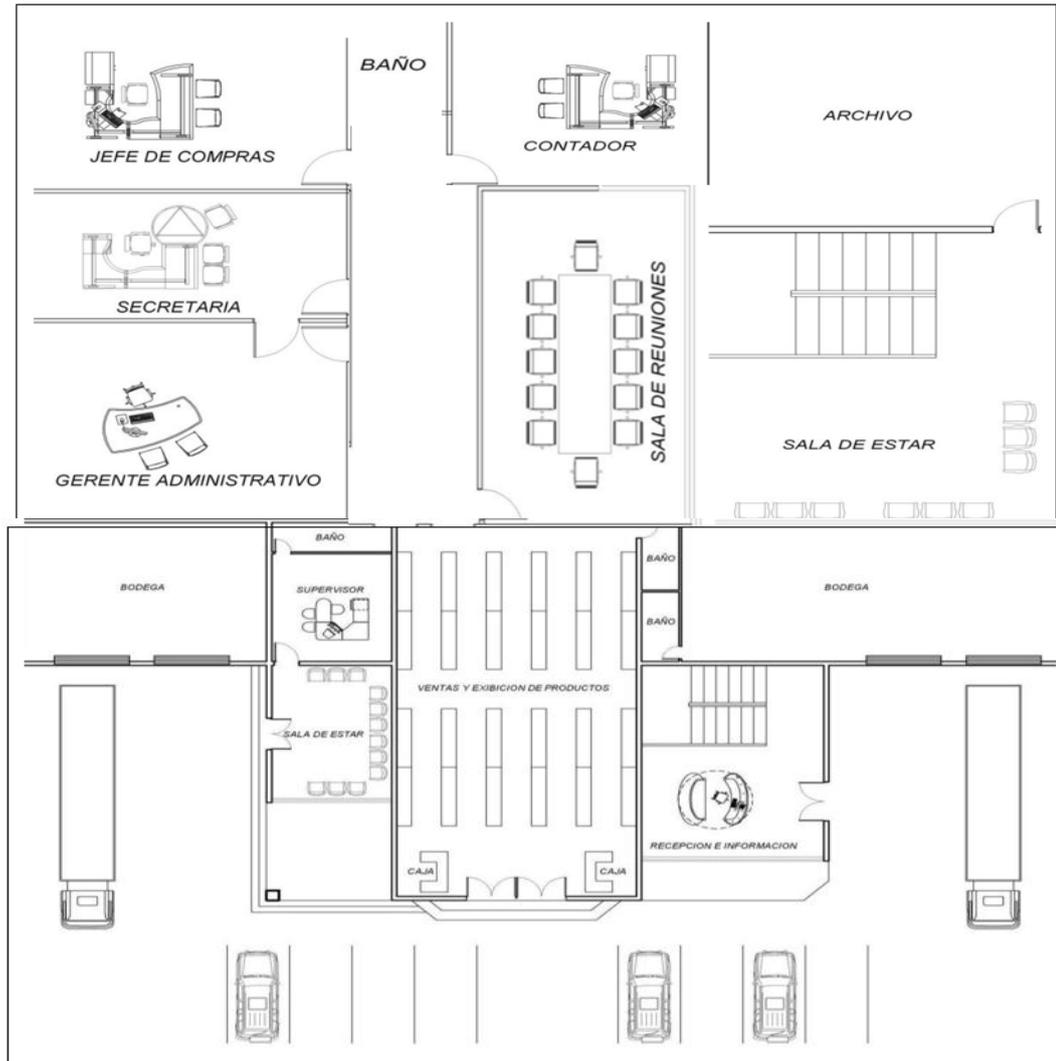


Figura 5. Croquis de Valle Natural CIA. LTDA.

Promoción

En la búsqueda de darnos a conocer como empresa comercializadora de alimentos agrícolas orgánicos se precederá a utilizar los diferentes medios existentes para llegar a la mente de quienes serán nuestros consumidores.

Entre los principales medios de difusión tenemos:

- La Prensa Escrita.
- Radio
- Hojas Volantes

La Prensa Escrita: Para Publicitar el Centro de acopio, como primera fuente de publicidad se tomara en consideración el periódico local **Prensa La Verdad** por ser el de mayor consumo y por ende el más leído en nuestro medio.

Radio: La radio es el medio de comunicación más activo y por eso publicitar a través de este medio mejoraría notablemente la imagen de la empresa. Por ello se buscara la manera de entablar conversaciones con dueños de radios locales (La voz de Milagro, Mega Vega) Y radios nacionales, con lo que se espera acaparar mayor cantidad de clientela.

Hojas Volantes: Las hojas volantes son la fuente más directa de vinculación con la clientela, por ende estas tienen que ser agradables y llamativas con la información necesaria de los productos a ofertar.



Figura 6. Hoja Volante de VALLE NATURAL Cía. Ltda.

5.7.2. RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro 20. Activos fijos

| Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cía. Ltda. | | | |
|---|----------------------------------|-------------|---------------------|
| ACTIVOS FIJOS | | | |
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | C. UNITARIO | C. TOTAL |
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| 1 | ARCHIVADOR | 75,00 | \$ 75,00 |
| 3 | ESCRITORIO | 200,00 | \$ 600,00 |
| 3 | SILLA DE OFICINA | 60,00 | \$ 180,00 |
| 1 | ANAQUELES DE OFICINA | 150,00 | \$ 150,00 |
| 1 | MESA | 150,00 | \$ 150,00 |
| 1 | MODULAR | 140,00 | \$ 140,00 |
| TOTAL MUEBLES Y ENSERES | | | \$ 1.295,00 |
| EQUIPOS DE OFICINA | | | |
| 2 | TELEFONO | 40,00 | \$ 80,00 |
| 1 | CALCULADORA/SUMADORA | 45,00 | \$ 45,00 |
| TOTAL EQUIPOS DE OFICINA | | | \$ 125,00 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | | |
| 3 | COMPUTADORA | 450,00 | \$ 1.350,00 |
| 1 | IMPRESORA | 350,00 | \$ 350,00 |
| TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | | \$ 1.700,00 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | |
| 5 | SISTEMA MODULAR METALICO | 450,00 | \$ 2.250,00 |
| 5 | GONDOLA PARA FRUTAS Y VERDURAS | 800,00 | \$ 4.000,00 |
| 6 | EXHIBIDOR DE ALIMENTOS DE MADERA | 650,00 | \$ 3.900,00 |
| 2 | CONGELADOR PANORAMICO INDURAMA | 650,00 | \$ 1.300,00 |
| 1 | CAJA REGISTRADORA | 250,00 | \$ 250,00 |
| 4 | ACONDICIONADORES DE AIRE 24 BTU | 600,00 | \$ 2.400,00 |
| TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | \$ 14.100,00 |
| TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS | | | \$ 17.220,00 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Pilozo

| | |
|--------------------|----|
| VARIACION INGRESOS | 5% |
| VARIACION GASTOS | 5% |

Cuadro 21. Depreciación activo fijo

| DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS | | | | |
|-----------------------------------|------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR DE ACTIVO | PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN MENSUAL | DEPRECIACIÓN ANUAL |
| MUEBLES Y ENSERES | 1.295,00 | 10% | 10,79 | 129,50 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 1.700,00 | 33% | 46,75 | 561,00 |
| EQUIPO DE OFICINA | 125,00 | 10% | 1,04 | 12,50 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 14.100,00 | 10% | 117,50 | 1.410,00 |
| MERCADERIA | - | 0% | - | - |
| TOTAL | 17.220,00 | | 176,08 | 2.113,00 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Pilozo

FINANCIAMIENTO

Cuadro 22. Inversión

| INVERSIÓN DEL PROYECTO | |
|------------------------------|------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | 1.295,00 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 1.700,00 |
| EQUIPO DE OFICINA | 125,00 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 14.100,00 |
| MERCADERIA | 6.379,88 |
| CAJA - BANCO | 1.500,00 |
| ADECUACION DE LOCAL | 3.000,00 |
| TOTAL DE LA INVERSIÓN | 28.099,88 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 23. Financiamiento

| FINANCIACIÓN DEL PROYECTO | | |
|---------------------------|-----|------------------|
| INVERSIÓN TOTAL | | 28.099,88 |
| Financiado | 60% | 16.859,93 |
| Aporte Propio | 40% | 11.239,95 |
| TOTAL | | 28.099,88 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 24.Tasa anual de interés

| TASA | | |
|-----------------------------|--------|---------------------|
| TASA ANUAL INTERES PRÉSTAMO | 14,00% | 0,14 0,14 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

| PRÉSTAMO BANCARIO | | |
|-------------------|-----------|----------|
| Préstamo Bancario | 16.859,93 | 2.360,39 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Nota: La tasa anual de interés para el crédito comercial, está definida en base a los requerimientos impuestos por el Banco del Fomento para las actividades de comercialización, en donde el margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,33 puntos sobre la tasa activa efectiva referencial productivo pymes del banco central del Ecuador.

Cuadro 26. Tablas de amortización

| FINANCIAMIENTO | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| TABLA DE AMORTIZACIÓN PRIMER PERIODO | | | | |
| PERIÓDO | CAPITAL | INTERÉS | PAGO | SALDO |
| - | | | | 16.859,93 |
| ENERO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 16.578,93 |
| FEBRERO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 16.297,93 |
| MARZO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 16.016,93 |
| ABRIL | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 15.735,93 |
| MAYO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 15.454,93 |
| JUNIO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 15.173,93 |
| JULIO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 14.892,93 |
| AGOSTO | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 14.611,94 |
| SEPTIEMBRE | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 14.330,94 |
| OCTUBRE | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 14.049,94 |
| NOVIEMBRE | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 13.768,94 |
| DICIEMBRE | 281,00 | 196,70 | 477,70 | 13.487,94 |
| | | | | |
| | | | | |
| | 3.371,99 | 2.360,39 | 5.732,37 | |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

| FINANCIAMIENTO | | | | |
|-----------------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL | | | | |
| PERIODO | CAPITAL | INTERÉS | PAGO | SALDO |
| - | | | | 16.859,93 |
| 1 | 3.371,99 | 2.360,39 | 5.732,37 | 13.487,94 |
| 2 | 3.371,99 | 1.888,31 | 5.260,30 | 10.115,96 |
| 3 | 3.371,99 | 1.416,23 | 4.788,22 | 6.743,97 |
| 4 | 3.371,99 | 944,16 | 4.316,14 | 3.371,99 |
| 5 | 3.371,99 | 472,08 | 3.844,06 | - |
| | | | | |
| | 16.859,93 | 7.081,17 | 23.941,09 | |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

GASTOS

Cuadro 27. Detalles de gastos

| Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cía. Ltda. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----------|
| DETALLE DE GASTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | |
| 1 GERENTE GENERAL | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 5.400,00 | 5.670,00 | 5.953,50 | 6.251,18 | 6.563,73 |
| 1 DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 5.400,00 | 5.670,00 | 5.953,50 | 6.251,18 | 6.563,73 |
| 1 DIRECTOR DE COMPRAS Y BODEGA | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 5.400,00 | 5.670,00 | 5.953,50 | 6.251,18 | 6.563,73 |
| 1 SECRETARIA | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 3.840,00 | 4.032,00 | 4.233,60 | 4.445,28 | 4.667,54 |
| 1 CONTADOR | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 3.840,00 | 4.032,00 | 4.233,60 | 4.445,28 | 4.667,54 |
| 1 ASISTENTE DE CAJA | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 320,00 | 3.840,00 | 4.032,00 | 4.233,60 | 4.445,28 | 4.667,54 |
| APORTE PATRONAL | | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 185,65 | 2.042,15 | 2.144,26 | 2.251,47 | 2.364,04 | 2.482,25 | |
| DÉCIMO CUARTO | | | | 1.908,00 | | | | | | | | | 1.908,00 | 2.003,40 | 2.103,57 | 2.208,75 | 2.319,19 | |
| DÉCIMO TERCERO | | | | | | | | | | | | 2.310,00 | 2.310,00 | 2.425,50 | 2.546,78 | 2.674,11 | 2.807,82 | |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 2.310,00 | 2.495,65 | 2.495,65 | 4.403,65 | 2.495,65 | 4.805,65 | 33.980,15 | 35.679,16 | 37.463,12 | 39.336,27 | 41.303,08 | |
| GASTOS DE GENERALES | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | |
| AGUA | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 300,00 | 315,00 | 330,75 | 347,29 | 364,65 | |
| ENERGÍA ELECTRICA | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 480,00 | 504,00 | 529,20 | 555,66 | 583,44 | |
| TELÉFONO | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 240,00 | 252,00 | 264,60 | 277,83 | 291,72 | |
| SERVICIOS DE INTERNET | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 360,00 | 378,00 | 396,90 | 416,75 | 437,58 | |
| MANTENIMIENTO DEL LOCAL | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 480,00 | 504,00 | 529,20 | 555,66 | 583,44 | |
| ALQUILER | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 4.800,00 | 5.040,00 | 5.292,00 | 5.556,60 | 5.834,43 | |
| TRASPORTE DE PRODUCTOS | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 1.800,00 | 1.890,00 | 1.984,50 | 2.083,73 | 2.187,91 | |
| ÚTILES DE OFICINA (PAPELERIA) | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 360,00 | 378,00 | 396,90 | 416,75 | 437,58 | |
| DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 10,79 | 129,50 | 129,50 | 129,50 | 129,50 | 129,50 | |
| DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACION | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 46,75 | 561,00 | 561,00 | 561,00 | - | - | |
| DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 1,04 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | 12,50 | |
| DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 117,50 | 1.410,00 | 1.410,00 | 1.410,00 | 1.410,00 | 1.410,00 | |
| TOTAL GASTOS GENERALES | 911,08 | 10.933,00 | 11.374,00 | 11.837,05 | 11.762,25 | 12.272,77 | |
| GASTO DE VENTAS | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | |
| PUBLICIDAD | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 720,00 | 756,00 | 793,80 | 833,49 | 875,16 | |
| PERIÓDICO | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 480,00 | 504,00 | 529,20 | 555,66 | 583,44 | |
| TOTAL GASTOS DE VENTAS | 100,00 | 1.200,00 | 1.260,00 | 1.323,00 | 1.389,15 | 1.458,61 | |
| TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS | 3.321,08 | 3.506,73 | 3.506,73 | 5.414,73 | 3.506,73 | 5.816,73 | 46.113,15 | 48.313,16 | 50.623,17 | 52.487,67 | 55.034,46 | |
| GASTOS PARA EL FLUJO CAJA | 3.145,00 | 3.330,65 | 3.330,65 | 5.238,65 | 3.330,65 | 3.330,65 | 3.330,65 | 3.330,65 | 3.330,65 | 3.330,65 | 3.330,65 | 5.640,65 | 44.000,15 | 46.200,16 | 48.510,17 | 50.935,67 | 53.482,46 | |
| GASTOS GENERALES | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 735,00 | 8.820,00 | 9.261,00 | 9.724,05 | 10.210,25 | 10.720,77 | |
| DEPRECIACIÓN | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 176,08 | 2.113,00 | 2.113,00 | 2.113,00 | 1.552,00 | 1.552,00 | |
| | | | | | | | | | | | | | 2.113,00 | 4.226,00 | 6.339,00 | 7.891,00 | 9.443,00 | |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 28.Costos

Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cia. Ltda.

PRESUPUESTO DE COSTOS

| INGRESOS POR VENTA | UNIDADES | P.U. | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|----------|------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| MANZANA | 500 | 0.35 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 2,100.00 | 2,205.00 | 2,315.25 | 2,431.01 | 2,552.56 |
| APIO | 450 | 0.37 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 1,998.00 | 2,097.90 | 2,202.80 | 2,312.93 | 2,428.58 |
| BROCOLI | 300 | 0.50 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 150.00 | 1,800.00 | 1,890.00 | 1,984.50 | 2,083.73 | 2,187.91 |
| CEBOLLA Lbs. | 750 | 0.50 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 375.00 | 4,500.00 | 4,725.00 | 4,961.25 | 5,209.31 | 5,469.78 |
| LECHUGA | 450 | 0.60 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 270.00 | 3,240.00 | 3,402.00 | 3,572.10 | 3,750.71 | 3,938.24 |
| RABANO | 450 | 0.30 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 135.00 | 1,620.00 | 1,701.00 | 1,786.05 | 1,875.35 | 1,969.12 |
| TOMATE Lbs. | 800 | 0.70 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 560.00 | 6,720.00 | 7,056.00 | 7,408.80 | 7,779.24 | 8,168.20 |
| PAPA Lbr. | 800 | 0.50 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 4,800.00 | 5,040.00 | 5,292.00 | 5,556.60 | 5,834.43 |
| ZANAHORIA Lbs. | 800 | 0.50 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 4,800.00 | 5,040.00 | 5,292.00 | 5,556.60 | 5,834.43 |
| PIMIENTO Lbs. | 550 | 0.50 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 3,300.00 | 3,465.00 | 3,638.25 | 3,820.16 | 4,011.17 |
| YUCA | 250 | 0.70 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 2,100.00 | 2,205.00 | 2,315.25 | 2,431.01 | 2,552.56 |
| FRESA Lbs. | 350 | 0.25 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 87.50 | 1,050.00 | 1,102.50 | 1,157.63 | 1,215.51 | 1,276.28 |
| UVA Lbs. | 250 | 1.60 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 400.00 | 4,800.00 | 5,040.00 | 5,292.00 | 5,556.60 | 5,834.43 |
| PERA | 350 | 0.30 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 105.00 | 1,260.00 | 1,323.00 | 1,389.15 | 1,458.61 | 1,531.54 |
| AGUACATE | 300 | 0.30 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 1,080.00 | 1,134.00 | 1,190.70 | 1,250.24 | 1,312.75 |
| TOMATE DE ARBOL | 300 | 0.30 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 1,080.00 | 1,134.00 | 1,190.70 | 1,250.24 | 1,312.75 |
| LIMON Lbs. | 400 | 0.50 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,520.00 | 2,646.00 | 2,778.30 | 2,917.22 |
| DURAZNO | 400 | 0.35 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 1,680.00 | 1,764.00 | 1,852.20 | 1,944.81 | 2,042.05 |
| PAPAYA | 400 | 1.75 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 700.00 | 8,400.00 | 8,820.00 | 9,261.00 | 9,724.05 | 10,210.25 |
| NARANJA | 550 | 0.18 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 99.00 | 1,188.00 | 1,247.40 | 1,309.77 | 1,375.26 | 1,444.02 |
| MANDARINA | 600 | 0.18 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 108.00 | 1,296.00 | 1,360.80 | 1,428.84 | 1,500.28 | 1,575.30 |
| GRANADILLA | 450 | 0.20 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 1,080.00 | 1,134.00 | 1,190.70 | 1,250.24 | 1,312.75 |
| MELON | 400 | 1.80 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 720.00 | 8,640.00 | 9,072.00 | 9,525.60 | 10,001.88 | 10,501.97 |
| HABA Lb. | 400 | 0.60 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 2,880.00 | 3,024.00 | 3,175.20 | 3,333.96 | 3,500.66 |
| ZAPALLO | 200 | 1.50 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 3,600.00 | 3,780.00 | 3,969.00 | 4,167.45 | 4,375.82 |
| FREJOL CANARIO Lbs. | 600 | 0.85 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 6,120.00 | 6,426.00 | 6,747.30 | 7,084.67 | 7,438.90 |
| FREJOL PANAMITO Lbs. | 600 | 0.85 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 510.00 | 6,120.00 | 6,426.00 | 6,747.30 | 7,084.67 | 7,438.90 |
| LENTEJA Lbs. | 650 | 1.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 650.00 | 7,800.00 | 8,190.00 | 8,599.50 | 9,029.48 | 9,480.95 |
| MOTE Lbs. | 200 | 0.85 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 2,040.00 | 2,142.00 | 2,249.10 | 2,361.56 | 2,479.63 |
| ARVEJA Lbs. | 600 | 0.90 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 540.00 | 6,480.00 | 6,804.00 | 7,144.20 | 7,501.41 | 7,876.48 |
| COLIFLOR | 400 | 0.50 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,520.00 | 2,646.00 | 2,778.30 | 2,917.22 |
| CEREZA Lbs. | 350 | 1.25 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 437.50 | 5,250.00 | 5,512.50 | 5,788.13 | 6,077.53 | 6,381.41 |
| REINA CLAUDIA | 450 | 0.35 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 1,890.00 | 1,994.50 | 2,083.73 | 2,187.91 | 2,297.31 |
| MEYOCO | 350 | 0.35 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 122.50 | 1,470.00 | 1,543.50 | 1,620.68 | 1,701.71 | 1,786.79 |
| PIÑA | 250 | 0.80 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 200.00 | 2,400.00 | 2,520.00 | 2,646.00 | 2,778.30 | 2,917.22 |
| BANANA | 1250 | 0.10 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 125.00 | 1,500.00 | 1,575.00 | 1,653.75 | 1,736.44 | 1,823.26 |
| PEPINO | 400 | 0.35 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 140.00 | 1,680.00 | 1,764.00 | 1,852.20 | 1,944.81 | 2,042.05 |
| CEREALES FITNESS | 125 | 2.35 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 293.75 | 3,672.00 | 3,856.25 | 4,046.63 | 4,242.66 | 4,444.66 |
| CLUB SOCIAL INTEGRAL | 550 | 0.23 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 126.50 | 1,518.00 | 1,593.90 | 1,673.60 | 1,757.27 | 1,845.14 |
| JUGOS PULP | 200 | 0.85 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 170.00 | 2,040.00 | 2,142.00 | 2,249.10 | 2,361.56 | 2,479.63 |
| DEL VALLE | 400 | 0.30 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 1,440.00 | 1,512.00 | 1,587.60 | 1,666.98 | 1,750.33 |
| TROPICANA | 200 | 0.90 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 2,160.00 | 2,268.00 | 2,381.40 | 2,500.47 | 2,625.49 |
| GALLETAS QUAQUER AVENA | 450 | 0.25 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 112.50 | 1,350.00 | 1,417.50 | 1,488.38 | 1,562.79 | 1,640.93 |
| GALLETAS SILUET | 450 | 0.35 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 157.50 | 1,890.00 | 1,994.50 | 2,083.73 | 2,187.91 | 2,297.31 |
| GALLETAS VELVITA | 450 | 0.37 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 166.50 | 1,998.00 | 2,097.90 | 2,202.80 | 2,312.93 | 2,428.58 |
| DORITOS NATURAL | 400 | 0.33 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 132.00 | 1,584.00 | 1,663.20 | 1,746.36 | 1,833.68 | 1,925.36 |
| CEREAL LA LECHERA FLAKES | 125 | 2.20 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 275.00 | 3,300.00 | 3,465.00 | 3,638.25 | 3,820.16 | 4,011.17 |
| CEREAL ALL-BRAN | 125 | 3.30 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 412.50 | 4,950.00 | 5,197.50 | 5,457.38 | 5,730.24 | 6,016.76 |
| JUGOS DELLY | 400 | 0.45 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | 2,160.00 | 2,268.00 | 2,381.40 | 2,500.47 | 2,625.49 |
| GRANOLA CROCANTE | 550 | 0.40 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 220.00 | 2,640.00 | 2,772.00 | 2,910.60 | 3,056.13 | 3,208.94 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 12,759.75 | 153,117.00 | 160,772.85 | 168,811.49 | 177,252.07 | 186,114.67 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 29.Ingresos

| Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cia. Ltda. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| PRESUPUESTO DE INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INGRESOS POR VENTA | UNIDADES | P.U. | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| MANZANA | 500 | 0.50 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 3.000,00 | 3.150,00 | 3.307,50 | 3.472,88 | 3.646,52 |
| APIO | 450 | 0.50 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 2.700,00 | 2.835,00 | 2.976,75 | 3.125,59 | 3.281,87 |
| BROCOLI | 300 | 0.90 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 3.240,00 | 3.402,00 | 3.572,10 | 3.750,71 | 3.938,24 |
| CEBOLLA Lbs. | 750 | 0.80 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 7.200,00 | 7.560,00 | 7.938,00 | 8.334,90 | 8.751,65 |
| LECHUGA | 450 | 1.00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 450,00 | 5.400,00 | 5.670,00 | 5.953,50 | 6.251,18 | 6.563,73 |
| RABANO | 450 | 0.60 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 270,00 | 3.240,00 | 3.402,00 | 3.572,10 | 3.750,71 | 3.938,24 |
| TOMATE Lbs. | 800 | 0.90 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 8.640,00 | 9.072,00 | 9.525,60 | 10.001,88 | 10.501,97 |
| PAPA Lbr. | 800 | 0.80 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 7.680,00 | 8.064,00 | 8.467,20 | 8.890,56 | 9.335,09 |
| ZABAHORIA Lbs. | 800 | 0.80 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | 7.680,00 | 8.064,00 | 8.467,20 | 8.890,56 | 9.335,09 |
| PIMIENTO Lbs. | 550 | 0.75 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 412,50 | 4.950,00 | 5.197,50 | 5.457,38 | 5.730,24 | 6.016,76 |
| YUCA | 250 | 1.20 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 3.600,00 | 3.780,00 | 3.969,00 | 4.167,45 | 4.375,82 |
| FRESA Lbs. | 350 | 1.50 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 | 7.657,69 |
| UVA Lbs. | 250 | 2.00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 500,00 | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| PERA | 350 | 0.50 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 175,00 | 2.100,00 | 2.205,00 | 2.315,25 | 2.431,01 | 2.552,56 |
| AGUACATE | 300 | 0.50 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 1.800,00 | 1.890,00 | 1.984,50 | 2.083,73 | 2.187,91 |
| TOMATE DE ARBOL | 300 | 0.50 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 1.800,00 | 1.890,00 | 1.984,50 | 2.083,73 | 2.187,91 |
| LIMON Lbs. | 400 | 0.90 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 | 4.320,00 | 4.536,00 | 4.762,80 | 5.000,94 | 5.250,99 |
| DURAZNO | 400 | 0.50 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 | 2.520,00 | 2.646,00 | 2.778,30 | 2.917,22 |
| PAPAYA | 400 | 2.00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 9.600,00 | 10.080,00 | 10.584,00 | 11.113,20 | 11.668,86 |
| NARANJA | 550 | 0.25 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 137,50 | 1.650,00 | 1.732,50 | 1.819,13 | 1.910,08 | 2.005,59 |
| MANDARINA | 600 | 0.25 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 1.800,00 | 1.890,00 | 1.984,50 | 2.083,73 | 2.187,91 |
| GRANADILLA | 450 | 0.50 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 225,00 | 2.700,00 | 2.835,00 | 2.976,75 | 3.125,59 | 3.281,87 |
| MELON | 400 | 2.00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 9.600,00 | 10.080,00 | 10.584,00 | 11.113,20 | 11.668,86 |
| HABA Lbr. | 400 | 1.00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 4.800,00 | 5.040,00 | 5.292,00 | 5.566,60 | 5.834,43 |
| ZAPALLO | 200 | 2.00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 4.800,00 | 5.040,00 | 5.292,00 | 5.566,60 | 5.834,43 |
| FREJOL CANARIO Lbs. | 600 | 1.00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 7.200,00 | 7.560,00 | 7.938,00 | 8.334,90 | 8.751,65 |
| FREJOL PANAMITO Lbs. | 600 | 1.00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 7.200,00 | 7.560,00 | 7.938,00 | 8.334,90 | 8.751,65 |
| LENTEJA Lbs. | 650 | 1.20 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 780,00 | 9.360,00 | 9.828,00 | 10.319,40 | 10.835,37 | 11.377,14 |
| MOTE Lbs. | 200 | 1.00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 | 2.520,00 | 2.646,00 | 2.778,30 | 2.917,22 |
| ARVEJA Lbs. | 600 | 1.20 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 720,00 | 8.640,00 | 9.072,00 | 9.525,60 | 10.001,88 | 10.501,97 |
| COLIFLOR | 400 | 0.75 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 3.600,00 | 3.780,00 | 3.969,00 | 4.167,45 | 4.375,82 |
| CEREZA Lbs. | 350 | 1.50 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 525,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 | 7.657,69 |
| REINA CLAUDIA | 450 | 0.40 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 2.160,00 | 2.268,00 | 2.381,40 | 2.500,47 | 2.625,49 |
| MEYOCO | 350 | 0.40 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 1.680,00 | 1.764,00 | 1.852,20 | 1.944,81 | 2.042,05 |
| PIÑA | 250 | 1.00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 250,00 | 3.000,00 | 3.150,00 | 3.307,50 | 3.472,88 | 3.646,52 |
| BANANA | 1250 | 0.15 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 187,50 | 2.250,00 | 2.362,50 | 2.480,63 | 2.604,66 | 2.734,89 |
| PEPINO | 400 | 0.50 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 | 2.520,00 | 2.646,00 | 2.778,30 | 2.917,22 |
| CEREALES FITNESS | 125 | 2.50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 3.937,50 | 4.134,38 | 4.341,09 | 4.558,15 | 4.785,15 |
| CLUB SOCIAL INTEGRAL | 550 | 0.35 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 192,50 | 2.310,00 | 2.425,50 | 2.546,78 | 2.674,11 | 2.807,82 |
| JUGOS PULP | 200 | 1.00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 2.400,00 | 2.520,00 | 2.646,00 | 2.778,30 | 2.917,22 |
| DEL VALLE | 400 | 0.35 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 140,00 | 1.680,00 | 1.764,00 | 1.852,20 | 1.944,81 | 2.042,05 |
| TROPICANA | 200 | 1.10 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 220,00 | 2.640,00 | 2.772,00 | 2.910,60 | 3.056,13 | 3.208,94 |
| GALLETAS QUAKER AVENA | 450 | 0.35 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 157,50 | 1.890,00 | 1.994,50 | 2.093,73 | 2.197,91 | 2.297,31 |
| GALLETAS SILUET | 450 | 0.40 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 180,00 | 2.160,00 | 2.268,00 | 2.381,40 | 2.500,47 | 2.625,49 |
| GALLETAS VELVITA | 450 | 0.45 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 202,50 | 2.430,00 | 2.551,50 | 2.679,08 | 2.813,03 | 2.953,68 |
| DORITOS NATURAL | 400 | 0.40 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 1.920,00 | 2.016,00 | 2.116,80 | 2.222,64 | 2.333,77 |
| CEREAL LA LECHERA FLAKES | 125 | 2.50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 312,50 | 3.937,50 | 4.134,38 | 4.341,09 | 4.558,15 | 4.785,15 |
| CEREAL ALL-BRAN | 125 | 3.50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 437,50 | 5.250,00 | 5.512,50 | 5.788,13 | 6.077,53 | 6.381,41 |
| JUGOS DELY | 400 | 0.60 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 2.880,00 | 3.024,00 | 3.175,20 | 3.333,96 | 3.500,66 |
| GRANOLA CROCANTE | 550 | 0.50 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 275,00 | 3.300,00 | 3.465,00 | 3.638,25 | 3.820,16 | 4.011,17 |
| TOTAL DE INGRESOS | | | 17.462,50 | 209.550,00 | 220.027,50 | 231.028,88 | 242.580,32 | 254.709,33 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 30: Punto de equilibrio

| DATOS | X | Y | COSTO TOTAL |
|------------------|------------|------------|-------------|
| VENTAS | 209.550,00 | 209.550,00 | |
| COSTOS FIJOS | | 50.993,53 | |
| COSTOS VARIABLES | | 153.117,00 | |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Pilozo

| | | | |
|-----|----|---|-----------|
| PE= | CF | = | 50993,53 |
| 1- | CV | | 0,26931 |
| PE= | | = | 189351,86 |

\$ 525,98

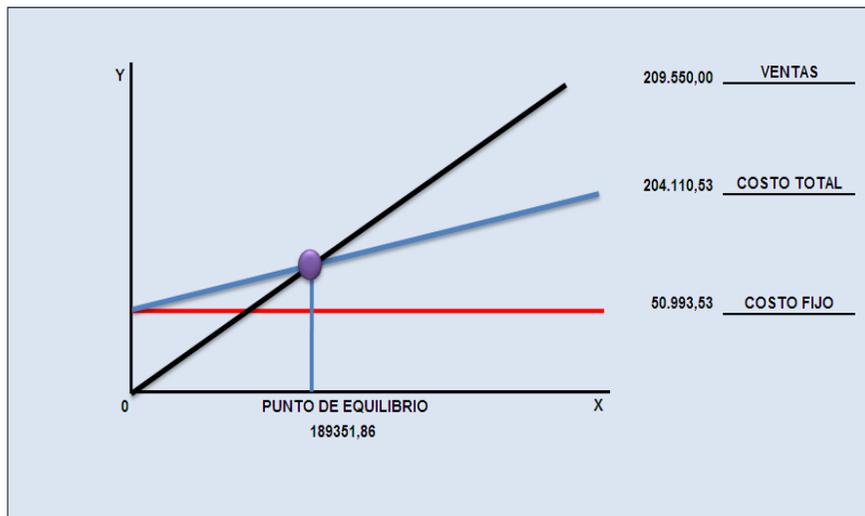


Gráfico 10. Punto de equilibrio



Gráfico 11. Análisis de costos

Cuadro 31.Estado de pérdidas y ganancias

| Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cía. Ltda. | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO | | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| VENTAS | 209.550,00 | 220.027,50 | 231.028,88 | 242.580,32 | 254.709,33 | 1.157.896,03 |
| (-) COSTO DE VENTAS | 153.117,00 | 160.772,85 | 168.811,49 | 177.252,07 | 186.114,67 | 846.068,08 |
| UTILIDAD BRUTA | 56.433,00 | 59.254,65 | 62.217,38 | 65.328,25 | 68.594,66 | 311.827,95 |
| COSTOS INDIRECTOS | 45.261,15 | 47.418,56 | 49.683,84 | 51.501,38 | 53.998,85 | 247.863,77 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 11.171,85 | 11.836,09 | 12.533,55 | 13.826,87 | 14.595,82 | 63.964,18 |
| (-) GASTOS FINANCIEROS | 2.360,39 | 1.888,31 | 1.416,23 | 944,16 | 472,08 | 7.081,17 |
| UTILIDAD ANTES PART. IMP | 8.811,46 | 9.947,78 | 11.117,31 | 12.882,72 | 14.123,74 | 56.883,01 |
| PARTICIPACION EMPLEADOS | 1.321,72 | 1.492,17 | 1.667,60 | 1.932,41 | 2.118,56 | 8.532,45 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPTO | 7.489,74 | 8.455,61 | 9.449,72 | 10.950,31 | 12.005,18 | 48.350,56 |
| IMPUESTO RENTA | 1.872,44 | 2.113,90 | 2.362,43 | 2.737,58 | 3.001,29 | 12.087,64 |
| UTILIDAD NETA | 5.617,31 | 6.341,71 | 7.087,29 | 8.212,73 | 9.003,88 | 36.262,92 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 32. Balance general

| Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cía. Ltda. | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| BALANCE GENERAL | | | | | | |
| CUENTAS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | | |
| CAJA -BANCOS | 1.500,00 | 9.052,47 | 8.929,81 | 8.840,35 | 8.785,78 | 8.206,81 |
| MERCADERÍA | 6.379,88 | 6.379,88 | 6.379,88 | 6.379,88 | 6.379,88 | 6.379,88 |
| ADECUACION DEL LOCAL | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 10.879,88 | 18.432,35 | 18.309,69 | 18.220,23 | 18.165,66 | 17.586,69 |
| ACTIVOS FIJOS | 17.220,00 | 17.220,00 | 17.220,00 | 17.220,00 | 17.220,00 | 17.220,00 |
| DEPRECIAC. ACUMULADA | | 2.113,00 | 4.226,00 | 6.339,00 | 7.891,00 | 9.443,00 |
| TOTAL DE ACTIVO FIJO | 17.220,00 | 15.107,00 | 12.994,00 | 10.881,00 | 9.329,00 | 7.777,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 28.099,88 | 33.539,35 | 31.303,69 | 29.101,23 | 27.494,66 | 25.363,69 |
| PASIVO | | | | | | |
| CORRIENTE | | | | | | |
| PRÉSTAMO | 16.859,93 | 13.487,94 | 10.115,96 | 6.743,97 | 3.371,99 | - |
| PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR | - | 1.321,72 | 1.492,17 | 1.667,60 | 1.932,41 | 2.118,56 |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR | - | 1.872,44 | 2.113,90 | 2.362,43 | 2.737,58 | 3.001,29 |
| TOTAL PASIVO | 16.859,93 | 16.682,10 | 13.722,03 | 10.774,00 | 8.041,97 | 5.119,86 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| APORTE CAPITAL | 11.239,95 | 11.239,95 | 11.239,95 | 11.239,95 | 11.239,95 | 11.239,95 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | - | 5.617,31 | 6.341,71 | 7.087,29 | 8.212,73 | 9.003,88 |
| TOTAL PATRIMONIO | 11.239,95 | 16.857,26 | 17.581,66 | 18.327,24 | 19.452,69 | 20.243,84 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 28.099,88 | 33.539,35 | 31.303,69 | 29.101,24 | 27.494,66 | 25.363,69 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Nota: La cuenta mercadería no variará de año a año debido a que está directamente vinculada en la parte de inversión inicial y a menos que se amplíen el volumen de ventas y se necesiten adquirir mayor cantidad de productos se mantendrá con los valores actuales.

Cuadro 33. Flujo de caja proyectado

| Centro de Acopio y Comisariado VALLE NATURAL Cía. Ltda. | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| FLUJO DE CAJA PROYECTADO | | | | | | | |
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| INGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| VENTAS | - | 209.550,00 | 220.027,50 | 231.028,88 | 242.580,32 | 254.709,33 | 1.157.896,03 |
| TOTAL INGRESOS OPERATIVOS | | 209.550,00 | 220.027,50 | 231.028,88 | 242.580,32 | 254.709,33 | 1.157.896,03 |
| EGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSIÓN INICIAL | 28.099,88 | - | - | - | - | - | - |
| GASTO ADMINISTRATIVOS | - | 33.128,15 | 34.784,56 | 36.523,79 | 38.349,97 | 40.267,47 | 183.053,94 |
| GASTO DE VENTAS | - | 1.200,00 | 1.260,00 | 1.323,00 | 1.389,15 | 1.458,61 | 6.630,76 |
| GASTOS GENERALES | - | 8.820,00 | 9.261,00 | 9.724,05 | 10.210,25 | 10.720,77 | 48.736,07 |
| COSTO DE VENTA | - | 153.117,00 | 160.772,85 | 168.811,49 | 177.252,07 | 186.114,67 | 846.068,08 |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS | - | - | 1.321,72 | 1.492,17 | 1.667,60 | 1.932,41 | 6.413,89 |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA | - | - | 1.872,44 | 2.113,90 | 2.362,43 | 2.737,58 | 9.086,35 |
| TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS | 28.099,88 | 196.265,15 | 209.272,56 | 219.988,40 | 231.231,47 | 243.231,50 | 1.099.989,08 |
| FLUJO OPERATIVO | -28.099,88 | 13.284,85 | 10.754,94 | 11.040,48 | 11.348,85 | 11.477,83 | 57.906,95 |
| INGRESOS NO OPERATIVOS | - | | - | - | - | - | - |
| PRÉSTAMO BANCARIO | 16.859,93 | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL ING. NO OPERATIVOS | 16.859,93 | - | - | - | - | - | - |
| EGRESOS NO OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSIONES | | | | | | | |
| PAGO DE CAPITAL | - | 3.371,99 | 3.371,99 | 3.371,99 | 3.371,99 | 3.371,99 | 16.859,93 |
| PAGO DE INTERESES | - | 2.360,39 | 1.888,31 | 1.416,23 | 944,16 | 472,08 | 7.081,17 |
| TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS | - | 5.732,38 | 5.260,30 | 4.788,22 | 4.316,14 | 3.844,06 | 23.941,10 |
| FLUJO NETO NO OPERATIVO | 16.859,93 | -5.732,38 | -5.260,30 | -4.788,22 | -4.316,14 | -3.844,06 | -23.941,10 |
| FLUJO NETO | -11.239,95 | 7.552,47 | 5.494,64 | 6.252,26 | 7.032,71 | 7.633,77 | 33.965,85 |
| SALDO INICIAL | - | 1.500,00 | 9.052,47 | 14.547,12 | 20.799,37 | 27.832,08 | |
| FLUJO ACUMULADO | - | 9.052,47 | 14.547,12 | 20.799,37 | 27.832,08 | 35.465,85 | |

TIR DEL NEGOCIO
31%

TIR DEL INVERSIONISTA
53%

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 34. Índices financieros

| INDICES FINANCIEROS | | | | | | |
|---------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| DESCRIPCIÓN | INV. INICIAL | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
| Flujos operativos | -28.099,88 | 13.284,85 | 10.754,94 | 11.040,48 | 11.348,85 | 11.477,83 |

| INDICES FINANCIEROS | | | | | | |
|-------------------------|---------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | INV. INICIAL | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
| Flujos netos | \$ -11.239,95 | \$ 7.552,47 | \$ 5.494,64 | \$ 6.252,26 | \$ 7.032,71 | \$ 7.633,77 |
| Flujos netos acumulados | \$ -11.239,95 | \$ -3.687,48 | \$ 1.807,16 | \$ 8.059,42 | \$ 15.092,13 | \$ 22.725,90 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 35. Tasa de descuento

| TASA DE DESCUENTO | |
|-------------------|--------|
| TASA DE DESCUENTO | 11,00% |

Cuadro 37. Ratios financieros

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 36. Tasa de rendimiento promedio-tir-van

| TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO | MAYOR AL 12% |
|------------------------------|--------------|
| SUMATORIA DE FLUJOS | 33.965,85 |
| AÑOS | 5 |
| INVERSIÓN INICIAL | 11.239,95 |
| TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO | 60,44% |

| RATIOS FINANCIEROS | |
|---------------------|------------|
| VENTAS | 209550,00 |
| COSTO DIRECTO | 153.117,00 |
| COSTO INDIRECTO | 45261,15 |
| FLUJO NETO | 7552,47 |
| PAGO DE DIVIDENDOS | 3371,99 |
| GASTOS FINANCIEROS | 2360,39 |
| GASTOS PERSONAL | 33128,15 |
| ACTIVOS FIJOS NETOS | 15.107,00 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

| | | |
|--|------------|---------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS | | 24.998,13 |
| VAN | POSITIVO | 13.758,18 |
| INDICE DE RENTABILIDAD I.R. | MAYOR A 1 | 1,82 |
| RENDIMIENTO REAL | MAYOR A 12 | 81,70 |
| TASA INTERNA DE RETORNO | | 31,09% |
| TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA | | 52,89% |
| PAYBACK | | 1,91 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

NOTA: El 11% que corresponde a la tasa de descuento se relaciona a la tasa de rendimiento sobre la inversión que tendrá la Empresa, esto quiere decir que Valle Natural generará y 11% de crecimiento en su capital por el total de dólares invertidos.

Cuadro 38. Punto de equilibrio en dólares y porcentaje

| PUNTO DE EQUILIBRIO | |
|---------------------|---------------|
| EN DOLARES | \$ 189.351,86 |
| EN PORCENTAJE | 83.38 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 39. Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | | |
|-----------------------------|-------------|---------|
| | POSITIVO | 6252,26 |
| INDICE DE LIQUIDEZ | MAYOR A 1 | 3,24 |
| VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS | MENOR A 50% | 16,94 |
| INDICE DE EMPLEO | | 2,19 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 40. Datos

| DATOS | |
|------------------|-----------|
| ACTIVO CORRIENTE | 18.432,35 |
| ACTIVOS TOTALES | 33.539,35 |
| UTILIDAD NETA | 5.617,31 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 41. Rendimiento de liquidez

| RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ | | | |
|-------------------------|--------------|--------|--------|
| RIESGO DE LIQUIDEZ | MENOR AL 50% | 0,4504 | 45,04% |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 42. Rendimiento Corriente

| RENDIMIENTO CORRIENTE | | | |
|-----------------------|-------------|--------|--------|
| RENDIMIENTO CORRIENTE | MAYOR A 12% | 0,1675 | 16,75% |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

Cuadro 43. Razones

| RAZONES | |
|--------------------|--------------|
| UTILIDAD OPERATIVA | 57.906,95 |
| GASTOS FINANCIEROS | 7.081,17 |
| INVERSIÓN INICIAL | 28.099,88 |
| UTILIDAD NETA | 36.262,92 |
| VALOR DEL CRÉDITO | 16.859,93 |
| VENTAS | 1.157.896,03 |
| COSTO DE VENTA | 1.093.931,85 |
| TOTAL DEL ACTIVO | 7.777,00 |

Fuente: Elaborado por Luis Eduardo Piloza

5.7.3. IMPACTO

En una búsqueda por solucionar una problemática que aqueja la población milagreña en cuanto a alimentación, se realizó una serie de estudios, mostrándonos una posible solución para mejorar la calidad y niveles de vida de la comunidad en general.

Profundizándose en el tema, se pudo establecer que la solución en estudio beneficiaría de diversas maneras a la población milagreña y que además generaría impactos positivos en los cuatro ejes fundamentales que presiden una sociedad, los cuales son: En lo Económico, Social, Cultural y Ambiental.

El Objetivo es poder establecer en el Cantón Milagro un Centro de acopio que comercialice alimentos agrícolas de tipo orgánico, con lo cual al ser generadora unidireccional hacia el consumo sano y natural, mejoraría la vida y salud de los ciudadanos, cumpliendo además con la consolidación de los ejes fundamentales tomados en consideración anteriormente.

Estos ejes, que sirven de objetivo para la empresa, se desarrollan de la siguiente manera.

En lo Económico: Primero que todo, se considera al proyecto como rentable a corto y mediano plazo, lo que indica beneficios internos para la empresa y a más de esto permite ayudar a que las personas a nuestro alrededor consuman productos de calidad. Además al ser una empresa recientemente establecida en el mercado se la puede definir como generadora de nuevas fuentes de empleo y al involucrarse en actividades comerciales hace que sea parte del dinamismo económico que es importante para mantener una economía sana tanto a nivel local y nacional.

En lo Social: Con el consumo de los alimentos a comercializar, se podría decir que los ciudadanos se encontrarían invirtiendo en su salud, ya que al nutrirse de una manera correcta básicamente mejorarían sus capacidades productivas y por ende sus energías para ejecutar con normalidad las actividades laborales del día a día.

En lo Cultural: Lograr cambiar el paradigma que existe en la mente de los milagreños va a ser uno de los logros de mayor importancia, porque por mucho tiempo el consumo tradicional se ha vuelto parte de la vida de todos los ciudadanos

y con este proyecto, a más de los medios publicitarios y foros nacionales e internacionales que se están dando en la actualidad sobre consumo natural, esto se podrá lograr.

En lo Ambiental: Con la consolidación de esta empresa, la naturaleza, el ambiente que nos rodea se verá beneficiado de gran manera. La idea de un ambiente más saludable es uno de los motores principales de este proyecto y busca orientar a los productores agrícolas hacia el cultivo sin químicos concientizándolos de los problemas que genera al largo plazo el uso desmesurado de fertilizantes y herbicidas.

5.7.4. Cronograma

| ACTIVIDADES | DURACIÓN (SEMANAS) | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Trámites de financiamiento | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Tramitar permisos de funcionamiento | | ■ | | | | | | | | | | | |
| Arrendamiento de local | | | ■ | | | | | | | | | | |
| Adquisición de activos fijos | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Equipamiento del local | | | | | | ■ | | | | | | | |
| Contactarse con los proveedores | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| Adquisición de productos | | | | | | | | | ■ | | | | |
| Contratación de personal | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Publicidad de apertura | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Apertura de Valle Natural Cía. Ltda. | | | | | | | | | | | | | ■ |

Figura 7. Cronograma de actividades

5.7.5. Lineamiento para Evaluar la Propuesta

VALLE NATURAL es una empresa dedicada a ofrecer productos de calidad para el consumo familiar. Se enfoca básicamente en comercializar alimentos agrícolas de tipo orgánicos naturales y saludables.

En lo que corresponde a la factibilidad financiera la empresa se considera rentable con un índice de descuento cerca del 11% que es lo que se espera obtener de beneficio sobre la inversión. Además el retorno de la misma está planificada en un periodo de casi 2 años en base a la solvencia estudiada de la misma.

Los flujos acumulados que es definida por la utilidad neta de la empresa son positivos y van creciendo de manera prevista a lo planteado lo que quiere decir que el estudio demuestra ser correcto y que vincula al proyecto a una gran solvencia.

La localización y la infraestructura del local hacen de la empresa una fuerte competidora en este mercado pues al ubicarse en una zona estratégica genera mejores resultados que otras que se encuentran un poco más apartadas del área comercial.

VALLE NATURAL cuenta con un personal calificado y presto para atender al cliente en lo que necesite mejorando de esta manera la relación Cliente-Empresa, optimizando así nuestras ganancias y asegurando la fidelidad de los consumidores.

Los beneficios indirectos de la empresa son muchos entre los principales el apoyo a una ecología amigable, generar una nueva tendencia de consumo, minimizar el impacto ambiental, incrementar e incentivar a productores al cultivo de esta nueva modalidad orgánica, etc.

VALLE NATURAL al ser una empresa nueva pero con un producto diferenciado y pionera en el desarrollo agrícola orgánico, se consagrará en el corto tiempo como una empresa líder en el mercado de alimentos, alcanzando un posicionamiento alto y con clientes más exigentes en cuanto a calidad de los productos.

CONCLUSIONES

- ❖ Un centro de acopio dedicado a la comercialización de alimentos orgánicos en el Cantón Milagro se manifiesta como más que una salida a un problema en estudio, básicamente es una nueva idea de hacer negocios en un mundo que se preocupa por consumir cada día mayor cantidad de productos de calidad.
- ❖ Según como se fue avanzando en el estudio planteado, se pudo apreciar una falta existente de conocimiento por parte de los clientes en cuanto a los beneficios de los alimentos orgánicos, por lo cual si se quiere acaparar este mercado hay que trabajar bastante en los canales de información, para de esta manera hacer conocer a la comunidad que existen alimentos que benefician de mejor manera a nuestro organismo.
- ❖ Definiendo al producto el cual en este caso vienen a ser los alimentos agrícolas orgánicos, estaríamos estableciéndolos como una gran fuente de nutrición y que al ser de origen natural, estos alimentos son puros y limpios de sustancias negativas a las que están sujetas los alimentos comunes en los mercados.
- ❖ En cuanto a la viabilidad del proyecto, a través del estudio de campo y análisis detallado y definido de los estados financieros se puede establecer que esta idea es viable y rentable, y que al apegarse a los parámetros ambientales, a más de mejorar y dinamizar la economía local se adentra al cambio cultural alimenticio de los habitantes del Cantón Milagro.
- ❖ Este estudio de carácter Social-Económico a lo largo de toda la investigación se enfocó en buscar un producto que solucione los bajos niveles de nutrición y desgaste físico que provoca el consumo de los alimentos alterados, por ende los alimentos agrícolas orgánicos los cuales son y se constituyen a nivel internacional como los alimentos del siglo XXI son la salida y solución a esta problemática que apunta a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos protegiéndolos en el ámbito saludable y cuidando sobre todo al medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- ❖ Para la implementación de este proyecto se debe de tomar en consideración las diferentes normas, estatutos y reglamentos que tienen que ver con alimentos con sello verde. En otras palabras definir los parámetros en los que se va a desenvolver la empresa para de esta forma poder comercializar los alimentos de calidad que los ciudadanos del Cantón Milagro se encuentran solicitando.
- ❖ Otro factor a tomar en consideración es analizar detenidamente los costos y gastos que se vincularan al proyecto, esto con el fin de poder determinar la viabilidad del mismo además de establecer posibles proyecciones en base a los estudios de mercado con la finalidad de poder establecer en qué periodo se repondrá la inversión realizada.
- ❖ Se tiene que considerar un agente muy importante como el problema de la disponibilidad de materia prima por ende tenemos que tener bien en claro que necesitamos un inventario de fichas en las cuales contengan información relevante sobre posibles distribuidores de los productos que necesita la empresa, con el fin de que no se genere algún cuello de botella dentro de la planta.
- ❖ Se debe atacar a la competencia con distintos medios de publicidad, con la finalidad de no solo acaparar el mercado sino demostrarle a los ciudadanos que los alimentos de tipo orgánico son de mejor calidad y además mejoran la salud y capacidad productiva de las personas.
- ❖ La implementación de este tipo de centro tiene que tener como misión y objetivo principal el estimular a la sociedad para transformar sus hábitos alimenticios en buenas conductas que hagan conciencia sobre la importancia del cuidado de la naturaleza.

BIBLIOGRAFÍAS

- **ALTUERI** Miguel & Hecht Susanna, Agroecología: Bases Científicas para una Agricultura Sustentable, (1987), Pág. 15-16.
- **AMBOS** Elizabeth, Investigación Aplicada y Desarrollo de la Fuerza Laboral.
- **AMBIENTE**, M. d. *De la Calidad Ambiental* . En M. d. Ambiente, reglamento a la ley de gestión ambiental (págs. 1-7). Ecuador: Ministerio.
- **BLUEDORN** Harvey, Dos Métodos de Razonamiento - Una Introducción a la Lógica Inductiva y a la Deductiva (1995).
- **OELHAF** Robert, Organic Agriculture: Economic and Ecological comparisons with conventional agriculture. (1978), Pág. 271.
- **CÁNOVAS** Antonio, Tratado de Agricultura Ecológica, (1993).
- **CARRASCO** Julio, El Método Estadístico en la Investigación Médica. 5ª Ed. Madrid, Editorial Ciencia.
- **CENTTY** Villafuerte Deymor, Manual metodológico para el investigador científico, (2006), Arequipa.
- **CLEMENTES** Richard, Guía Completa de las Normas ISO 14000, (1993), Editorial Copyright.
- **COLLINS** Wanda & Qualset Calvin, Biodiversidad en Agroecosistemas (Desarrollo en Agroecología), (1998), Editorial Hardback.
- **DOMINICANA**, M. d. (s.f.). *Ministerio de Agricultura de República Dominicana*. Recuperado el 28 de Enero de 2013, de Ministerio de Agricultura de República Dominicana:
<http://www.agricultura.gob.do/perfiles/leguminosas/tabid/81/language/es-do/default.aspx>
- **EHLERS** Eduardo, Ecología Sustentable: Orígenes y Perspectivas de un Nuevo Paradigma, Sao Paulo, (1999), Editorial Livros de Terra.
- **FLÓREZ** Serrano Javier, Agricultura Ecológica. Pag.395
- **FUNES** Fernando, EL MOVIMIENTO CUBANO DE AGRICULTURA, Cuba, (1993), Instituto de Investigaciones de Pastos y Forrajes.
- **GARCÍA** Quijano, Daniel, Santiago Galdeano & María Trinidad, Alimentos Ecológicos - Alimentación Sana.
- **GIANELLA** Alicia, Introducción a la Epistemología y a la Metodología de la Ciencia, Universidad Nacional de la Plata.

- **GLIESSMAN** Stephen, La sostenibilidad del agroecosistema: Desarrollo de Estrategias prácticas, (2000), Editorial Hardcover.
- **GRIFFIN** Keith, Economía Política del Cambio Agrario: Un ensayo sobre la Revolución Verde, (1982), México.
- **HERNÁNDEZ** Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos & Baptista Lucio Pilar, Metodología de la Investigación.
- IFOAM, (2011).
- **INEC**, (2010).
- **JIMÉNEZ** Marqués Eduardo, El Principio del Final – Observación.
- **KAUFMAN** Arnold & Aluja Jaime Gil, Técnicas Operativas de gestión para el tratamiento de la Incertidumbre, ESPAÑA, (1987).
- **LÓPEZ** Armesto, El Concepto de Agricultura Ecológica y su Idoneidad para fomentar el Desarrollo rural Sostenible, (2007).
- **LUELMO** Julio, Historia de la Agricultura en Europa y América, Madrid, (1975), Editorial Istmo.
- **MONTAÑO** Álvarez Lorena, Filosofía I. Filosofía y Construcción de Ciudad, Colegio de Bachilleres.
- **REIGOSA** Fernando, Agricultura y Comercio Colonial, (1975).
- **RODRÍGUEZ** Jon Landeta, El Método Delphi - Una Técnica de previsión para la Incertidumbre, España, (1999).
- **SLIGH** Michael, El estado global, los prospectos y los retos de un mercado orgánico en cambio, (2001).
- **STEINER** Rudolf, Curso sobre Agricultura Ecológica-Dinámica (2 Edición) Pág. 96, (1988).
- **Yzuel** Sanz Manuel, Ventajas para la Salud de los Alimentos Ecológicos.

WAVE

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales
Carrera de Economía

Encuesta dirigida hacia los ciudadanos del Cantón Milagro con el fin de analizar la problemática sobre los altos índices de desgaste productivo: físico y mental que conlleva una mala alimentación y la búsqueda de posibles alternativas que ayuden a este estudio.

Objetivo: Recolectar información útil sobre la cultura alimenticia que tienen los milagreños para determinar la viabilidad de un Centro de Acopio de Alimentos Orgánicos.

Marque con un " ✓ " en los recuadros según su criterio

1.- ¿Considera Ud. que los alimentos que a diario consume le proporcionan las energías necesarias para soportar su jornada de trabajo?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

2.- ¿Considera Ud. que la mayoría de alimentos agrícolas que se comercializan son Productos procesados y en ocasiones alterados con químicos que son perjudiciales para su salud?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

3.- ¿Considera Ud. que la cultura alimenticia que han adquirido los milagreños se deba a los alimentos que tradicionalmente se comercializan?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Esta consiente e informado que el incremento del cultivo de alimentos alterados deteriora lentamente a la tierra y por ende daña al medio ambiente?

Mucho
 Suficiente
 Poco
 Muy poco

5.- ¿Considera Ud. que los alimentos que proporcionan mayor porcentaje de energía gracias a un mejor desarrollo del metabolismo son los Alimentos de tipo Orgánicos?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

6.- Al conocer que los alimentos de tipo orgánico son más saludables pero un poco más costosos que los tradicionales del Mercado ¿Invertiría en su salud con el consumo de alimentos nutritivos?

Totalmente
 Suficientemente
 Parcialmente
 Muy poco

7.- ¿Considera Ud. que los ciudadanos del Cantón Milagro estarían dispuestos a mejorar su calidad de vida mediante el consumo de Alimentos que hayan sido cultivados y procesados con productos Orgánicos?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

8.- Está de acuerdo que la Implementación de un Comisariato de alimentos Orgánicos en el Cantón Milagro es necesario e indispensable para mejorar la calidad de vida de sus habitantes tanto en el ámbito Salud como en el ámbito Económico.

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

9.- ¿Considera Ud. que con la Implementación de un Comisariato de alimentos de Tipo Orgánico se generaría un ambiente económico-social más saludable por ser generadora del cuidado del medio ambiente y generadora de nuevas fuentes empleo?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

SEXO:

Masculino

Femenino

Gracias por su Colaboración

ANEXO 2. FOTOS DE ENCUESTAS



ANEXO 3.FORMATO DE LAS ENTREVISTAS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN MILAGRO SOBRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS AGRICOLAS CULTIVADOS DE MANERA ORGÁNICA

COOPERACIÓN: Agradecemos su colaboración al llenar esta información, le garantizamos que se guardara absoluta reserva.

OBJETIVO: Recolectar información útil sobre la cultura alimenticia que tienen los milagreños para determinar la viabilidad de un Centro de Acopio de Alimentos Agrícolas de tipo Orgánicos.

NOMBRE: _____

EMPRESA: _____

TITULO PROFESIONAL: _____ **CARGO:** _____

PREGUNTAS:

1. *¿Considera usted que la presencia de productos agrícolas inorgánicos producidos en nuestro medio acarrea efectos negativos en la vida y salud de los habitantes del Cantón Milagro?*

SI

NO

¿Por qué?

2. ¿Considera Usted que al reemplazarse este tipo de alimentos tradicionales por alimentos orgánicos en el mercado, disminuirían los impactos y efectos negativos que ocasionan el consumo creciente de los alimentos alterados?

SI

NO

3. Según su opinión ¿Considera que al implementarse publicidad sobre buenas prácticas en cultura alimenticia la población milagreña mejoraría sus decisiones de compra y consumo alimenticio?

4. ¿Considera usted que con el comercio de productos agrícolas cultivados con procesos orgánicos se mejoraría la salud, la nutrición y por ende las actividades socio-económicas de la población milagreña?

5. Según su criterio ¿Considera importante la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de Alimentos agrícolas cultivados con productos orgánicos el Cantón Milagro?

SI

NO

¿Por qué?

ANEXO 4. ANÁLISIS DE ENTREVISTA

ENTREVISTA 1

NOMBRE: Yadira Zambrano

EMPRESA: Hospital Luis Vernaza

TITULO PROFESIONAL: Lic. En Enfermería y Nutrición

CARGO: Enfermera principal del Hospital

PREGUNTAS:

1. *¿Considera usted que la presencia de productos agrícolas inorgánicos producidos en nuestro medio acarrea efectos negativos en la vida y salud de los habitantes del Cantón Milagro?*

SI

NO

¿Por qué?

Sí, porque el consumo creciente de este tipo de alimentos es la principal fuente de enfermedades en la actualidad y afecta principalmente a personas con defensas bajas y entre los principales a niños y personas de la tercera edad. Está demostrado que este tipo de productos no ayudan a proteger nuestro organismo y que los químicos con traen consigo afectan de manera notoria a muchos de nuestros órganos internos.

2. *¿Considera Usted que al reemplazarse este tipo de alimentos tradicionales por alimentos orgánicos en el mercado, disminuirían los impactos y efectos negativos que ocasionan el consumo creciente de los alimentos alterados?*

SI

NO

¿Por qué?

Claro, en nuestro medio es realmente necesario que surja un nuevo paradigma de consumo y que estos alimentos que se encuentran alterados salgan del mercado para que se le dé a la gente algo saludable que los proteja de futuras enfermedades

y que como fuente de alimentación mejore el desarrollo de los niños que son quienes más vitaminas deben de consumir para su óptimo crecimiento.

3. Según su opinión ¿Considera que al implementarse publicidad sobre buenas prácticas en cultura alimenticia la población milagreña mejoraría sus decisiones de compra y consumo alimenticio?

Por supuesto, uno de los principales problemas es que estos productos son un poco difíciles de conseguir y por ende las personas se enfocan en publicitar los alimentos chatarra. Estos tienen más salida en el mercado pero son los que mayor grado de afecciones trae a nuestro organismo. Por eso aconsejo que si se va a establecer la empresa utilice muchos recursos en esta parte tan importante como es la publicidad.

4. ¿Considera usted que con el comercio de productos agrícolas cultivados con procesos orgánicos se mejoraría la salud, la nutrición y por ende las actividades socio-económicas de la población milagreña?

Eso ni dudarlo, la actual tendencia mundial está orientada al consumo de estos alimentos y es precisamente para mejorar los puntos que trata esta pregunta, entonces bajo estas razones pienso que si se beneficiaría y mejoraría la salud y nutrición de la población milagreña con este establecimiento.

5. Según su criterio ¿Considera importante la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de Alimentos agrícolas cultivados con productos orgánicos el Cantón Milagro?

SI

NO

¿Por qué?

Claro, no solo es importante sino necesario. Las razones están implícitas en las preguntas anteriores y solo me queda decir que este tipo de productos generara un mejor ambiente saludable en la población y ayudara a que las enfermedades producidas por el consumo de los alimentos alterados disminuyan notablemente en este Cantón.

ENTREVISTA 2

NOMBRE: Rafael Pluas

EMPRESA: FUMIPALMA

TITULO PROFESIONAL: Ing. Agrónomo

CARGO: Técnico Fitosanitario

PREGUNTAS:

1. *¿Considera usted que la presencia de productos agrícolas inorgánicos producidos en nuestro medio acarrea efectos negativos en la vida y salud de los habitantes del Cantón Milagro?*

SI NO

¿Por qué?

Se podría decir que casi el 100% de los milagreños se encuentran consumiendo alimentos alterados por que en los actuales momentos se están utilizando muchos plaguicidas para intentar mejorar el producto pero lo único que hacen es alterarlo y en parte hacerlo dañino para salud de la población.

Es por ello que se puede decir que para nosotros los seres humanos es más ventajoso y más saludable consumir alimentos orgánicos pues nos ayudaría a vivir más, tener mayor energía, etc. Por lo cual si estoy de acuerdo que este tipo de proyecto mejoraría la calidad de vida de los Milagreños.

Interpretación: El Ing. Nos comentaba que definitivamente estaba de acuerdo con la implementación de este centro por que ayudaría a la población milagreña de diferentes maneras, es por ello que esta opinión nos pareció sumamente importante por ser el un técnico en la materia además por las explicaciones sobre los beneficios que existe con el consumo de este tipo de alimentos.

1. ¿Considera Usted que al reemplazarse este tipo de alimentos tradicionales por alimentos orgánicos en el mercado, disminuirían los impactos y efectos negativos que ocasionan el consumo creciente de los alimentos alterados?

SI

NO

Sí, porque aparte de ser completamente naturales son alimentos sanos, es decir benefician a nuestra salud y protegen al medio ambiente por ser alimentos en los que no se utilizan químicos.

Interpretación: El Ing. Nos explicaba que en su hogar si consumen este tipo de alimentos aunque encontrarlos es un poco complicado, pero lo hace porque sabe que estos alimentos son los mejores y los que sobretodo cuidan el medio ambiente en el cual vivimos.

1. ¿Considera usted que con el comercio de productos agrícolas cultivados con procesos orgánicos se mejoraría la salud, la nutrición y por ende las actividades socio-económicas de la población milagreña?

Si existiría un buen nivel de aceptación ya que sería algo bueno y necesario al promover el consumo de este tipo de alimentos dentro de Nuestro Cantón.

Interpretación: En esta pregunta el Ing. Nos explicaba que es muy considerado generar publicidad para concientizar a la población en la educación de elección de este tipo de alimentos pues estamos dando a conocer que existen otros alimentos que los que normalmente se encuentran en el mercado y que sobretodo benefician en gran magnitud a la población por lo cual es seguro que tengan una gran aceptación.

6. ¿Considera usted que la población de Milagro apreciaría con buen agrado la comercialización de Alimentos agrícolas cultivados con procedimiento orgánico?

Claro, por supuesto porque son productos 100% orgánicos pero en el momento de comercializar estos productos estos tendrán un valor un poco más elevado por el trabajo que representa el cultivo de estos productos.

Interpretación: En esta pregunta el Ing. Nos afirmó de antemano que si podría existir una gran aceptación pues lo que la gente quiere es algo más saludable por lo cual se inclinarían hacia el consumo de estos tipos de alimentos pero se tiene que tomar en consideración la variable precio pues este tipo de alimentos suelen ser un poco más costosos que los tradicionales.

1. Según su criterio ¿Considera importante la creación de un centro de acopio dedicado a la comercialización de Alimentos agrícolas cultivados con productos orgánicos el Cantón Milagro?

SI

NO

¿Por qué?

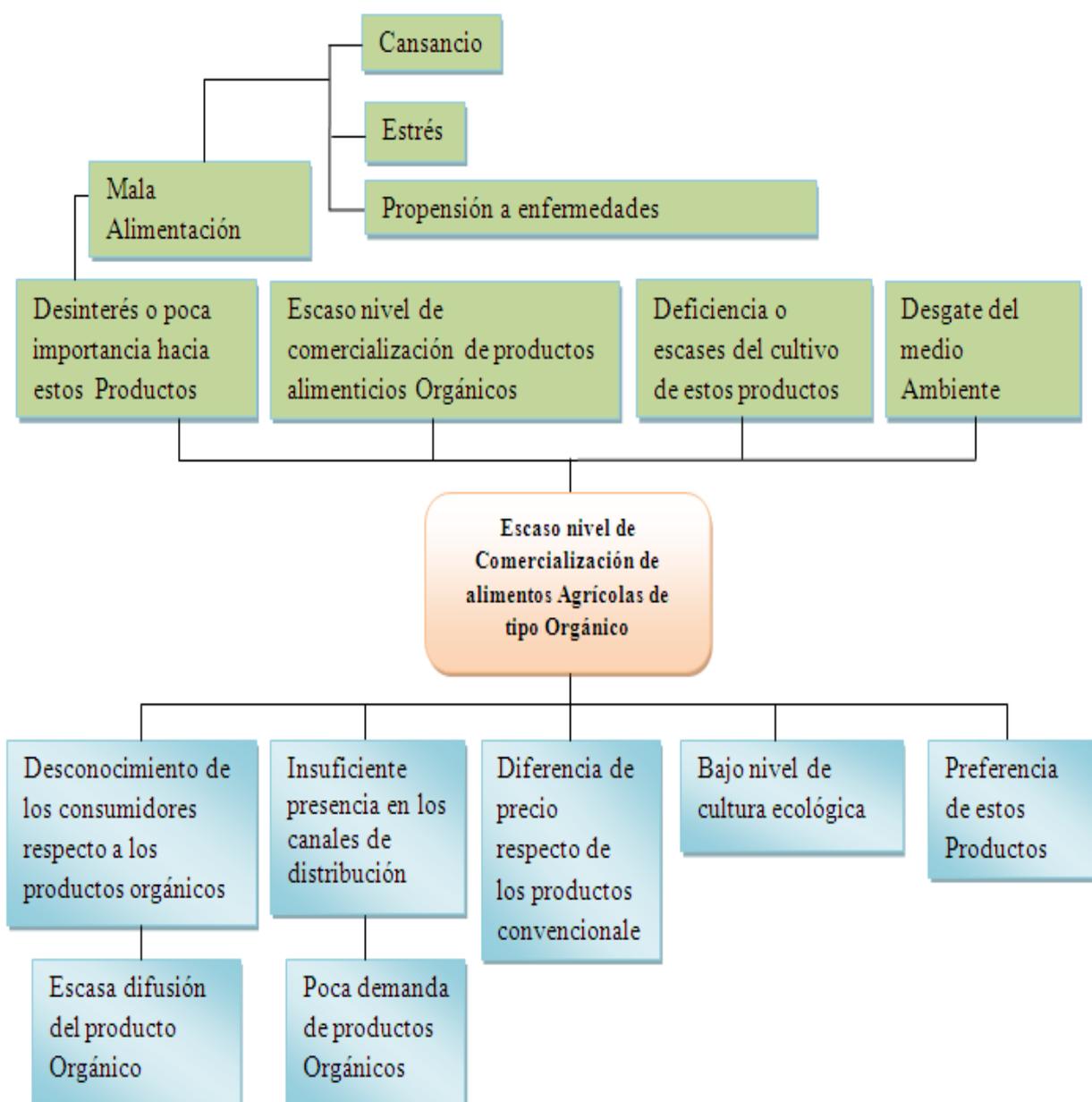
Claro, es una excelente idea el establecer un local donde se separen los alimentos orgánicos de los alimentos alterados químicamente, esto es indispensable en el Cantón Milagro pues mejoraría enormemente la calidad de vida de los Ciudadanos.

Interpretación: Concluyendo con la entrevista el Ing. Destaco que es una gran idea el fomentar el consumo de este tipo de alimentos a través de la implementación de un comisariato de alimentos agrícolas de tipo orgánico destacando su importancia para todos los ciudadanos Milagreños.

ANEXO 5. PROVEEDORES

| Proveedor | Dirección | Teléfono | Sitio Web |
|---------------------------|----------------------------------|-------------|---|
| Mercado de Transferencias | Ciudadela Caracol, Quinto Guayas | | |
| Vellicimo Center | Aguirre 1017, Guayaquil, Guayas | (4) 2510865 | http://www.tuugo.ec/126000453 |
| Alimentos el Gaucho S.A | Av. J Tanca Marengo | (4) 2282920 | |
| Agricultores | Babahoyo, Montalvo km 11/2 | | |
| Agricultores | Milagro vía Mariscal Sucre | | |

ANEXO 6. ARBOL DE PROBLEMAS



ANEXO 7.MATRIZ COMPARATIVA DE FORMULACIÓN, SISTEMATISAZION, OBJETIVOS E HIPÓTESIS DEL PROBLEMA

| TITULO DEL PROYECTO | | |
|---|--|---|
| ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DEDICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS DE TIPO ORGANICOS EN EL CANTON MILAGRO. | | |
| Formulación del Problema | Objetivo General | Hipótesis General |
| ¿Cómo Incide el escaso nivel de comercialización de alimentos de tipo orgánico en la salud y en las actividades socio-económicas de la población milagreña? | Determinar los diferentes factores que inciden directamente en el escaso nivel de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánico, utilizando Técnicas y Métodos investigativos de carácter Económico, Social y Ambiental. | El escaso nivel de comercialización de alimentos de tipo orgánico, minimiza el desarrollo sostenible y saludable de los ciudadanos del Cantón Milagro. |
| Sistematización del Problema | Objetivos Específicos | Hipótesis Particulares |
| ¿Cómo influye en la cultura ecológica y nutricional de los milagreños las actuales preferencias alimenticias? | Examinar las preferencias alimenticias de los milagreños para poder establecer los niveles de comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánicos. | Las preferencias alimenticias de los Milagreños que se generan por la cultura que estos han adquirido a través del tiempo hacen que exista mayor consumo de alimentos alterados minimizando la comercialización de alimentos agrícolas de tipo orgánicos. |
| ¿Cómo afecta el uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos al deterioro de las tierras y sus futuros productos? | Examinar los posibles efectos que están provocando el uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos y mediante campañas de difusión promover el consumo de alimentos orgánicos que mejorarían las actuales condiciones de la tierra y sobre todo el medio ambiente. | El uso inconsciente de químicos que los agricultores utilizan para sus cultivos en la tierra con el fin de agilizar los procesos productivos crea un desgaste en los macro y micro nutrientes del suelo haciendo que este se deteriore. |
| ¿Cuáles son las razones por las que existe un escaso nivel de conocimiento sobre los beneficios nutritivos de los alimentos de tipo orgánico en lo que corresponde a elección y consumo de los habitantes del Cantón Milagro? | Investigar las razones por las cuales en nuestro medio los ciudadanos mantienen un bajo nivel de conocimiento en lo que corresponde al tema orgánico. | El escaso nivel de conocimiento sobre los beneficios de los alimentos de tipo Orgánico crea una inadecuada elección y consumo de alimentos alterados con químicos. |
| ¿Qué origina la diferencia de precios de los productos alimenticios de tipo orgánico en comparación con los productos convencionales comunes en los mercados? | Investigar los factores y la diferencia en precios de los productos orgánicos con los convencionales para poder determinar los posibles costos y demanda de los alimentos agrícolas de tipo orgánicos. | La diferencia de precios de los alimentos de tipo orgánico en relación con los productos convencionales hace que exista en el mercado una mayor demanda de productos alterados químicamente. |