



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERO EN GESTIÓN DE GOBIERNOS SECCIONALES**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTO DE PLÁTANO DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA PROVINCIA DE ORELLANA”**

AUTOR:

**FRANCISCO SALVADOR REYES**

Orellana - Ecuador

2015

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión de Gobiernos Seccionales ha sido desarrollado por el señor Francisco Salvador Reyes, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su representación.

---

Ing. Víctor Oswaldo Cevallos Vique  
**DIRECTOR DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Diego Patricio Vallejo Sánchez  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Francisco Salvador Reyes, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Orellana, 03 de diciembre de 2015

**Francisco Salvador Reyes**

**1500203870**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado al ser más importante que es el creador de mi vida y de mi familia Dios. También a mi hermosa familia, esposa e hijos quienes me han apoyado desde el primer momento que tome esta decisión gracias a estos seres he llegado a obtener un triunfo más en mi vida.

A mi Sra. madre que también me supo brindar su apoyo moral, amigos que siempre estuvieron pendientes de mí para poder culminar con el proyecto propuesto.

**Francisco Salvador Reyes**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, cuna del saber, la ciencia y la investigación, a la Facultad de Administración de Empresas por permitirnos alcanzar el título de Programa Carrera Ingeniería en Gestión de Gobiernos Seccionales, a todos quienes fueron mis maestros que además de ser maestros fueron amigos gracias por los conocimientos impartidos, al director de trabajo de titulación con su asesoramiento y al miembro del tribunal.

**Francisco Salvador Reyes**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice tablas .....	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos .....	xii
Resumen ejecutivo.....	xiii
Summary.....	xiv
Introducción.....	1
<b>CAPITULO I: EL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema .....	4
1.2 OBJETIVOS .....	4
1.2.1 Objetivo general .....	4
1.2.2 Objetivos Específicos .....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	4
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
2.1 INTRODUCCIÓN A LOS PROYECTOS.....	6
2.1.1 Proyecto .....	6
2.1.1.1 Evaluación .....	6
2.1.2 Etapas de estudio en los proyectos. ....	6
2.2 ESTUDIOS NECESARIO PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS ..	7
2.2.1 Estudio de mercado .....	7
2.2.2 Identificación del producto:.....	8
2.2.3 Delimitación del área del mercado .....	8
2.2.4 Tipo de comercialización.....	8
2.2.5 Estudio Técnico. ....	9

2.2.6	Estudio legal y organizacional.....	9
2.2.7	Estudio de impacto ambiental.....	10
2.2.8	Estudio financiero.....	10
2.2.9	Evaluación financiera.....	10
2.3	CENTRO DE ACOPIO .....	11
2.3.1	Centro de Acopio.....	11
2.3.2	Mercado .....	11
2.3.3	Acopio .....	11
2.3.4	Almacenamiento .....	11
2.3.5	Comercialización .....	11
2.3.6	Canales de Comercialización.....	11
2.3.7	Clasificación .....	12
2.3.8	Distribución .....	12
2.3.9	Envasado.....	12
2.3.10	Producción .....	12
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO .....		14
3.1	HIPOTESIS .....	14
3.2	VARIABLES .....	14
3.2.1	Variable independiente .....	14
3.2.2	Variable dependiente .....	14
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	14
3.3.1	Estudios de investigación .....	15
3.3.2	Diseño de la investigación.....	15
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	16
3.4.1	Determinación de la muestra .....	16
3.5	METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS .....	17
3.5.1	Métodos .....	17
3.5.2	Técnicas .....	17
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO .....		19
4.1	TÍTULO.....	19
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA .....	19
4.2.1	Identificación del proyecto .....	19
4.2.1.1	Organización solicitante .....	19
4.2.1.2	Ubicación del proyecto .....	19

4.2.1.3	Duración del proyecto .....	20
4.2.2	Organización promotora del proyecto .....	21
4.2.2.1	Razón social de la organización .....	21
4.2.2.2	Dirección .....	21
4.2.2.3	Representante legal.....	21
4.2.2.5	Equipo técnico responsable del proyecto .....	21
4.2.3	Antecedentes y contexto .....	21
4.2.3.1	Antecedentes del proyecto.....	21
4.2.2.4	Fecha de creación y acuerdo de legalización.....	23
4.2.3.2	Contexto del proyecto.....	24
4.2.4	Importancia y justificación .....	28
4.2.4.1	Razones que motivan la realización del proyecto.....	28
4.2.4.2	Descripción de la situación sin proyecto .....	29
4.2.4.3	Cambios esperados a partir del proyecto .....	30
4.2.5	Descripción del proyecto .....	30
4.2.5.1	Beneficiarios del proyecto .....	30
4.2.5.2	Mecanismos de participación de los beneficiarios en las decisiones .....	31
4.2.5.3	Finalidad del proyecto .....	31
4.2.6	Estudio de mercado .....	31
4.2.6.1	Identificación del producto .....	31
4.2.6.2	Características del mercado .....	34
4.2.6.3	Análisis de la demanda y oferta.....	35
4.2.6.4	Oferta .....	35
4.3	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS .....	38
4.4	DESARROLLO DEL PROYECTO .....	49
4.4.1	Estudio de la oferta y demanda.....	49
4.4.2	Estudio de los precios .....	53
4.4.3	Estudio de comercialización.....	54
4.4.4	Marketing Mix .....	55
4.4.4.1	Análisis del Producto.....	55
4.4.4.2	Análisis del precio .....	57
4.4.4.3	Análisis de la plaza .....	58
4.4.4.4	Análisis de la promoción y publicidad .....	59
4.4.5	Estudio técnico .....	61



4.4.5.1	Objetivo .....	61
4.4.5.2	Tamaño del proyecto .....	61
4.4.5.3	Condicionantes del mercado.....	61
4.4.5.4	Criterio de selección para el centro de acopio.....	62
4.4.5.5	Localización del proyecto.....	62
4.4.6	Estudio legal y organizacional.....	66
4.4.6.1	Tipo de empresa: .....	66
4.4.6.2	Manual de procedimiento .....	68
4.4.6.3	Manual de funciones.....	68
4.4.7	Gestión De Calidad.....	76
4.4.8	Viabilidad financiera, económica y social.....	78
4.4.8.1	Inversiones fijas .....	79
4.4.8.2	Inversión en capital de trabajo.....	84
4.4.8.3	Inversión en Activos Diferidos .....	84
4.4.8.4	Resumen de la Inversión Inicial .....	85
4.4.9	Financiamiento del proyecto .....	85
4.4.10	Proyección de ventas .....	86
4.4.11	Costo de ventas .....	87
4.4.12	Gastos operativos.....	88
4.4.13	Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	92
4.4.14	Flujo de caja proyectado.....	93
4.4.15	Indicadores de evaluación del proyecto.....	94
	CONCLUSIONES.....	99
	RECOMENDACIONES .....	100
	BIBLIOGRAFIA .....	101
	ANEXOS.....	103

## ÍNDICE TABLAS

Tabla N° 1. Información nutricional.....	33
Tabla N° 2. ¿Cómo distinguir entre el banano y el plátano.....	34
Tabla N° 3.Oferta Histórica.....	36
Tabla N° 4. Oferta Proyectada.....	37
Tabla N° 5. Demanda Insatisfecha .....	37
Tabla N° 6 . Tipo de plátano.....	38
Tabla N° 7. Frecuencia que vende su producto .....	39
Tabla N° 8. Lo que produce, vende y en qué cantidad .....	40
Tabla N° 9. Tiene dificultades para comercializar .....	41
Tabla N° 10. Tiene un intermediario fijo.....	42
Tabla N° 11. De qué forma vende su producto.....	43
Tabla N° 12. Considera la creación de un Centro de Acopio .....	44
Tabla N° 13. En qué lugar le gustaría un Centro de Acopio .....	45
Tabla N° 14. Estaría dispuesto a vender su producto .....	46
Tabla N° 15. Le gustaría recibir asesoramiento técnico .....	47
Tabla N° 16. El centro de acopio mejorará la calidad de vida.....	48
Tabla N° 17. Proyección de la demanda del centro de acopio .....	50
Tabla N° 18. Superficie de producción del plátano .....	51
Tabla N° 19. Producción de plátano a nivel nacional.....	52
Tabla N° 20. Proyección de la producción del centro de acopio .....	52
Tabla N° 21. Precio promedio de plátano a nivel nacional (Dólar / caja) .....	53
Tabla N° 22. Puntos de comercialización del producto.....	59
Tabla N° 23. Promoción y Publicidad .....	60
Tabla N° 24. Localización del centro de acopio.....	78
Tabla N° 25. Terrenos.....	79
Tabla N° 26. Edificios .....	79
Tabla N° 27. Vehículos.....	80
Tabla N° 28. Equipos de oficina.....	80
Tabla N° 29. Muebles de oficina .....	81
Tabla N° 30. Equipos de computación .....	81
Tabla N° 31. Equipos para cuarto frío .....	82

Tabla N° 32. Herramientas y materiales .....	82
Tabla N° 33. Resumen de la Inversión Fija Inicial.....	83
Tabla N° 34. Inversión en capital de trabajo .....	84
Tabla N° 35. Inversión en Activos Diferidos .....	85
Tabla N° 36. Resumen de la Inversión Inicial .....	85
Tabla N° 37. Financiamiento del proyecto .....	86
Tabla N° 38. Proyección de ventas .....	87
Tabla N° 39. Costo de ventas.....	88
Tabla N° 40. Gastos de personal.....	89
Tabla N° 41. Depreciación de activos fijos .....	90
Tabla N° 42. Servicios básicos .....	90
Tabla N° 43. Seguros y mantenimiento .....	91
Tabla N° 44. Amortización de activos diferidos.....	91
Tabla N° 45. Resumen de los gastos operativos .....	92
Tabla N° 46. Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	92
Tabla N° 47. Flujo de caja proyectado .....	96
Tabla N° 48. Periodo de recuperación de la inversión .....	98

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura N° 1. Hilo conductor .....	13
Figura N° 2. Ubicación geográfica del proyecto .....	20
Figura N° 3. Ubicación de la parroquia Joya de los Sachas .....	20
Figura N° 4. Tipo de plátano .....	38
Figura N° 5. Frecuencia que vende su producto .....	39
Figura N° 6. Lo que produce, vende y en qué cantidad.....	40
Figura N° 7. Tiene dificultades para comercializar .....	41
Figura N° 8. Tiene un intermediario fijo .....	42
Figura N° 9. De qué forma vende su producto .....	43
Figura N° 10. Considera la creación de un Centro de Acopio.....	44
Figura N° 11. En qué lugar le gustaría un Centro de Acopio .....	45
Figura N° 12. Estaría dispuesto a vender su producto .....	46

Figura N° 13. Le gustaría recibir asesoramiento técnico.....	47
Figura N° 14. El centro de acopio mejorará la calidad de vida .....	48
Figura N° 15. Canales de distribución del plátano .....	54
Figura N° 16. Caja de plátano.....	55
Figura N° 17. Esquema de Distribución del Centro de Acopio.....	58
Figura N° 18. Macro localización.....	63
Figura N° 19. Micro localización: .....	64
Figura N° 20. Plano del centro de acopio .....	64
Figura N° 21. Proceso .....	65
Figura N° 22. Estructura orgánica función .....	72

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo N° 1. Encuesta.....	104
Anexo N° 2. Fotos ejecución del proyecto .....	105

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente de Trabajo de Titulación es un estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de producto de plátano de los pequeños agricultores de la Provincia de Orellana. Estudiar la factibilidad para la creación de un centro de acopio de plátano para optimizar la producción y la comercialización de acuerdo con los parámetros de la matriz productiva en el Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana. Con la creación de un Centro de Acopio del producto de plátano se optimizara la producción y comercialización y mejorará las condiciones de vida de los pequeños productores de plátano de la Provincia de Orellana.

Los resultados de la investigación de este estudio se evidenciaron al aplicar la metodología de la investigación para clasificar y ordenar los datos conseguidos, y me facilitó conseguir la interpretación y análisis obtenidos en la recolección de la información en lo cual se aplicó las siguientes herramientas como observación, encuestas, entrevistas. Del estudio de mercado, se puede decir que la investigación de campo presenta datos alentadores en referencia a la oferta y la demanda para establecer una red de comercialización de productos, beneficiándose así al consumidor final y consecuentemente al pequeño productor agrícola.

Es fundamental que el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana ejecute el proyecto como medida para mejorar la producción y comercialización del plátano y así de esta manera abrir oportunidades de desarrollo de los pequeños productores.

**Palabras Claves:** Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana.

---

Ing. Víctor Cevallos Vique

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACION**

## **SUMMARY**

The present Graduation Work consists of a feasibility study for the creation of a collection center of banana product of the small farmers of the Orellana Province. The feasibility study for the creation of a banana collection center to optimize production and commercialization according to the parameters of the productive matrix in the Francisco de Orellana Canton, Orellana Province, was carried out. With the creation of a Collection Center of the banana product production and Commercialization will be optimized; the life standard of the small banana producers will improve.

The results of this study investigation were evident upon applying the investigation methodology to classify and order data which facilitated the interpretation and analysis obtained from the information in which tools such as observation, questionnaires and interviews were applied. From the market study, it can be said that the field investigation presents promising data as to the offer and demand to establish a product commercialization network, benefitting both the final consumer and consequently the small farmer.

It is fundamental that the Autonomous Decentralized Provincial Government of Orellana execute the project as a measure to improve the banana production and commercialization so as to open development opportunities of the small farmers.

**Key Words:** Autonomous Decentralized Provincial Government of Orellana.

## INTRODUCCIÓN

Con el presente trabajo de titulación se dará a conocer los estudios para el montaje de un centro de acopio de producto de plátano para los pequeños agricultores de la provincia de Orellana, lo que se busca es canalizar la producción de plátano en la región y dar solución a los problemas que se presentan actualmente en la comercialización.

Este proyecto comprende aspectos generales del plátano y el municipio además de estudio legal, administrativo, estudio de mercados y técnico con el cual se concertará mejor el estado del proyecto para su fin o viabilidad.

Con la creación del centro de acopio se atraerá mejores precios para el agricultor y, con ello, el logro de mayores ingresos que mejoren las condiciones de vida de los pequeños productores de plátano de la provincia de Orellana. Y desarrollar un proyecto que incluya un análisis de opciones para mejorar el manejo de la producción y comercialización y control de la calidad en los centros de acopio

Con un estudio técnico se va a determinar si el Cantón Francisco de Orellana es un lugar estratégico que favorezca el desarrollo del proyecto.

Mediante un estudio de mercado se revelará estrategias de comercialización que puedan ocasionar gran rentabilidad y utilidad para los productores de plátano de la provincia de Orellana con miras a producir productos de calidad para ampliar mercado para la exportación.

Para desarrollar el trabajo fue necesario revisar aspectos teóricos y empíricos como la elaboración de proyectos, organigrama estructural y ejecución de proyectos.

# **CAPITULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Nuestro país es un exportador del plátano a nivel mundial se ve afectado por la existencia de compañías nacionales exportadoras, los mismos centran su interés en aquellos productores que comercializan en grandes cantidades, lo cual ha dado lugar a la inestabilidad de los pequeños productores de todas las provincias productoras de plátano del país en particular en la zona oriental del país; como son Orellana, Napo y Morona Santiago

Es importante señalar que esta investigación ayuda a conocer un poco más sobre la problemática que vive actualmente los productores de plátano con referencia a la venta de su producto y como es comercializado en este orden de ideas conoceremos los factores que influyen en el mercadeo del rubro plátano, y cual es en su totalidad del mercado comercial específicamente lo que sucede con el mercado de los pequeños comerciantes de la Provincia de Orellana que, en su defecto se convierten en demandantes, específicamente el sector oriental, ha tenido siempre y tendrá una gran importancia no solo para esta zona sino también para el país, ya que este es uno de los productos que generan grandes ingresos al mismo, de igual manera, esta es una zona eminentemente buena con respecto a la producción del plátano, en cierta forma se ha de tener presente la manera en que este producto se ha destacado, dentro del ámbito económico de nuestra Nación.

El proyecto tendrá un beneficio de interés local ya que como se mencionó anteriormente, toda la zona platanera de la provincia de Orellana resulta favorecida. En cuanto al ámbito regional se puede decir que permitirá a la zona de la Provincia de Orellana ser reconocida mediante la comercialización de la producción.

En la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE) se encuentran los mayores niveles de pobreza y de pobreza rural del país. En términos de producción agropecuaria su producción y productividad, es la más baja, siendo mayormente basada en la explotación de los recursos naturales, con un bajo nivel de aplicación de tecnología. No existe una organización de



productores importantes ni centros de acopio, lo cual impide una visión de cadenas productivas, limitando significativamente las posibilidades para el desarrollo de la agroindustria o de conseguir posicionarse con productos diferenciados en el mercado local, nacional o internacional.

En general, en la RAE tampoco existe una adecuada interacción interinstitucional; las entidades de gobierno, a todo nivel, no han logrado construir redes de servicios públicos, no se aplica un trabajo coordinado y complementario entre entidades nacionales y gobiernos locales, sean estos provinciales o cantonales.

Las universidades en la zona denotan actuar en muchos casos al margen de las necesidades de la población o lo hacen de forma aislada, usualmente en convenios con Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) con proyectos auspiciados con recursos externos, orientados a la investigación básica que a la investigación aplicada.

También, se encuentran un sinnúmero de organizaciones particulares nacionales e internacionales que no se ajustan ni enlazan con los planes y programas gubernamentales de desarrollo, ni con un plan regional o local y lo que es peor, que no rinden cuentas a nadie, incluidos los supuestos beneficiarios.

Esta situación se ve agravada por la irracional explotación de los recursos de la RAE, en particular los forestales, lo cual origina la pérdida de recursos genéticos, el cambio del uso del suelo, donde desaparece el bosque y aparecen pastos de mala calidad, con la consecuente pérdida de biodiversidad, agua y el apareamiento de áreas en las que el suelo ha perdido su capacidad de uso forestal o agrícola

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Cómo el estudio de factibilidad de la creación de un centro de acopio, incide en la optimización de la producción y comercialización del plátano en la ciudad de Francisco de Orellana, Provincia de Orellana?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

Campo:	Formulación de Proyectos
Aspecto:	Estudio de Factibilidad
Espacial:	Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana
Temporal:	2014 - 2018

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general**

Estudiar la factibilidad para la creación de un centro de acopio del plátano para optimizar la producción y la comercialización de acuerdo con los parámetros de la matriz productiva en el Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Establecer las bases teóricas conceptuales del estudio de factibilidad para sustentar la situación polémica y la propuesta para obtener la competitividad del sector platanero en la Provincia de Orellana
- ✓ Desarrollar un proyecto que incluya un análisis de opciones para mejorar el manejo de la producción y comercialización y control de la calidad en los centros de acopio
- ✓ Elaborar el análisis económico y financiero para conocer el Costo - beneficio del proyecto. Para determinar los impactos que puede ocasionar la creación de un centro de acopio comunitario en lo económico, social y ecológico.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto de la creación de un centro de acopio del plátano constituye un tema muy particular desde el punto de vista teórico, ya que no existen otras investigaciones relacionadas al tema por personas o instituciones en el Cantón; por lo tanto, se constituye en un proyecto que llevará a la solución de problemas, como es la

estafa en precios a los pequeños y medianos agricultores por parte de los intermediarios, lo que puede generar un modelo de Desarrollo Económico.

La realización del estudio para la elaboración de este proyecto desde el enfoque práctico es importante porque permitirá crear un centro de acopio comunitario de plátano, ya que esta zona tiene mucha producción agrícola, la misma que se constituye como un recurso natural por su biodiversidad, generando así una gran oportunidad para lograr el desarrollo económico de la misma. El estudio de creación de un centro de acopio comunitario, es porque existen productores con grandes extensiones de sembríos y no existe un lugar adecuado donde se pueda almacenar la producción agrícola, de esta forma se garantiza el éxito de este proyecto y fundamentalmente mejorar la calidad de vida de los agricultores.

Los estudios de pre inversión dan la información precisa y necesaria a los interesados del proyecto y además dan la confiabilidad de la información en cuanto a una investigación eficaz, eficiente y efectiva para su sostenibilidad y viabilidad. Lo que persigue la creación del centro de acopio es captar mejores precios para el agricultor y, con ello, el logro de mayores ingresos mediante la organización del proceso de distribución. A su vez, el centro de acopio permitirá mejorar la planificación de la producción y fomentar programas de ventas de otros productos en la región.

Desde el punto de vista metodológico aplique los pasos de un estudio de factibilidad del proyecto es decir partimos del problema, luego realizamos un estudio de mercado que me permite confrontar la oferta y la demanda del producto y fundamentalmente alinear estrategias para mejorar la comercialización y dar un valor agregado con el posicionamiento e imagen del centro de acopio, posteriormente desde el estudio de mercado, realizar el estudio técnico para analizar la localización y diseñar los planos del centro de acopio, para tal efecto también se realiza un estudio económico financiero para determinar la factibilidad del centro de acopio y si es factible el presente proyecto

Desde el enfoque me permite poner en práctica los conocimientos adquiridos en mi profesión, con la finalidad de dar soluciones claras y oportunas sobre situaciones reales a la problemática de la Provincia de Orellana y ofrecer respuestas a las necesidades agrícolas en base a la nueva matriz productiva del país

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 INTRODUCCIÓN A LOS PROYECTOS**

#### **2.1.1 Proyecto**

“Un proyecto es la búsqueda a una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana.

En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad.”

##### **2.1.1.1 Evaluación**

“La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura, y rentable. Solo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa”. (Baca, 2010)

#### **2.1.2 Etapas de estudio en los proyectos.**

##### **a. Perfil.**

“Estudio exploratorio basado en información estadística disponible y comprende los análisis de: mercado y tamaño; disponibilidad de insumos; tecnología, monto de inversión requerida y; marco físico, social y político,” (Moreno, 2007)

## **b. Nivel de pre factibilidad y factibilidad.**

“En el nivel de pre factibilidad se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. En factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, recurriéndose principalmente a información de tipo primaria. La información primaria es la que genera la fuente misma de la información. Por ejemplo, mientras el costo promedio del metro cuadrado de construcción se usa a nivel de pre factibilidad por ser un promedio o estándar, en factibilidad debe realizarse un estudio detallado de cada uno de los ítems, para determinar la cuantía de los costos específicos de esa construcción en particular.”. (Sapag, 2011)

## **c. Diseño final.-**

“Determinación de las bases de diseño que comprende: ingeniería de detalle, servicios auxiliares, construcción y puesta en operación”. (Moreno, 2007) (p.8).

## **2.2 ESTUDIOS NECESARIO PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS**

### **2.2.1 Estudio de mercado**

“El objetivo de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto o servicio en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticulado y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero que puede percibirse, esto no implica que pueda dejarse de realizar estudios cuantitativos.”

“Por el contrario la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias. El estudio de mercado puede responder a cuatro preguntas:

- ✓ ¿Qué es lo que debo vender?
- ✓ ¿Cuánto debo vender?
- ✓ ¿Dónde debo vender?
- ✓ ¿A qué precio debo vender? (Moreno, 2007)

### **2.2.2 Identificación del producto:**

*Características:* Como empresa desplegar todas las características:

- ✓ Olor
- ✓ Fecha de elaboración
- ✓ Fecha de expiración
- ✓ Precauciones

### **2.2.3 Delimitación del área del mercado**

El producto que definimos que quieren consumir:

- ✓ Genero
- ✓ Edad
- ✓ Tallas
- ✓ Ingreso social
- ✓ Estructura social
- ✓ Religión
- ✓ Idiosincrasia
- ✓ Cultura
- ✓ Clima

### **2.2.4 Tipo de comercialización**

- ✓ **Demanda**
  - Conocer históricamente
  - Conocer actualmente
  - Proyectar

✓ **Oferta:** quienes son los competidores

- Conocer históricamente
- Conocer actualmente
- Proyectar

“En función de la oferta y la demanda se obtiene la demanda insatisfecha.”  
(Moreno,R.2007, p10).

### **2.2.5 Estudio Técnico.**

“El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.

Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición optima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente el resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación”. Sap N (2007) (p 95)

### **2.2.6 Estudio legal y organizacional.**

“Desde la primera actividad que debe realizar una empresa para iniciar su funcionamiento, es decir su constitución, hasta su implantación y operación posterior, el proyecto se enfrentara un marco legal específico que se deberán considerar y que influye en forma directa en sus costos y sus beneficios.

Usualmente es necesario estimar costos de internacional de materias primas y maquinarias que dependen de una legislación específica, en la organización existen costos asociados a los títulos de propiedad, impuestos municipales y locales a las actividades industriales y asas por utilización de servicios por categoría de uso, gastos notariales y marcas, los impuestos a las utilidades empresariales y los relativos al valor agregado” Moreno, R. (2007) (p. 11).

“Una vez que ha sido determinada la factibilidad técnica del proyecto es necesario definir la factibilidad legal del proyecto.

En este sentido es necesario determinar todas las regulaciones de tipo legal que podrían afectar su desarrollo, específicamente en lo referente a su ubicación y funcionamiento.”  
Fernández, S (2007) (p 45).

### **2.2.7 Estudio de impacto ambiental.**

“Dependiendo del tipo de actividad, se requiere cumplir con trámites para el otorgamiento de permisos de funcionamiento( patentes, licencias, estudios de impacto ambiental, etc.) que podrían afectar la etapa de operación, tanto en la parte productiva como de desechos, en donde se hace necesario cumplir con una serie de directrices emanadas por entidades responsables de la salud pública”. Fernández, S (2007) (p. 45)

### **2.2.8 Estudio financiero.**

“El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación, costos de producción, depreciaciones, etc.

La información utilizada en este apartado proviene de dos grandes fuentes: el estudio de mercado por medio del que se determinan los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio. Por su parte el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, etc.” Fernández, S (2007) (p. 45)

### **2.2.9 Evaluación financiera.**

“Este capítulo se propone descubrir los cálculos de los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la Tasa Interna de retorno y el valor presente neto, se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evolución que no toman en cuenta el valor del



dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación.” (Moreno, 2007)(p. 13).

## **2.3 CENTRO DE ACOPIO**

### **2.3.1 Centro de Acopio**

Es un espacio, que tiene como fin la reunión o recolección de productos en grandes cantidades para luego poder almacenarlo por un tiempo definido y así poderlo comercializar y distribuir en ventas o mercados en las mejores condiciones posibles.

### **2.3.2 Mercado**

Es un espacio, que puede ser de piso plaza cubierto, descubierto o de usos múltiples, en donde se llevan a cabo actividades de carácter social, cultural y comercial, no obstante es el encargado del abastecimiento de productos a la comunidad.

### **2.3.3 Acopio**

Reunión de productos diseminados en las zonas de producción, para elaborar volúmenes mayores y enviarlos a los centros de consumo.

### **2.3.4 Almacenamiento**

Acción y efecto de almacenar determinados productos para su adecuada conservación y adecuada manipulación.

### **2.3.5 Comercialización**

Actividades entre negocios que dan movimientos a los bienes y servicios, desde el inicio de la producción hasta la llegada a manos del consumidor.

### **2.3.6 Canales de Comercialización**

Medio por el cual se lleva a cabo el movimiento de producto, desde los centros de producción hasta el consumidor final.

### **2.3.7 Clasificación**

Agrupación de productos primarios o elaboración de lotes diferentes ya sea de forma manual o por medio mecánico para lograr características de calidad homogéneas.

### **2.3.8 Distribución**

Reparto organizado de producto desde el almacenamiento o centro de conservación hasta los distintos mercados o ventas a los cuales el consumidor pueda adquirir el producto.

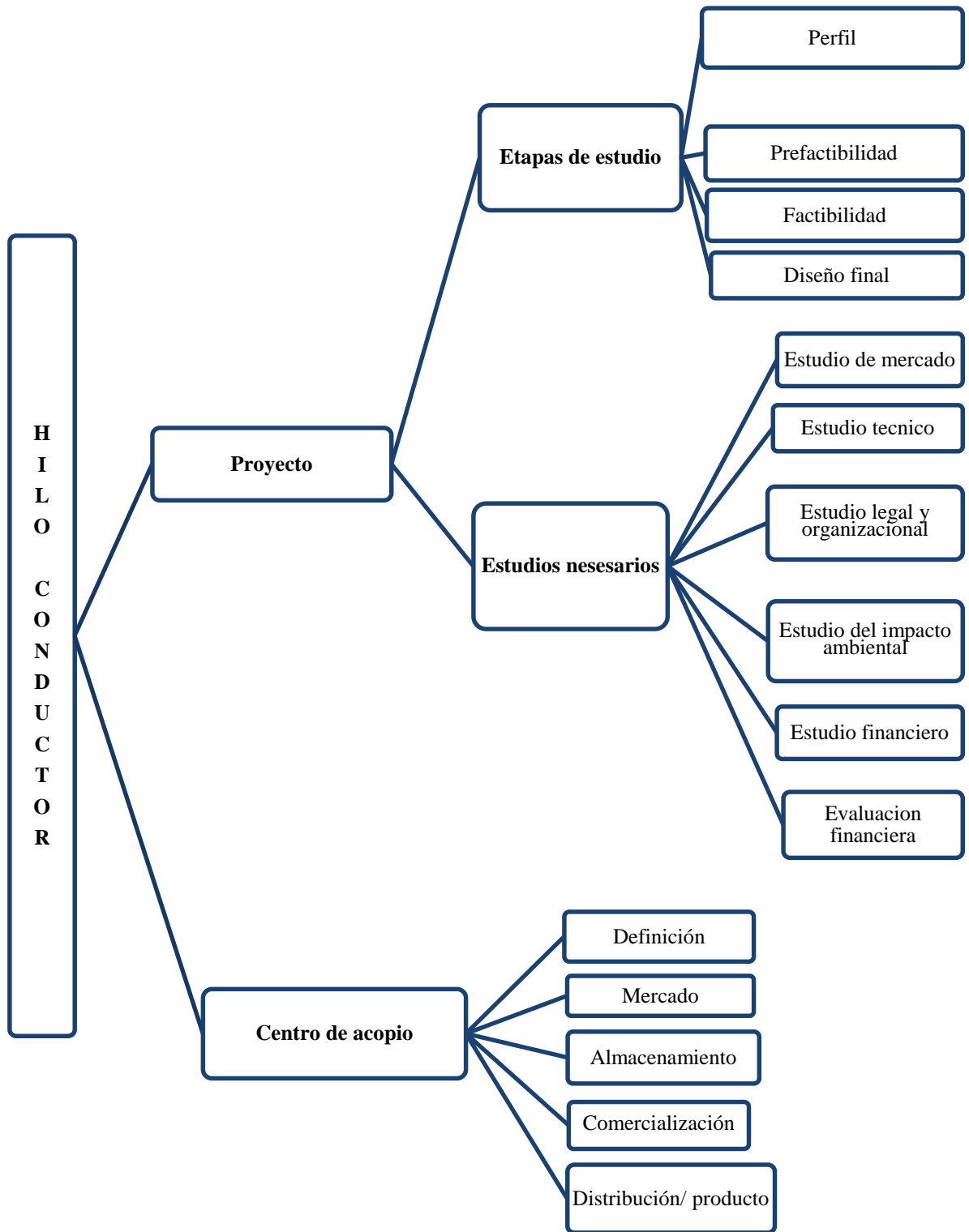
### **2.3.9 Envasado**

Manipuleo conveniente de producto, en accesorios los cuales brindarán una buena presentación, mantiene la cantidad exacta del producto, impidiendo el deterioro, robo, adulteración o sustitución, del el producto que transporta.

### **2.3.10 Producción**

Proceso de creación de los bienes materiales necesarios para la existencia y el desarrollo de la sociedad, y es el medio por el cual el hombre puede interactuar conjuntamente.

**Figura N° 1. Hilo conductor**



**Elaborado por:** El Autor

## **CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 HIPOTESIS**

Con la creación de un Centro de Acopio del producto de plátano se optimizara la producción y comercialización y mejorará las condiciones de vida de los pequeños productores de plátano de la provincia de Orellana

### **3.2 VARIABLES**

#### **3.2.1 Variable independiente**

Optimización de la producción y comercialización del plátano

#### **3.2.2 Variable dependiente**

Mejora las condiciones de vida de los productores

### **3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

La investigación realizada es mixta, es decir cualitativa, cuantitativa entre estos dos términos hay que declarar el tipo de investigación

El propósito o de la investigación cualitativa aplicada es el punto de partida para percibir el problema, desde o la indagación en los hechos que al mismo tiempo presentaran datos e indicadores mediante el análisis del estudio de mercado; mientras que la investigación cuantitativa fundamenta su búsqueda en las causas, persiguiendo el control interno para mejorar la comercialización del producto.

Desde la perspectiva de la investigación, el fundamento es la interpretación de la factibilidad del proyecto, primeramente desde el estudio técnico y su importancia para la puesta en marcha del proyecto para poder partir con la aplicación de fases y técnicas e indicadores financieros como herramienta para evaluar su factibilidad y los logros de

los objetivos, en relación con los avances productivos que oferta los pequeños agricultores, frente a esta realidad está el enfoque en los diseños investigativos, donde se interpretó la necesidad de creación del centro de acopio

### **3.3.1 Estudios de investigación**

Descriptivas: El propósito es describir situaciones y eventos de acuerdo a la realidad agropecuaria en referencia del plátano. Es decir como es y cómo se manifiesta la comercialización. Busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, de la producción o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Se seleccionó una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga. A diferencia de los primeros que se centran en descubrir. La investigación descriptiva requiere de formular las preguntas específicas que busca responder la realidad actual del productor

Correlacionales: este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables de estudio. Miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación. Saber cómo se puede comportar la variable causa conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas.

Dentro del proyecto se busca medir la relación entre la optimización de la producción y comercialización del producto con la mejora de la calidad de vida

### **3.3.2 Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación es de tipo cuasi experimental, es decir que se manipula las variables en estudio, por lo tanto analizaremos como incide la optimización de la producción y comercialización del producto con la mejora de la calidad de vida como herramienta para iniciar el apoyo a los agricultores a través del centro de acopio

Aplicar diferentes estrategias para clasificar la investigación cuasi experimental, tome varios puntos que servirán en la estructura de la unidad de auditoría, es decir de

acuerdo con el número de momentos o puntos en el estudio del proyecto en los cuales se recolectan los datos estadísticos de la producción del plátano.

### **Investigación transversal**

Recolecté los datos de los procesos que rige en la producción del plátano, en los principales cantones de la Provincia de Orellana

### **Investigación longitudinal**

La investigación se obtuvo datos de la misma población en diferentes momentos de los productores. Se comparó los datos obtenidos en las diferentes oportunidades a la misma población o muestra y se podrán analizar los cambios a través del tiempo y de lugar de determinadas variables o en las relaciones entre ellas.

## **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para el trabajo de investigación se trabajara con toda la población en referencia a funcionarios

En cuanto a pequeños productores

### **3.4.1 Determinación de la muestra**

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.9)(0.1) * 840}{(1.96)^2 (0.9)(0.1) + 840(0.05)^2}$$

$$n = 119 \text{ Encuestas}$$

N = tamaño de la muestra  
Z = Nivel de confiabilidad (95%)  
P = Probabilidad de ocurrencia 0.90  
Q = Probabilidad de no ocurrencia 1 - 0.90 = 0.10  
N = Población 840  
E = 0.05

## **3.5 METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS**

### **3.5.1 Métodos**

#### **Inductivo – deductivo**

Permitió conocer como está estructurada la población que se dedica a la producción del plátano partiendo de casos particulares a un conocimiento general.

#### **Deductivo**

Permite Resumir de manera confiable, creíble, específica y concreta el proceso de comercialización desde el centro de acopio.

#### **Método Descriptivo**

Se utilizó este método en la investigación para clasificar y ordenar los datos conseguidos, y me facilitó conseguir la interpretación y análisis obtenidos en la recolección de la información

### **3.5.2 Técnicas**

#### **Observación**

La observación fue una de las técnicas cualitativas que se aplicará en la investigación y precisamente en el marco de la producción y comercialización Basados en analizar la información sobre los procesos.

#### **Encuesta**

Se utilizó la encuesta como técnica que le posibilita descubrir los aspectos importantes de la información de sus involucrados y los constructos con arreglo a los cuales están estructurados desde los diferentes enfoques de la opinión y el pensamiento de pequeños productores

## **Entrevista**

La entrevista fue un instrumento fundamental en la investigación, pues a través de ella se podrá recoger información de muy diversos ámbitos relacionados con la propuesta de creación del centro de acopio, la entrevista se aplicó a personas especialistas y/o conocedores de varios ámbitos del proceso de producción y comercialización como base fundamental para mejorar la calidad de vida.

## **Instrumentos**

- ✓ Guía de Encuestas
- ✓ Guía de Entrevistas
- ✓ Guía de Observación directa



## **CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TÍTULO**

“Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio del plátano para optimizar la producción y la comercialización de acuerdo con los parámetros de la matriz productiva en el Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana”.

### **4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

#### **4.2.1 Identificación del proyecto**

##### **4.2.1.1 Organización solicitante**

La organización solicitante corresponde al Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana, quienes están muy empeñados en llevar adelante la presente propuesta y aportar con las nuevas políticas del país en referencia a la matriz productiva y los objetivos del buen vivir.

##### **4.2.1.2 Ubicación del proyecto**

La zona de implementación del proyecto se encuentra ubicado en:

Provincia: Orellana

Cantón: Francisco de Orellana

Parroquia:

Sector: Loreto La Joya de los Sachas





**Figura N° 2.** Ubicación geográfica del proyecto



**Fuente:** Googlemaps, 2015

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 3.** Ubicación de la parroquia Joya de los Sachas

	<b>Cantón</b>	<b>Pob. (2010)</b>	<b>Área (km<sup>2</sup>)</b>	<b>Cabecera Cantonal</b>
	<b>Aguarico</b>	<b>4.847</b>	<b>11.358</b>	Nuevo Rocafuerte
	<b>Orellana</b>	<b>72.795</b>	<b>6.995</b>	Francisco de Orellana (Coca)
	<b>La Joya de los Sachas</b>	<b>37.591</b>	<b>1.195</b>	La Joya de los Sachas
	<b>Loreto</b>	<b>21.163</b>	<b>2.127</b>	Loreto

**Fuente:** GOOGLMAPS, 2015

**Elaborado por:** El Autor

#### **4.2.1.3 Duración del proyecto**

El presente proyecto tendrá una duración de 5 años en el que se involucran actividades, agrícolas, ambientales y sociales. Empezará a finales del año 2015 con la inversión y la proyección será hasta el año 2020, año el cual finalizará.

## **4.2.2 Organización promotora del proyecto**

### **4.2.2.1 Razón social de la organización**

La entidad que ejecutará el proyecto es el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana.

### **4.2.2.2 Dirección**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana, se encuentra ubicado en las calles.

### **4.2.2.3 Representante legal**

Ab. Guadalupe Llori Abarca

### **4.2.2.5 Equipo técnico responsable del proyecto**

El equipo Técnico responsable de la elaboración del proyecto es el siguiente:

Sr. Francisco Reyes – estudiante de la carrera de Ingeniería en Gestión de Gobiernos Seccionales, extensión norte amazónica de la Facultad de Administración de Empresas, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Además participaron en la elaboración del presente proyecto los técnicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Orellana.

## **4.2.3 Antecedentes y contexto**

### **4.2.3.1 Antecedentes del proyecto**

La agricultura en el Ecuador tiene gran importancia económica panorámica por ser fuente de empleo para el 42% de la Población Económicamente Activa, distribuida en todo el país, sin embargo los niveles de ingreso de este conglomerado se encuentran

cada vez más reducidos, impidiendo hacer de esta actividad una fuente de mejoramiento social, por esta razón se ha establecido el proyecto de inversión de un centro de acopio de plátano, el cual ocupa un lugar preponderante entre las hortalizas que se cultivan en el Ecuador por ser un producto apetecido por todas las clases sociales y además ser materia prima de la industria de las pastas y salsas.

La provincia de Orellana en la actualidad en la producción agrícola es de vital importancia de acuerdo a su superficie, es así que tenemos: cultivos permanentes con 27548 Ha, 16450 Ha de cultivos transitorios y 7040 Ha de pastos naturales, lo que equivale a nivel de país con un total de 81925 Ha equivalente a 1,1, de participación nacional, lo que le convierte al sector en una provincia eminentemente agrícola.

Los problemas sociales y económicos que afectan a los productores primarios dedicados al cultivo de plátano cuyos ingresos son bajos han influido considerablemente para que las superficies cultivadas se hayan visto reducidas ante la imposibilidad de competir con la producción de grandes empresas nacionales y extranjeras.

La provincia de Orellana, posee una variada gama de climas lo que permite obtener una serie de productos que en su mayoría forman parte de la canasta básica familiar. Tomando en cuenta las necesidades de los consumidores y los diferentes gustos o culturas alimenticias, con lo cual se hace notoria la oportunidad para los pequeños y medianos productores de la zona.

Es así que los consumidores finales son los que están interesados en mejorar permanentemente su seguridad alimentaria y salud integral tanto personal como familiar, están conscientes de la calidad de productos que deben consumir. En definitiva los consumidores finales son quienes exigen y sugieren las condiciones del producto a recibir para mayor seguridad

Entre las exigencias del mercado local está la procedencia del producto, la presentación del mismo (calidad de producto), todo ello ha generado interés en los productores y los mismos consumidores que ha desequilibrado el proceso en dos puntos de vista definidos: ampliación de los mercados y por ende déficit de la oferta.

Entre los productos que generalmente se han venido tratando están diferentes variedades, dándoles la calidad de seleccionados, sanos, limpios y de calidad para todas las familias, que por las mismas exigencias se hace necesario ampliar los escenarios.

El producto con potencial de consumo es el plátano, producto caracterizado por ser cultivado de manera limpia, sano y a un costo bajo lo que contribuye al mejoramiento de la seguridad alimentaria y salud integral de todos los consumidores de estos productos y la generación de más recursos económicos a los pequeños productores y una economía a los consumidores finales por el proceso de compra – venta mediante centro de acopio que en la provincia no tiene y tiene que llevar su producto a otras provincias como Pichincha

#### **4.2.2.4 Fecha de creación y acuerdo de legalización**

El 2 de Agosto de 1985 se presenta al Congreso Nacional una petición, pidiendo se creen dos nuevas provincias en el Oriente de las cuales el Congreso Nacional apoya la creación de la provincia de Sucumbíos en 1989. El 5 de Marzo de 1987 explota el Reventador y un terremoto devasta la región este fenómeno natural provoca aislamiento del territorio del cantón Francisco de Orellana por lo cual los moradores de Orellana afianzan aún más la férrea decisión de constituirse en provincia, el 2 de Agosto de 1987 nuevamente en Coca se forma un comité pro provincialización que se denominará “Mons. Alejandro Labaka”. Quedó constituido así:

Prof. Oswaldo Flores: Presidente

Padre Roque Grandez: Vicepresidente

Srta. Rosana Pérez: Secretaria

Dr. Leonidas Valencia: Tesorero

A partir del año 1997 la constante presión social hace que Resoluciones de los Municipios de Orellana y Aguarico soliciten la fundación de la nueva Provincia, el Municipio “Francisco de Orellana presidido por el Sr. Eduardo Montaña; en sesión del 10 de Enero de 1997 entrega el estudio socioeconómico titulado “Perfil de la Provincia de Amazonas”.

El 24 de Octubre de 1997 visita la Comisión de Gestión Pública del Congreso y del CELIR los cantones de la futura provincia. El 16 de Abril de 1998, el Subsecretario de Gobierno y Presidente de la Comisión especial de Límites Internos de la República, en Of. N. 5G, dirigido al Dr. Heinz Moeller como Presidente del Congreso Nacional, informa que en sesión ordinaria del 13 de Abril de 1998 se emite el informe favorable al proyecto.

Se crea la Provincia de Orellana en segunda instancia no se aprobó por inconformidad del nombre, debido a que el consulado de Perú sugirió que por los problemas bélicos dados con el Perú, no era pertinente utilizar el nombre propuesto para la provincia "AMAZONAS"; propusieron tres nuevos nombres: Coca, Orellana, Quijos, el presidente de la comisión convocó a una reunión y se llegó en concentración social que el nuevo nombre para la provincia, sería Orellana, y es así que, un Lunes 28 de Julio de 1998 se crea por decreto ejecutivo emitido en el gobierno interino del presidente Fabián Alarcón la nueva provincia con el nombre de Orellana, y se publica en el registro oficial N° 372, con su capital Francisco de Orellana conocida también como el Coca y los cantones: Aguarico, Loreto, Orellana y Joya de los Sachas.

#### **4.2.3.2 Contexto del proyecto**

La ciudadanía como un espacio de consumo masivo del plátano como parte básica para la dotación de la alimentación, son espacios que el presente proyecto considera para la aplicación de metodologías y tecnologías apropiadas para enfocar la producción de plátano de manera limpia y por ende sana para las dos partes y al mismo tiempo que presente el ángulo de inicio para mejorar la situación a través de propuestas factibles de apoyo del GAD de Orellana alguna manera a nuestros pueblos. UFOLAS-nte en el área rural (69,46%) , tiene una tasa de crecimiento anual de 3.94%. La población cantonal representa el 28% del total de habitantes de la Provincia de Orellana. La estructura poblacional se encuentra formada tanto por colonos provenientes de varias provincias, así como por indígenas de la región Amazónica.

### **a) Actividad agrícola**

En el área rural la actividad económica más difundida es la agropecuaria, cuyo desarrollo ha sido apoyada por numerosas instituciones locales y nacionales. Lamentablemente no se cuenta con una sistematización clara de las diferentes actuaciones y sus resultados, por tal motivo los datos o información que se dispone actualmente corresponden al Tercer Censo Nacional Agropecuario (INEC-MAG-SICA, 2002).

Según esta fuente en Francisco de Orellana existirían 2.061 Unidades de Producción Agropecuarias que ocupan una superficie de 110.361 ha (15,66% del territorio cantonal). Las UPAs en el cantón representan el 34,56% del total de las localizadas en la Provincia de Orellana. El cultivo permanente más importante es el café, que es cultivado en el 89% (1.840) de las UPAs del cantón y ocupa una superficie de 7.716 ha.; le siguen en importancia la palma africana, el plátano, el cacao, el palmito y el banano. Cabe señalar que la palma africana es cultivada únicamente en 35 UPAs, sin embargo ocupa una superficie de 6.884 ha. Los cultivos transitorios representativos del cantón son el arroz, el maíz duro seco y la yuca; que en conjunto ocupan una superficie de 2.539 ha. (INEC-MAG-SICA, 2002).

Para los pequeños productores del cantón los cultivos más importantes son el café y el plátano, cuya producción es destinada en su totalidad a la comercialización. En las UPAs del cantón se cultiva, también, café, maíz duro, yuca y frutas de la zona; la producción que se obtiene de estos cultivos es destinada casi en su totalidad al autoconsumo y los excedentes son comercializados en el mercado local. En las comunidades indígenas del cantón, al contrario de lo que sucede en las comunidades de población mestiza, la agricultura se desarrolla en extensiones de terreno no mayores a una hectárea denominadas chacras. Las mujeres suelen ser las encargadas del cuidado y manejo de las chacras, y en estas se puede identificar cultivos de ciclo corto como yuca, plátano, maíz, etc. (ESPINOZA, 2011).

La Población Económicamente Activa (PEA) del cantón está constituida por 29.228 individuos, lo que constituye el 55% de la Población en Edad de Trabajar (PET). Si bien el PEA femenino ha sufrido un incremento de aproximadamente 9 puntos entre los años

censales 2001 y 2010, todavía estamos lejos de una igualdad proporcional, ya que el 68,98% (20.162) del PEA la conforman hombres.

Casi dos tercios de la PEA cantonal está concentrada en el área urbana (65,30%, 19.086), correspondiendo el tercio restante al área rural (34,70%, 10.142) (SIISE, 2012). Cabe destacar que entre los años censales 2001 y 2010 la PEA del área rural y urbana ha intercambiado su concentración, ya que en el 2001 la PEA rural superaba a la urbana 58,59% y 41,61% respectivamente. Estos datos nos muestran los importantes procesos de migración tanto interna (del área rural a la urbana) como externa (del resto del país al Coca) que se han producido en este periodo

## **b) Sistema económico**

La economía de Francisco de Orellana se ha basado en la explotación irracional y no sustentable de los recursos naturales renovables y no renovables existentes en el territorio cantonal, por tal razón está directamente vinculado al sistema ambiental. A pesar que los recursos generados por el cantón, especialmente el petróleo, han sustentado la economía nacional, la incidencia de la pobreza en el territorio cantonal es mayor que en el resto del país.

A continuación vamos a tratar de presentar de forma resumida los detalles de este sistema:

### ✓ Pobreza por ingresos en Francisco de Orellana

Para analizar la incidencia de la pobreza en el territorio cantonal se ha utilizado el Método del Ingreso, que a pesar de no ser completamente compatible con las particularidades sociales y culturales del cantón permite realizar una aproximación a las inequidades y desequilibrios territoriales existentes en el territorio cantonal producidos principalmente por la distribución inequitativa de los ingresos generados por el petróleo durante los últimos 30 años.

No se puede establecer con certeza el ingreso promedio de las personas que viven en el Cantón Francisco de Orellana, sin embargo el Censo Económico realizado por el INEC



en el 2010 nos permite realizar un análisis general de este tema. El ingreso promedio mensual de una persona en el cantón es de 450,65 USD. Las personas que se han vinculado laboralmente a establecimientos económicos catalogados como de actividades inmobiliarias (3.544,00 USD) y las personas que realizan actividades profesionales, científicas y técnicas perciben las remuneraciones más altas (932,49 USD); mientras que las personas que laboran en establecimientos económicos que realizan actividades de suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado perciben los salarios más bajos (218,00 USD) (INEC, 2010).

En el cantón se desarrolla una importante actividad petrolera, sin embargo la remuneración promedio de las personas que están vinculadas laboralmente a los establecimientos de explotación de minas y canteras no supera los 330,76 USD, encontrándose dentro de esta categoría la explotación petrolera, lo que sugiere que no existen procesos de distribución de la riqueza generada por esta actividad; por lo general las personas de la localidad que se han vinculado directamente a las compañías petroleras perciben sueldos que están por debajo de las remuneraciones de los profesionales y del personal técnico originarios de otros lugares del país que laboran en estas compañías.

A pesar que el ingreso promedio de las personas del cantón que laboran en establecimientos económicos está por encima del salario básico, en las encuestas realizadas en el año 2013 por el GADMFO para la elaboración del Plan de Igualdad de Oportunidades del Cantón Francisco de Orellana (PIO) el 45,16% de los encuestados señalaron que su ingreso familiar mensual es menor a 100,00 USD; el reducido ingreso mensual que perciben estas familias no les permite satisfacer sus necesidades básicas e incide negativamente en su capacidad de acumular activos y de ahorro

### **c) Servicios básicos**

Tienen acceso a la red de alcantarillado el 37% de las viviendas, el 42% de los hogares disponen de servicio higiénico exclusivo. Otros indicadores de cobertura de servicios básicos son: Agua entubada por red pública dentro de la vivienda el 26%. Energía eléctrica 0,92%, servicio telefónico 0,11%. El déficit de servicios residenciales básicos es el 87% de las viviendas.

## **4.2.4 Importancia y justificación**

### **4.2.4.1 Razones que motivan la realización del proyecto**

El Ecuador es un país latinoamericano, con una extensión de 276.000 km<sup>2</sup> y está dividido en cuatro zonas geográficas: Sierra (24,8% del área), Costa (24,6%), Amazonía (47,8%) y Galápagos (2,8%). El Ecuador según datos del último censo (Año 2010), cuenta con una población de 12 millones 300 mil habitantes y presenta una tasa de crecimiento de 2,8 % anual, el 55 % de la población se encuentra sentado en las áreas urbanas y el 45 % reside en el área rural. Las mujeres constituyen el 50% de la población total del Ecuador, el 48% de la población rural y el 51.4 % de la población urbana.

Los ingresos del 5% más rico de la población superan en no menos de 60 veces a los ingresos del 5% más pobre, y la evidencia sugiere que esta brecha está en aumento. Esta situación pone al Ecuador como miembro de los países del mundo con mayor disparidad entre sus clases sociales.

La seguridad alimentaria es un compromiso inexorable de los países, y la situación de crisis actual, exige una pronta atención. Ello implica producir suficiente alimento, pero además que éste sea asequible a la población. Lo cual es posible, dada una oferta constante, bien aumentando el patrimonio de los individuos o bajando el costo de los alimentos.

La poca diversificación agrícola existente en Orellana, Francisco de Orellana, y a la vez que no se utilizan tecnologías apropiadas para mejorar y mantener una producción equilibrada y/o adecuada, generando en la mayoría de los casos un uso inadecuado de los recursos naturales existentes; se suma a ello la falta de capacitación y asesoría técnica en el manejo integral de sus propiedades, de la misma manera la falta de créditos con bajos intereses para el sector agrícola; pues no se ha tenido el apoyo de organismos gubernamentales, no gubernamentales y/o internacionales.

Dentro de las cadenas productivas, el problema fundamental también radica en la parte final de la misma es decir la parte de mercado, es aquí donde se presentan una serie de obstáculos, dentro de este el más difícil de romper es el intermediario en donde este

tiene la capacidad de imponer los precios y llevando consigo jugosas ganancias a costa del productor que es el que más se sacrifica y tiene menos utilidades por sus cosechas.

Estas y otras han sido causas suficientes como para que familias enteras de la micro-región migren hacia otras ciudades o al exterior en busca de trabajo. Muchos jóvenes migran a otras regiones de la costa y oriente como jornaleros temporales en unos casos y en ciertos casos hacia el exterior en forma permanente, como efecto se encuentra un alto porcentaje de mujeres y madres de familia abandonadas en sus comunidades.

Aquí como en toda sociedad existen diferentes tipos de comunidades, pero la mayor parte de estas personas viven en pobreza crítica y un alto porcentaje vive bajo la línea de la indigencia. Es decir no tienen ingresos económicos que permitan solventar sus necesidades y seguridad alimentaria.

Dado ese ámbito, el presente proyecto creación de un centro de acopio de plátano busca transformar unidades de producción mono-productoras en un centro de acopio, con lo cual se espera mejorar la rentabilidad en estas comunidades, normalmente desasistidas y de la misma manera impulsar acciones de desarrollo que incluya la revitalización del sector agrícola, el mejoramiento de la calidad de vida de las familias campesinas y el manejo sustentable de sus pequeñas propiedades.

#### **4.2.4.2 Descripción de la situación sin proyecto**

La situación actual de la comercialización del plátano constituye una alternativa de tipo técnico con normas de calidad que permitiría minimizar los costos, mejorar la rentabilidad, incrementar el volumen y mantener precios competitivos, en el mercado nacional e internacional. Es importante porque además, permitirá romper la tradicional forma de comercializar el producto. Con el propósito señalado se realizará el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del plátano, identificar los precios y los canales de comercialización más apropiados para la creación de un centro de acopio en el Cantón Francisco de Orellana.

#### **4.2.4.3 Cambios esperados a partir del proyecto**

Con la implementación del presente proyecto se mejoraría la distribución, tanto de productores y consumidores a través de la comercialización de productos basados inicialmente en el consumo de los productos agrícolas, segura a partir del conocimiento y de la procedencia de los mismos.

Económicamente existen gastos exagerados al producir y como consecuencia de esto el pago elevado de los productos a nivel de mercado, con el presente proyecto se disminuiría los costos de producción y de la misma manera se procedería a realizar una comercialización asociativa con precios justos para el agricultor y consumidor.

En lo ambiental se hace necesario el uso de métodos y procesos orgánicos en los productos de consumo masivo e inmediato, el control de los procesos de recuperación, manejo y conservación de los recursos naturales desde el centro de acopio.

En lo social se logrará mejorar el nivel organizativo de las comunidades a intervenir, logrando aumentar la autoestima de los mismos.

#### **4.2.5 Descripción del proyecto**

##### **4.2.5.1 Beneficiarios del proyecto**

- a) **Directos.-** Los pequeños productores del plátano de la provincia y los comerciantes del Cantón Francisco de Orellana estarán agrupados para participar del proyecto, luego tenemos los consumidores finales que también estarán formando parte del proceso.
  
- b) **Indirectos.-** Ciudadanía en general del Cantón Francisco de Orellana de la provincia del mismo nombre.

#### **4.2.5.2 Mecanismos de participación de los beneficiarios en las decisiones**

La participación de los beneficiarios en las decisiones será fundamental en todas las gestiones y acciones que se desarrollen en el proyecto, esto se lo hará mediante resolución en reuniones de asamblea general del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana (GADPO), con la realización de actas, donde establezcan un consenso a través del análisis de las diferentes alternativas, las mismas que serán ejecutadas con el acuerdo de todos los beneficiarios. Se formarán grupos estratégicos de trabajo y comisiones en las diferentes decisiones que se tomen, los mismos que rendirán cuentas de los cumplimientos, avances y resultados que se obtengan en las diferentes fases del Proyecto.

Los Directivos mantendrán informados a todos los beneficiarios sobre las gestiones, problemática y desarrollo del proyecto, el Presidente del GADPO será el representante legal de la organización y quien será habilitado por todos los socios mediante asamblea general para la firmas de compromisos y convenios decididos por todos los socios.

#### **4.2.5.3 Finalidad del proyecto**

La finalidad que se persigue con la creación del presente proyecto es contribuir a mejorar las condiciones socioeconómicas de los productores agrícolas de la zona, a través del incremento de sus ingresos de la producción agrícola del plátano, fortalecer las relaciones de género y aumentar la capacidad de gestión social productiva y fundamentalmente mejorar las condiciones de vida.

#### **4.2.6 Estudio de mercado**

##### **4.2.6.1 Identificación del producto**

El proyecto estará en condiciones de poner en el mercado el siguiente producto: plátano, mismo que estará disponible en condiciones limpias y adecuadas, para poderlos distribuir en el centro de acopio del cantón bajo la dirección del GADPO.

**Plátano y sus características.** El plátano tiene una textura más firme que el banano y un contenido más bajo de azúcares.

*Uso:* El plátano puede ser consumido verde o maduro. El interior de la fruta es cremoso, amarillo claro o rosa. Cuando la piel es verde o semi- amarilla, el sabor de la pulpa es insípido y la textura es almidonada. A medida que la piel se vuelve café o negra, tiene un sabor más dulce y más parecido al banano, aunque mantiene una textura firme si se cocina.

El plátano tiene un contenido de agua de aproximadamente 65% mientras que el banano tiene un contenido de 83%. El proceso de hidrólisis (a través del cual los almidones se transforman en azúcares), actúa más rápido en las frutas de mayor contenido de agua, por ello el banano se puede consumir ya cuando su piel es amarilla, mientras que para consumir crudo el plátano se debe esperar hasta que su piel se vuelva casi negra.

El plátano ha sido utilizado desde tiempos muy antiguos en una gran variedad de platos. Se utiliza como un alimento similar a las patatas. El plátano se consume principalmente cocinado cuando aún está verde. Se cocina hervido, frito, al vapor o en otras fórmulas de procesamiento como por ejemplo, los chips (patacones, chifles, tostones).

Pelar un plátano puede ser difícil a veces. El plátano maduro es fácil de pelar, como el banano. Pero el plátano verde necesita una técnica diferente:

- ✓ Corte primero las puntas;
- ✓ Con un cuchillo afilado corte la piel de una punta a otra;
- ✓ Saque la piel debajo de un chorro de agua para evitar que sus manos se manchen;
- ✓ Empiece a sacar la piel a partir de un lado y sigue hasta el final;
- ✓ Ponga la pulpa en agua salada para evitar que se descolore hasta que se cocina.

**Características nutricionales:** El plátano tiene un alto valor nutritivo. Es una fuente importante de potasio, magnesio y fósforo. El potasio del plátano es muy bueno para el corazón ya que puede ayudar a prevenir la hipertensión y los ataques cardíacos. El alto contenido en vitaminas A, B6 y C ayuda mantener la visión, una piel saludable y contribuye a fortalecer el sistema inmunológico. Tiene además un alto contenido en

fibra y carbohidratos. Cocinado verde es muy bueno para los diabéticos puesto que contiene un complejo de carbohidratos que se libera muy lentamente en el tiempo.

**Época de producción:** todo el año.

**Información nutricional:**

- ✓ 1 plátano regular (179g).
- ✓ Calorías: 220
- ✓ Calorías de Grasa: 5

**Tabla N° 1. Información nutricional**

	% Valor Diario*
<b>Total de Grasa: 0.5g.</b>	1%
<b>Sodio: 5g.</b>	0%
<b>Potasio: 890mg.</b>	26%
<b>Total de Carbohidratos: 57g.</b>	19%
<b>Fibra Dietética: 4g.</b>	16%
<b>Azúcar: 10g.</b>	
<b>Proteínas: 2g.</b>	
<b>Vitamina A</b>	40%
<b>Vitamina C</b>	50%
<b>Hierro</b>	6%
<b>Calcio</b>	0%
<b>Vitamina E</b>	2%
<b>Tiamina</b>	6%
<b>Riboflavina</b>	6%
<b>Niacina</b>	6%
<b>Vitamina B6</b>	25%
<b>Magnesio</b>	15%
<b>Cobre</b>	8%
<b>Selenio</b>	4%
<b>Ácido fólico</b>	10%

**Fuente:** Martínez, H (2009)

**Elaborado por:** El Autor

En base a una dieta diaria de 2000 calorías

Además es importante determinar las diferencias entre plátano y banano

**Tabla N° 2. ¿Cómo distinguir entre el banano y el plátano**

PLÁTANO	BANANO CAVENDISH
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Almidonado</b></li> <li>• <b>Utilizado más como un vegetal que como fruta</b></li> <li>• <b>Más largo que el banano</b></li> <li>• <b>Piel más gruesa</b></li> <li>• <b>Se parece al banano verde, pero puede ser verde, amarillo, café o negro dependiendo del grado de maduración</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dulce</li> <li>• Se consume como fruta</li> <li>• Es más corto que el plátano</li> <li>• Tiene una piel más delgada</li> <li>• Tiene la piel verde cuando aún no está maduro y amarillo cuando está listo para consumir.</li> </ul>

**Fuente:** Martínez, H (2009)

**Elaborado por:** El Autor

#### **4.2.6.2 Características del mercado**

El mercado del centro de acopio del plátano se encuentra ubicada geográficamente en el Cantón Francisco de Orellana, región amazónica de la provincia de Orellana. La problemática se refleja en las condiciones de baja productividad por el desconocimiento de tecnologías y alternativas productivas, relacionadas a una subutilización de los suelos, el mismo que el productor pequeño no tiene ninguna participación convirtiéndose meramente en un ofertante de materia prima bruta y en un gran porcentaje productos que no pueden ser vendidos ocasionando pérdidas económicas.

No se establecen procesos encadenados productivos que logren romper la intermediación de mercado y descentralizar la inversión de los poderes capitalistas que son capaces de desestabilizar la comercialización de la mayoría de los pequeños y medianos productores reflejándose un contraste entre la oferta y la demanda que conduce a afectar los precios de los productos en tiempos de volúmenes altos de producción, el mismo que crece gradualmente en el incremento y quiebra de los agricultores.



### **4.2.6.3 Análisis de la demanda y oferta**

El análisis del consumidor, tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc.; para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse las estrategias comerciales a aplicarse durante este proyecto.

Para cuantificar la demanda potencial primeramente se realizó encuestas a los productores agrícolas de la provincia de Orellana y luego a comerciantes de los Mercados Municipales y Mercado de Productores Agrícolas de Orellana, para determinar sus hábitos de consumo, gustos y preferencias y de esta manera tener pautas acerca de la aceptación que tendrá el plátano en el mercado si se implementa el centro de acopio.

### **4.2.6.4 Oferta**

En la ciudad Francisco de Orellana existen muchos lugares de expendio del plátano los mercados de la ciudad y supermercados como TIA, COMISARIATO FAMILIAR, SU DESPENSA, MANA CHIFLE que pueden ser potenciales clientes del producto.

#### **a. Oferta Actual del Producto**

La plataneras en el Ecuador han crecido paulatinamente a partir de la década de los años 90, debido a que los hábitos alimenticios de la población han cambiado positivamente hacia un mayor consumo de alimentos en su dieta diaria y a las exportaciones de algunos tipos de plátano, banano y el palmito; adicionalmente se está desarrollando la industrialización de algunos productos, especialmente al mercado externo.

La actividad platanera en el país, es muy variada, tanto por sus particulares sistemas de producción primaria, como por la formación estructural de las cadenas agroalimentarias en el país. Los alimentos o recetas ofrecen una alternativa muy clara para los agricultores medianos y pequeños por su gran cantidad de productos distintos, lo cual permite una mayor seguridad en la comercialización para aprovechar los diferentes nichos de mercado en forma paralela y eficiente.

La producción ecuatoriana está concentrada básicamente en la costa, sierra, y el oriente; tanto por sus condiciones edáficas, climáticas y sociales, como por las técnicas y sistemas de producción aplicadas; en general la agricultura para los pequeños productores, tiene una tipología de carácter “doméstico”, por ser cultivos que se producen en la huerta, por la utilización de mano de obra familiar, son en parte para autoconsumo y sus producciones remanentes permiten acceder a los mercados locales. Para el caso de medianos y grandes productores, sus producciones son de carácter empresarial y están orientados hacia la agroindustria y a los mercados internos y externos del país.

En el Ecuador, el plátano forma parte de la canasta básica familiar, al ser la materia prima de deliciosos platos tradicionales

Por lo general el tamaño de las explotaciones dedicadas al cultivo de varios tipos de plátano es considerablemente mediano, factor que por sí mismo implica un problema para el centro de acopio, clasificación y otros procesos importantes de comercialización, adicionalmente, la dispersión geográfica del cultivo del cultivo, incrementa el problema de mercadeo porque los procesos de acopio y transporte se hacen lentos y costosos.

**Tabla N° 3.Oferta Histórica**

Año	Oferta (importaciones) Toneladas Anuales	Oferta producción Nacional Toneladas	Oferta Total Nacional Toneladas	Oferta Orellana Toneladas Anuales
<b>2010</b>	7056,67	1764,17	8820,84	896,20
<b>2011</b>	7784,53	2069,31	9853,84	1001,15
<b>2012</b>	8043,74	2681,25	10724,99	1089,66
<b>2013</b>	8615,32	923836,98	932452,30	1189,12

**Fuente:** Estadísticas Banco Central del Ecuador. 2014

**Elaborado por:** El Autor del proyecto

## b. Oferta proyectada del producto

**Tabla N° 4.** Oferta Proyectada

Año	Oferta (importaciones) Toneladas Anuales	Oferta producción Nacional Toneladas	Oferta Total Nacional Toneladas	Oferta Orellana Toneladas Anuales
<b>2014</b>	9108,85	924295,52	933404,37	1285,85
<b>2015</b>	9602,38	924754,06	934356,44	1382,58
<b>2016</b>	10095,91	925212,6	935308,51	1479,32
<b>2017</b>	10589,44	4922,82	15512,26	1576,05
<b>2018</b>	11082,97	5381,36	16464,33	1672,78

**Fuente:** Oferta Histórica

**Elaborado por:** El Autor

**c. Demanda Insatisfecha.-** Representa la diferencia entre la Demanda proyectada y la oferta proyectada.

**Tabla N° 5.** Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Producción Orellana
<b>2014</b>	2517,84	1382,58	1135,26	96,10
<b>2015</b>	2555,61	1479,32	1076,30	97,34
<b>2016</b>	2593,95	1576,05	1017,90	98,60
<b>2017</b>	2632,86	1672,78	960,08	99,88
<b>2018</b>	2672,35	1769,51	902,84	101,18

**Fuente:** Oferta y demanda

**Elaborado por:** El Autor.

Al realizar la comparación entre la oferta y la demanda se determinó la existencia de demanda insatisfecha en la ciudad de Francisco de Orellana, es por este motivo el cantón tiene la oportunidad de construir y establecer un centro de acopio para la Comercialización del producto y ofrecer alternativas de ventas a los productores del plátano.

### 4.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

#### 1. Qué tipo de plátano produce Usted?

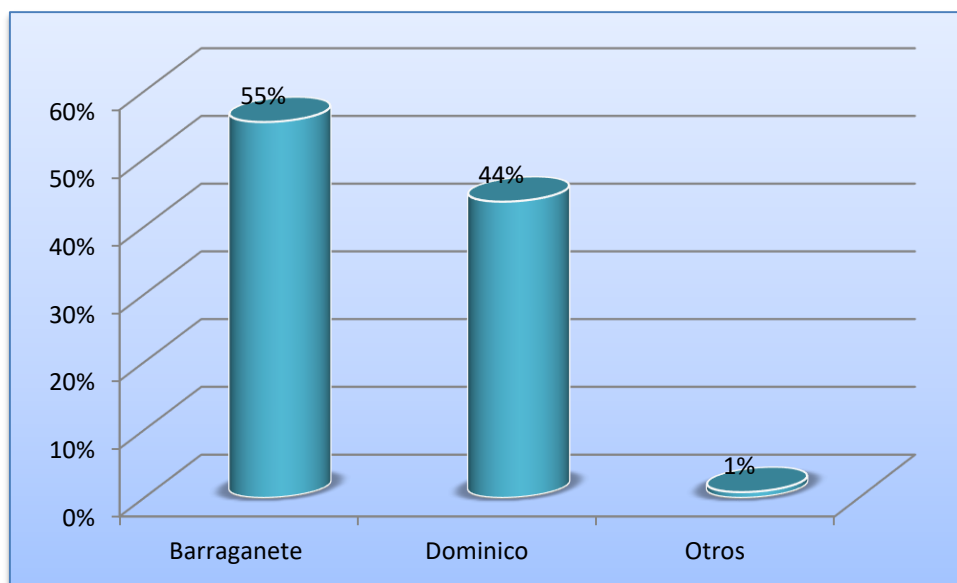
Tabla N° 6 . Tipo de plátano

¿Qué tipo de plátano produce usted?	Porcentaje	
<b>Barraganete</b>	66	55%
<b>Dominico</b>	52	44%
<b>Otros</b>	1	1%
<b>Total</b>	119	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Figura N° 4. Tipo de plátano



Fuente: Tabla N°6

Elaborado por: El Autor

**Análisis e interpretación.** Según los agricultores la producción de plátano que más siembran es el barraganete a un equivalente de un 55% en relación con el dominico equivalente de un 44%, porque el producto es más comerciable a nivel nacional e internacional y además es de mayor preferencia en el consumo de la población.

## 2. ¿Con qué frecuencia vende su producto plátano barraganete?

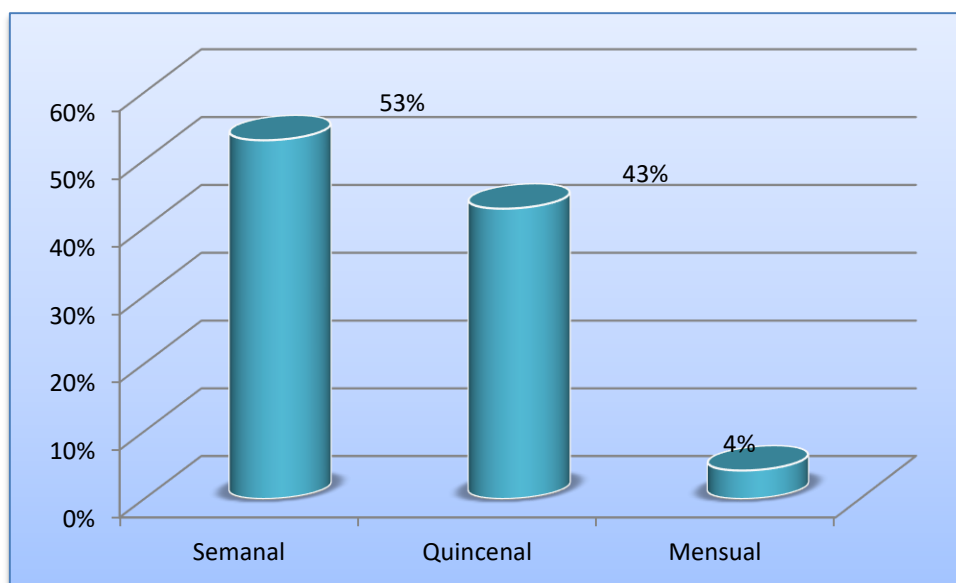
**Tabla N° 7.** Frecuencia que vende su producto

¿Con que frecuencia vende su producto plátano barraganete y dominico?		Porcentaje
Semanal	63	53%
Quincenal	51	43%
Mensual	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 5.** Frecuencia que vende su producto



**Fuente:** Tabla N°7

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** De acuerdo a los agricultores la venta de la producción de plátano barraganete es semanal con un equivalente de un 53% en relación con la venta quincenal equivalente de un 43%, porque el producto es continuo durante todo el año y la población prefiere verde en su consumo.

### 3. Lo que usted produce, vende y en qué cantidad

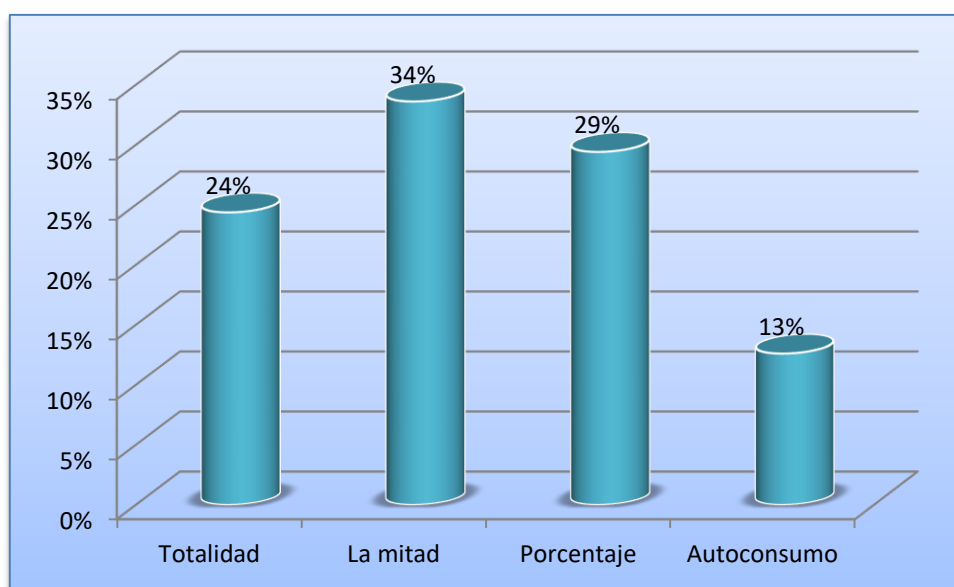
**Tabla N° 8.** Lo que produce, vende y en qué cantidad

¿Lo que usted produce vende y en qué cantidad		Porcentaje
<b>Totalidad</b>	29	24%
<b>La mitad</b>	40	34%
<b>Porcentaje</b>	35	29%
<b>Autoconsumo</b>	15	13%
<b>Total</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 6.** Lo que produce, vende y en qué cantidad



**Fuente:** Tabla N°8

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** De acuerdo a los agricultores la venta de la producción de plátano se vende la mitad (34%) porque en el mercado existe mayor oferta y porque no existen canales de distribución de la producción y si relacionamos con los porcentajes y la totalidad en el estudio existe desperdicio del producto

#### 4. Tiene dificultades para comercializar la producción del plátano

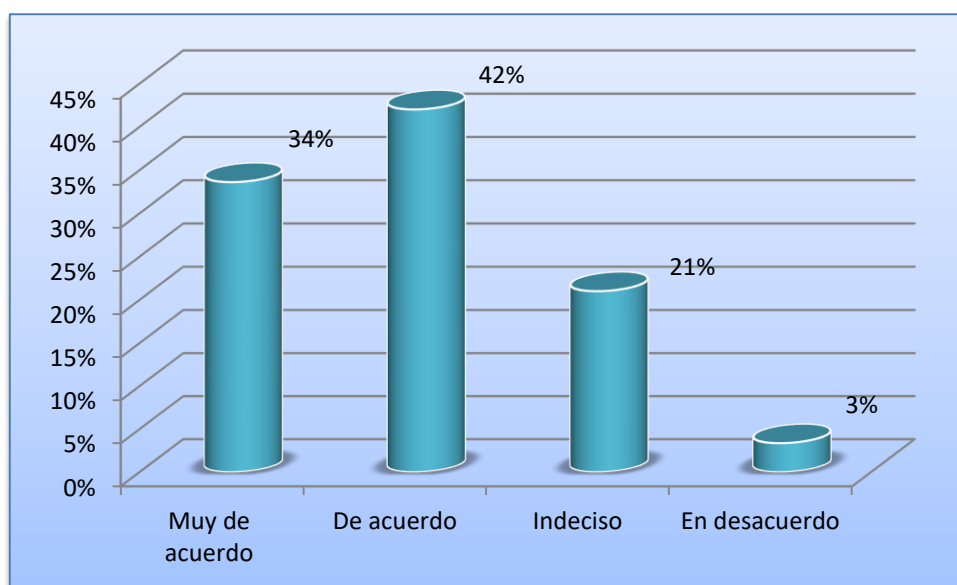
**Tabla N° 9.** Tiene dificultades para comercializar

<b>¿Tiene dificultades para comercializar su producto?</b>	<b>PORCENTAJE</b>	
<b>Muy de acuerdo</b>	40	34%
<b>De acuerdo</b>	50	42%
<b>Indeciso</b>	25	21%
<b>En desacuerdo</b>	4	3%
<b>TOTAL</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 7.** Tiene dificultades para comercializar



**Fuente:** Tabla N°9

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** De acuerdo a los encuestados los productores Tienen dificultades para comercializar la producción del plátano porque no existe centros de acopio y además porque su manejo por tal razón eso el 76% presenta problemas y además el 21% es indeciso lo que se concluye limitados canales de comercialización del producto

5. ¿Tiene un intermediario fijo para su venta y/o comercialización?

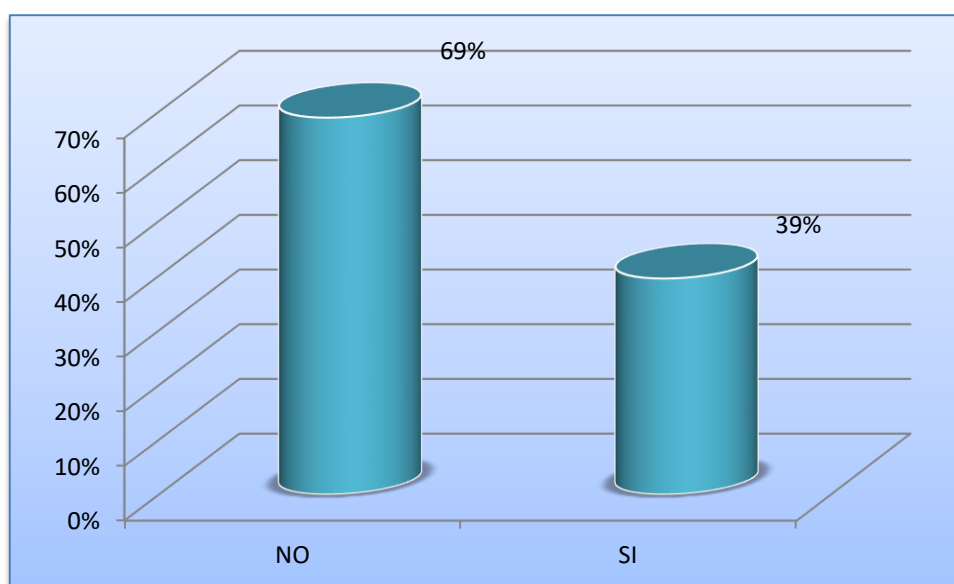
Tabla N° 10. Tiene un intermediario fijo

¿Tiene un intermediario fijo para su venta y/o producción?		Porcentaje
<b>NO</b>	82	69%
<b>SI</b>	47	39%
<b>Total</b>	119	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor

Figura N° 8. Tiene un intermediario fijo



Fuente: Tabla N°10

Elaborado por: El Autor

**Análisis e interpretación.** Con el análisis anterior los productores no tienen un intermediario fijo equivalente a un 69% con quien comercializar la producción del plátano por la falta de estrategias y acciones para la venta y obtener mayor rentabilidad



## 6. ¿De qué forma vende su producto?

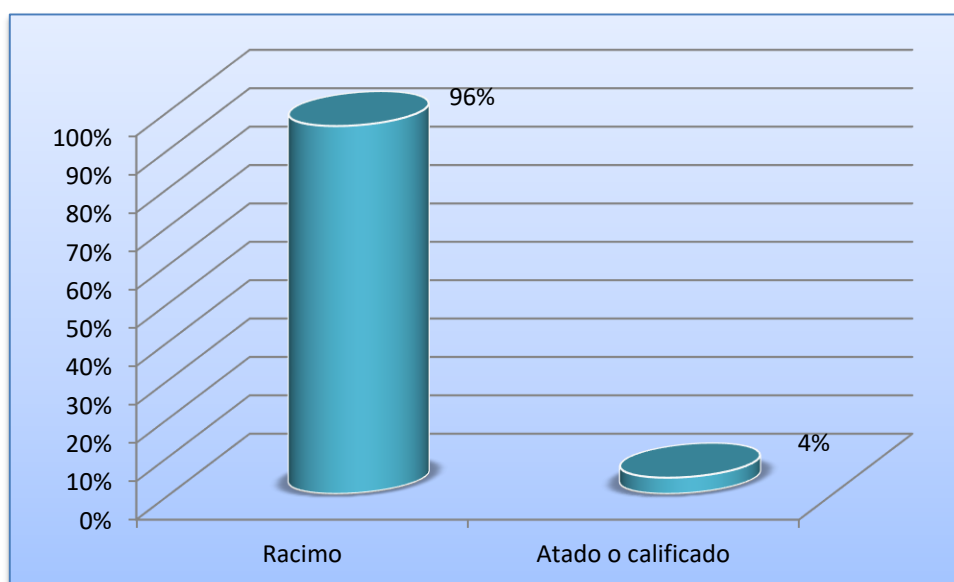
**Tabla N° 11.** De qué forma vende su producto

¿De qué forma vende su producto?		Porcentaje
<b>Racimo</b>	114	96%
<b>Atado o calificado</b>	5	4%
<b>Total</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 9.** De qué forma vende su producto



**Fuente:** Tabla N° 11

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** Los productores venden el producto más en racimo con un porcentaje del 96%, todo esto con acuerdo con la producción semanal analizada anteriormente lo que se concluye que el centro de acopio será una fuente de comercialización y consecuentemente de rentabilidad

7. ¿Considera usted que la creación de un Centro de Acopio beneficiara a los productores de plátano barraganete?

**Tabla N° 12.** Considera la creación de un Centro de Acopio

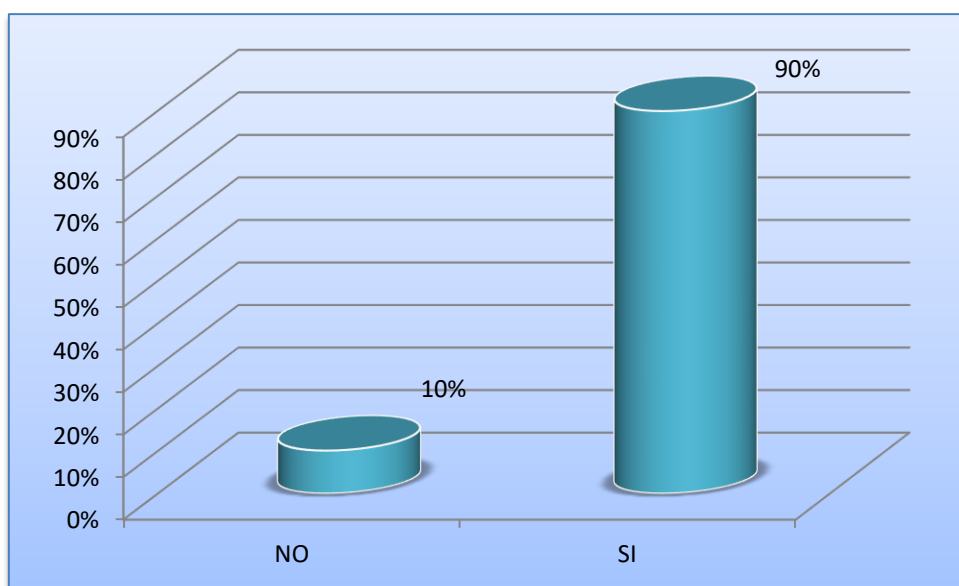
**¿Considera usted que la creación de un centro de acopio beneficiará a los productores de plátano barraganete y dominico?**

<b>NO</b>	12	10%
<b>SI</b>	107	90%
<b>Total</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 10.** Considera la creación de un Centro de Acopio



**Fuente:** Tabla N°12

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** Los productores consideran con un porcentaje del 90% que está de acuerdo la creación de un centro de acopio beneficiará a los productores de plátano barraganete y dominico y que beneficiará a los agricultores en sus ventas obteniendo más ingresos para mejorar su nivel de vida

## 8. ¿En qué lugar le gustaría un Centro de Acopio?

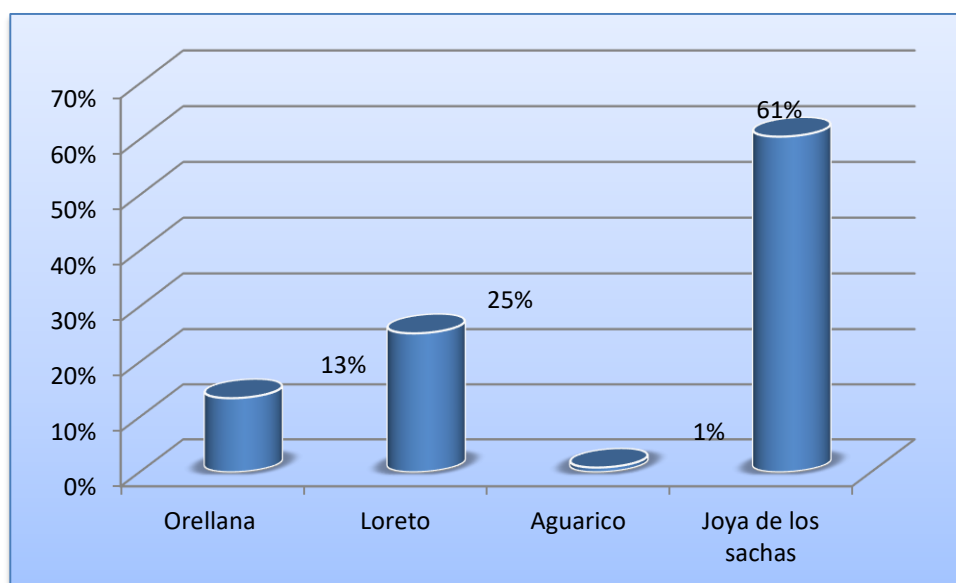
**Tabla N° 13.** En qué lugar le gustaría un Centro de Acopio

¿En que lugar le gustaría un centro de acopio?	Porcentaje
Orellana	16 13%
Loreto	30 25%
Aguarico	1 1%
Joya de los sachas	72 61%
<b>TOTAL</b>	<b>119 100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 11.** En qué lugar le gustaría un Centro de Acopio



**Fuente:** Tabla N°13

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** Los productores consideran con un porcentaje del 61 % que está de acuerdo la creación de un centro de acopio en Joya de los Sachas por su ubicación geográfica y además por su calidad del suelo ideales técnicamente para sembrar el plátano

**9. ¿Estaría dispuesto a vender su producto a nuestro centro de acopio platanal WAO?**

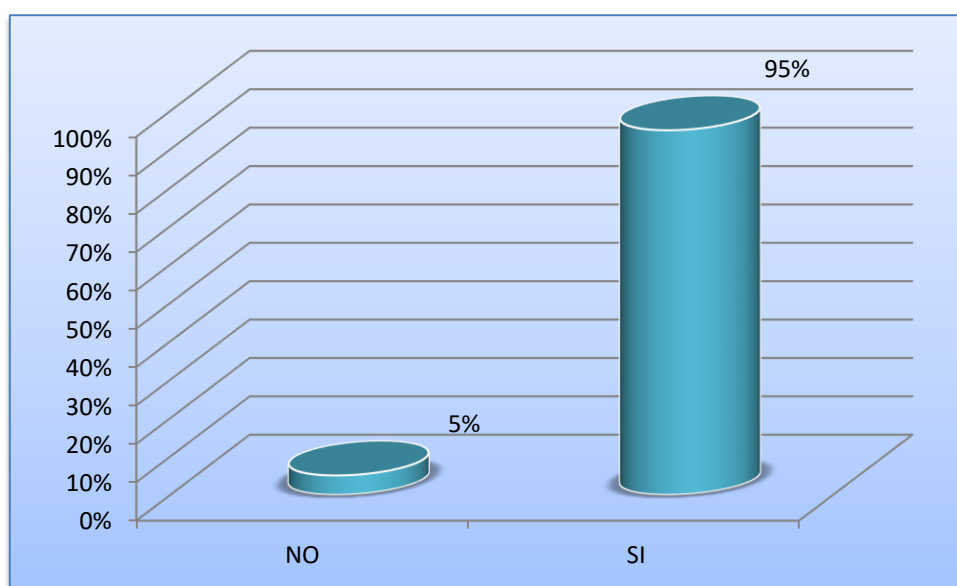
**Tabla N° 14.** Estaría dispuesto a vender su producto

<b>¿Estaría dispuesto a vender su producto a nuestro centro de acopio GADPO?</b>		
<b>NO</b>	6	5%
<b>SI</b>	113	95%
<b>Total</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 12.** Estaría dispuesto a vender su producto



**Fuente:** Tabla N°14

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** Los encuestados lo ven como una solución y están dispuestos a vender su producto al centro de acopio WAO con un porcentaje del 95% y lógicamente a mejorar sus ingresos de los productores

**10. ¿Le gustaría recibir asesoramiento técnico y capacitaciones que brindara el centro de acopio WAO?**

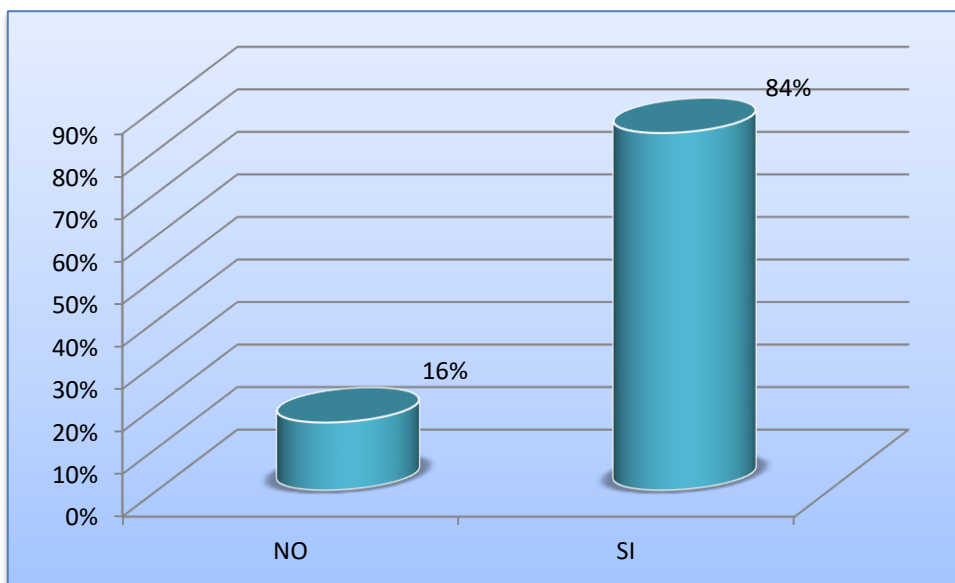
**Tabla N° 15.** Le gustaría recibir asesoramiento técnico

¿Le gustaría recibir asesoramiento técnico y capacitaciones que brindara el centro de acopio WAO?		Porcentaje
<b>NO</b>	19	16%
<b>SI</b>	100	84%
<b>Total</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 13.** Le gustaría recibir asesoramiento técnico



**Fuente:** Tabla N°15

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** Los pequeños productores sus labores agrícolas son empíricas pero están conscientes que necesitan de organismos especializados para recibir asesoría técnica y capacitación esto significa que el 84% está dispuesto a cambiar su cultura agrícola para mejorar su rentabilidad obteniendo más ingresos para mejorar su nivel de vida.

**11. ¿Considera usted que un centro de acopio para la comercialización del plátano mejorará la calidad de vida?**

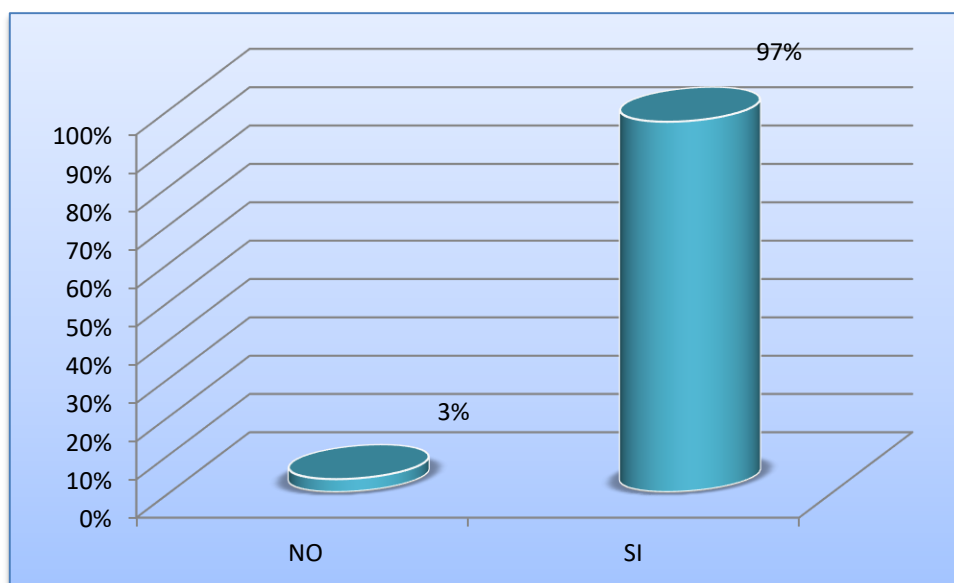
**Tabla N° 16.** El centro de acopio mejorará la calidad de vida

<b>¿Considera usted que un centro de acopio para la comercialización del plátano mejorará la calidad de vida?</b>		
<b>NO</b>	4	3%
<b>SI</b>	115	97%
<b>Total</b>	119	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 14.** El centro de acopio mejorará la calidad de vida



**Fuente:** Tabla N°16

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis e interpretación.** Los productores consideran con un porcentaje del 97% que un centro de acopio para la comercialización del plátano mejorará la calidad de vida y así de esta manera contribuir a la nueva matriz productiva del país.

## **4.4 DESARROLLO DEL PROYECTO**

### **4.4.1 Estudio de la oferta y demanda**

#### **a) Estudio de la demanda**

En los últimos años el plátano ha sido uno de los productos que ha evolucionado en la Provincia de Orellana y es la de mayor crecimiento que se comercializa en mayor volumen en el territorio nacional, esto demuestra la aceptación de este producto en la población ecuatoriana, la misma que ha ido cambiando sus hábitos de consumo, tomando en cuenta, que los consumidores buscan un producto que sea más natural, de mejor calidad y con buen sabor.

#### **b) Determinación de la población objetivo**

La población objetivo que se ha identificado en este proyecto hace referencia a los productores de plátano de la Provincia de Orellana; puesto que estos implicarían los clientes potenciales y reales para el centro de acopio. Se consideran por tanto de los diferentes mercados de la ciudad tanto minoristas como del mercado mayorista.

#### **c) Identificación de los clientes meta**

Para ello se ha considerado en este caso a una muestra de 28 productores, de los Mercados Municipales y de Productores Agrícolas de Orellana .

Una vez que se ha establecido la población objetivo, es muy importante identificar a los clientes meta, de esta manera se llega a un número determinado de clientes reales quienes adquirirán plátano del centro de acopio.

#### **d) Proyección de la demanda**

La demanda del producto motivo de estudio del presente proyecto como es el plátano, se estableció en función de la información primaria recabada a través de las encuestas

realizadas a los comerciantes de la Empresa Pública Mercado de Productores Agrícolas y pro Ecuador

Se determinó en base a la cantidad semanal que los comerciantes adquieren los fines de semana (viernes, sábado y domingo), y entre semana de los mismos productores que realizan sus recorridos en el cantón Francisco de Orellana.

**Tabla N° 17.** Proyección de la demanda del centro de acopio

<b>DETALLE</b>	<b>DEMANDA SEMANAL</b>	<b>DEMANDA ANUAL (2015)</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Plátano (cajas)</b>	1635	85020	94264	97563

**Fuente:** Aplicación de encuesta

**Elaborado por:** El Autor

Por no existir un centro de acopio en la zona para disponer de datos reales, para la proyección de la demanda se han considerado dos variables: La primera el sondeo realizado a los propios productores de plátano que manifiestan que el promedio de incrementos de las ventas en los últimos 3 años es alrededor del 6%. La segunda variable es el volumen de comercialización del producto que registran datos al interior de las comunidades y que indica un valor del 8% promedio anual.

Por tanto se ha considerado un valor promedio del 7% como proyección de la demanda del consumo de plátano, para los próximos años.

#### **e) Estudio de la oferta**

Es la cantidad de producción que está disponible a ser vendidas por los productores al centro de acopio a determinados precios. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida.

En nuestro país el plátano es uno de los productos que más crecimiento ha tenido en los últimos años, puesto que se ha dejado de cultivarla de la manera tradicional, la



superficie sembrada de plátano ha crecido de forma importante, sin embargo, los rendimientos por hectárea también se han incrementado notablemente debido a la incorporación de nuevas tecnologías, y las nuevas formas del sembrío antes era 4x4 hoy en la actualidad es 3x3 es decir en triángulo

Es importante recalcar que la oferta se basa a la demanda y en este caso el centro de acopio de Orellana cuyos beneficiarios son los productores lo cual garantizará la venta total de la producción del proyecto.

En los cantones de la provincia, no existe actualmente un centro de acopio que pueda competir con el que pretende crear con el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Francisco de Orellana.

**Tabla N° 18.** Superficie de producción del plátano

Región/Provincia	Superficie (Has)		Producción TM
	Plantada	Cosechada	
Manabí	50,376	38,199	228,021
Guayas	10,820	7,850	51,421
Los Ríos	10,313	6,350	36,336
Esmeraldas	12,034	10,938	34,395
El Oro	1,130	771	4,002
Santa Elena	685	540	2,151
<b>Región Costa</b>	<b>85,358</b>	<b>64,645</b>	<b>356,328</b>
Santo Domingo	18,981	17,636	84,151
Cotopaxi	6,487	5,841	37,808
Bolívar	9,763	9,520	29,471
Imbabura	2,214	1,991	9,698
Pichincha	781	682	3,150
Chimborazo	331	331	2,410
Loja	249	145	239
Carchi	91	71	167
<b>Región Sierra</b>	<b>38,897</b>	<b>36,217</b>	<b>167,096</b>
Pastaza	5,378	5,116	21,320
Morona Santiago	6,445	4,132	19,960
Orellana	4,777	3,813	11,792
Zamora	4,214	2,996	11,394
Napo	3,088	2,653	9,198
Sucumbíos	3,285	2,251	7,047
<b>Región Oriental</b>	<b>27,187</b>	<b>20,961</b>	<b>80,711</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>151,442</b>	<b>121,824</b>	<b>604,133</b>

**Fuente:** ESPAC INEC

**Elaborado por:** El Autor

Para el análisis del proyecto, se ha realizado un estudio correspondiente a la provincia de Orellana, para lo cual es ver el nivel de producción, basados desde la superficie sembrada, y la superficie cosechada y su producción

**Tabla N° 19.** Producción de plátano a nivel nacional

<b>Años</b>	<b>Sector</b>	<b>Superficie sembrada (ha)</b>	<b>Superficie cosechada (ha)</b>	<b>Producción</b>	<b>Rendimiento (qq/ha)</b>
<b>2008</b>	Nacional	2,609	2,568	50,552	19.69
<b>2009</b>	Nacional	2,317	2,259	46,537	20.60
<b>2010</b>	Nacional	2,838	2,682	53,518	19.95
<b>2011</b>	Nacional	1,688	1,603	36,221	22.60
<b>2012</b>	Nacional	3,115	3,077	62,956	20.46

**Fuente:** Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015

**Elaborado por:** El Autor

Como se puede apreciar en el Tabla anterior entre los años 2011 y 2012, tanto la superficie sembrada como la superficie cosechada se ha incrementado de manera positiva, se puede visualizar que en los dos rubros el incremento es casi el doble, al igual que la producción obtenida pasando de 36.221 cajas a 62.956 cajas.

Debido al alto consumo del plátano la superficie sembrada se ha incrementado, también se puede notar que el rendimiento por hectárea también es importante, pues se mantiene casi constante en los últimos 5 años, en promedio de 20 quintales por hectárea de superficie cosechada.

**Tabla N° 20.** Proyección de la producción del centro de acopio

<b>DETALLE</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Plátano (cajas)	26781	27718	28688

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los productores

**Elaborado por:** El Autor

La proyección de la producción del centro de acopio se determina en función de la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (Fuente: Banco Central del Ecuador), que es del 3,5% promedio anual.

#### 4.4.2 Estudio de los precios

Es importante reconocer que el precio del plátano está acorde a la calidad del producto y muchas veces está influenciado por la cantidad que adquiere los consumidores, en el caso del plátano es una hortaliza que tiene un precio promedio de \$7 dólares por caja, datos obtenidos de los productores Agrícolas y comerciantes de la Provincia Francisco de Orellana.

Para el efecto se han considerado 8 mercados a nivel nacional, quienes comercializan el plátano.

A continuación se presenta la información descrita.

**Tabla N° 21.** Precio promedio de plátano a nivel nacional (Dólar / caja)

PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN						
PRODUCTOS	PRECIOS MENSUALES				PRECIOS PROMEDIOS	
	2013		2014		ENERO - ABRIL	
	ABRIL	MARZO	ABRIL	VAR. 1	2013*	2014
BANANO (Caja aprox. 43 lbs)	6.22	6.22	6.22	0.0%	6.22	6.22
BRÓCOLI (Kilogramo)	0.25	0.25	0.25	0.0%	0.25	0.25
CACAO CCNS1 ALMENDRA SECA (Quintal)	84.23	115.58	116.01	0.4%	94.02	108.88
CACAO FINO DE AROMA ALMENDRA SECA (Quintal)	85.30	115.24	112.19	-2.6%	94.63	110.28
CAFÉ ARÁBIGO BOLA (Quintal)	136.58	99.19	105.19	6.0%	93.81	89.91
CAFÉ ROBUSTA CEREZA (Quintal)	16.15	11.66	11.61	-0.4%	13.13	10.97
PALMA AFRICANA (Tonelada Métrica)	134.66	156.61	161.58	3.2%	144.24	155.29
PALMITO (Tallo aprox. 3 lbs)	0.26	0.23	0.23	-2.2%	0.28	0.29
PITAHAYA (Kilogramo)	-	3.50	2.54	-27.3%	-	2.85
PLÁTANO BARRAGANETE DE EXPORTACIÓN (Caja aprox. 50 lbs)	7.00	7.00	7.00	0.0%	7.00	7.00

**Fuente:** Sistema de Información de Precios (MAGAP), Julio 2015

**Elaborado por:** El Autor

Como se puede apreciar en el Tabla anterior en el mes de Julio del presente año (Primera semana), los precios del plátano en los 8 mercados mayoristas del país, ha registrado precios que se han mantenido, es decir no han sufrido variaciones importantes.

Con los productores y comerciantes se ha determinado el precio a Julio del 2015 es de \$6 dólares la caja de 50 libras aproximadamente, 22.7 kilos lo que da un precio promedio de 0,12 por libra

#### 4.4.3 Estudio de comercialización

##### a) Canales de distribución

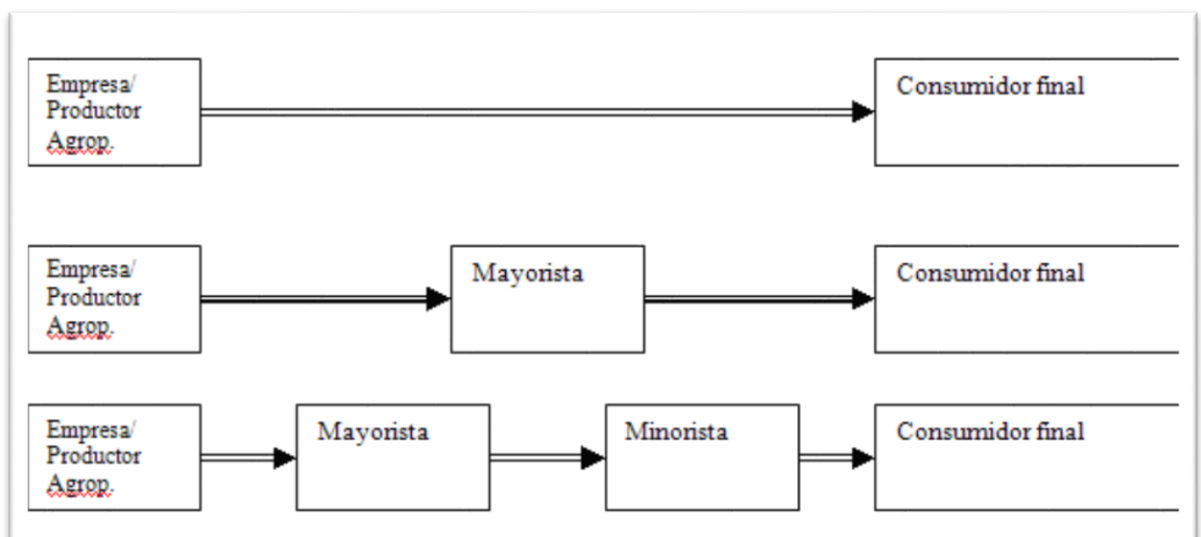
El centro de acopio ubicado en la Provincia de Orellana comercializara su producto a través de los siguientes canales.

Productor - Consumidor final que compra en el centro de acopio.

Productor - mayorista – consumidor final: este vende a comerciantes mayoristas en el centro de acopio para que este a su vez venda al consumidor final.

Productor – mayorista – minorista – consumidor final, este vende al comerciante mayorista en el centro de acopio el cual vende al minorista y este al consumidor final.

**Figura N° 15.** Canales de distribución del plátano



**Fuente:** Fundamentos de Mercadotecnia, Kotler Philip (2012)

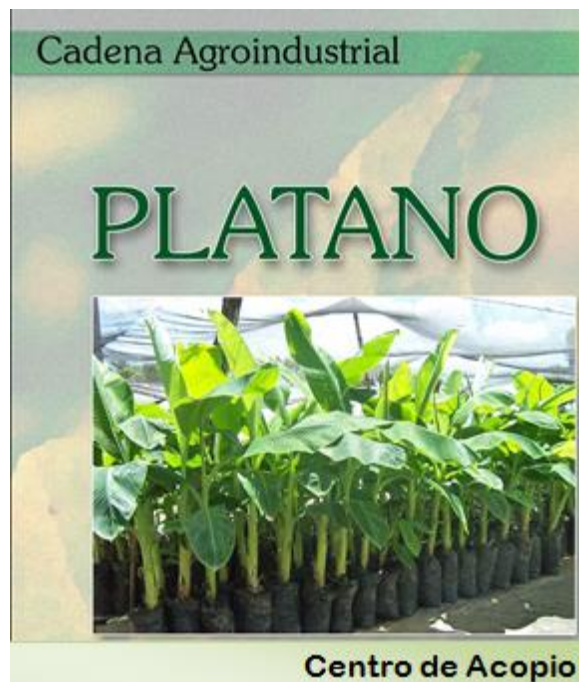
**Elaborado por:** El Autor

#### 4.4.4 Marketing Mix

##### 4.4.4.1 Análisis del Producto

El producto será presentado en un empaque de cartón cuyo contenido neto será de: 50 libras con la siguiente presentación:

**Figura N° 16.** Caja de plátano



**Elaborado por:** El Autor

**Contiene:** En el programa de producción se llevará a cabo el producto denominado “Centro de Acopio WAO”.

**Características:** Representa la planta de plátano como fuente del desarrollo productivo de la Provincia de Orellana y como imagen corporativa del pequeño productor que representa.

**Nombre técnico:** Plátano

**Nombre comercial:** Cadena Agroindustrial

**Forma de almacenamiento:** a una temperatura entre 20° a 25°C

**Transporte:** El transporte será en un ambiente adecuado para el producto, para el cual el medio de transporte debe estar debidamente condicionado para su transporte desde la empresa hasta su lugar del centro de acopio o destino.

**Descripción del empaque:** Los colores son muy importantes en un empaque o caja de productos pues son los que más llaman la atención del cliente, independientemente de lo que contenga en su interior, así pensando en estos detalles se detallan el porqué de los colores y elementos de la caja.

### **El color amarillo.**

Según (Baca, 2010), “Significa las personas físicas. Es recomendable utilizar amarillo para provocar sensaciones agradables, alegres. Es muy adecuado para promocionar productos para los niños y para el ocio y que puede estimular el apetito de las personas, además que representa salubridad, amabilidad, sencillez, confianza y la salud.”.

- ✓ El amarillo simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía.
- ✓ El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida.

### **El color verde.**

(Luca, 2011) Asegura que: “Para todos los productos de alimentación. El verde es un color de naturaleza, identificación de calidad y valor y es lo suficientemente neutral como para incluir toda la mercancía de una empresa”.

- ✓ El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- ✓ Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad. Por eso en contraposición al rojo (connotación de peligro), se utiliza en el sentido de "vía libre" en señalización

#### 4.4.4.2 Análisis del precio

Existen muchos métodos para la fijación de precios como son:

- a. **Los métodos de fijación de precio en base a los costos.** “No es más que calcular los costos totales de producción, añadirles un Margen de ganancia y obtener el precio pero en muchos casos no se tienen en cuenta la reacción de la demanda. Moreno, R.(2007) ( p. 42).
- b. **Fijación de precios basándose en la demanda.** “Aquí se tiene en cuenta la demanda, cuando la demanda es intensa se fijan precios altos y cuando la demanda es floja se fijan precios bajos aun si los costos son iguales en ambas situaciones” Moreno, R.(2007) ( pag42).
- c. **Fijación de precios basándose en la competencia.** ” Método que para fijar el precio el productor o comerciante, ante todo, entra a considerar el precio de sus competidores si el producto es igual o similar a los de la competencia y donde el precio es la clave estratégica del mercado. Moreno, R.(2007) ( p. 42).
- d. **Fijación de precios en base al mercado.** “Lo fija el mercado en función de las innovaciones del producto; debe tener calidad.” Moreno, R. (2007) (p.43).

Después de un minucioso estudio de todos los métodos para la fijación del precio del producto se ha decidido utilizar el método basado en la competencia ya que es una estrategia para introducirse en el mercado y ganar mercado así el precio de introducción será de : \$7.00 dólares por caja.

Para la presentación Se establece un precio inicial tentativo de \$7.00 a partir del año 2015, el cual se encuentra por debajo del precio de la competencia que es de \$8 por caja de aproximadamente 50 libras

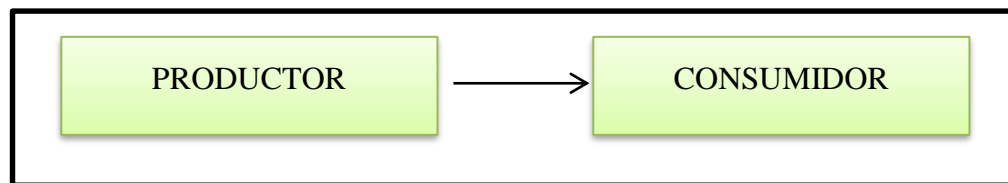
**Proyección de precios.-** No existe variación del precio en los próximos cinco años esto se debe a que se pretende lograr en el cliente fidelidad en cuanto a nuestro producto. Por lo tanto se mantiene el precio de \$ 8.00 dólares.

#### 4.4.4.3 Análisis de la plaza

El producto a ofrecer se lo realizará en los principales mercados para exportación de Quito, y Guayaquil.

**Canales de distribución.-** Para hacer llegar el producto a manos del usuario, se planifica su distribución y se elige el esquema de distribución:

**Figura N° 17.** Esquema de Distribución del Centro de Acopio.



**Elaborado por:** El Autor

Este canal es la vía más corta, simple y rápida ya que el canal de distribución es directo de los pequeños productores al consumidor Posteriormente se elabora un programa completo de publicidad tal, que el producto se haga familiar e indispensable para los consumidores del cantón.

Después de que sean cumplidos todos los requerimientos para la introducción del producto al mercado como son: pasar por las estrictas normas INEN, sacar el registro sanitario entre otros, el siguiente paso será las llamadas telefónicas a los consumidores como son los centros comerciales ofreciéndoles el producto y enviándoles a cada uno de nuestros potenciales consumidores una carta de presentación a sus correos electrónicos.

En el grupo de hoteles y restaurante utilizan plátano para la elaboración de esquistos platos de acuerdo a la gastronomía ecuatoriana.

#### **Ventajas del Canal de Distribución Elegido.**

En realidad se trata de un canal corto, ya que es del productor al consumidor por lo que el precio al público no se debe ver modificado significativamente por las comisiones a



detallistas. El Centro de Acopio, se ahorrará muchos trámites y trabajo en la distribución de su producto, puesto que ésta sólo se encarga de hacer el contrato con los consumidores y de entregarlos directamente en los establecimientos ya que será una distribución exclusiva para la comercialización.

### **Puntos a comercializar el producto.**

Los puntos endógenos que pretende llegar el Centro de Acopio con la comercialización está en entregar el producto a los exportadores de banano que están conformadas por 10 empresas, además como dato adicional se extenderá la comercialización a centros comerciales, restaurantes de la zona centro de ambas ciudades como se pueden observar danto un total de 57 puntos de comercialización del producto en la Tabla a continuación:

**Tabla N° 22.** Puntos de comercialización del producto

	<b>QUITO</b>	<b>ORELLANA</b>	<b>COLOMBIA</b>
<b>1</b>	Centros comerciales (SUPERMAXI)	Centros comerciales (TIA, AKI)	Frontera – Sucumbíos – Puerto del Carmen
<b>2</b>	Mercado Mayorista de Distrito Metropolitano de Quito	Comisariato Familiar Orellana	
<b>3</b>	Mercados	Mercados	
<b>4</b>	Sacar cupos de exportación		

**Fuente:** Investigación Realizada

**Elaborado por:** El Autor

#### **4.4.4.4 Análisis de la promoción y publicidad**

La promoción y publicidad va dirigida al consumidor para lo cual se establece las siguientes herramientas de promoción y publicidad.

**Tabla N° 23.** Promoción y Publicidad

<b>Canal de promoción</b>	<b>Acción</b>	<b>Importancia</b>	<b>Resultados</b>
<b>Radio</b>	Realizar publicidad por radio y hacerles conocer lo grandioso de nuestro producto	Permite llegar a todos los estratos sociales	Los clientes potenciales estarán enterados de nuestro producto y donde lo pueden conseguir
<b>Televisión</b>	Realizar publicidad del producto y la empresa que la produce	Permite llegar a todos los estratos sociales	Los clientes potenciales verán nuestro producto y estarán enterados de nuestro producto y donde lo pueden conseguir
<b>Correo electrónico</b>	Enviar a cada correo electrónico información más detallada del producto	Permite concretar negocios, pedidos, fechas de pago etc. Eficaz herramienta de comercio Importante base de datos.	Atender ágilmente los requerimientos del producto y de los productores
<b>Web site</b>	Crear un web site propio de la empresa donde nos encuentren fácilmente.	Vender imagen Promocionar a la empresa y los productos	Darse a conocer nacionalmente e internacionalmente.
<b>Promociones económicas</b>	Aplicar descuentos por volumen de ventas, descuentos por incumplimiento de las condiciones del pedido	Permite lograr la fidelidad del cliente y la adquisición de grandes cantidades del producto.	Tener clientes fijos que rechacen a la competencia Ganar terreno a la competencia Lograr el inventario cero o justo a tiempo.
<b>Promociones del producto</b>	Entregar muestras gratuitas del producto en el punto de venta.	Las personas son más proclives a comprar un producto que ya lo han probado con anterioridad además es muy buena herramienta para el nuevo producto.	El cliente comprara el producto y se incrementaran las ventas
<b>Carta de presentación</b>	Se detallara la presentación, como está elaborada, precio, contenido neto, logo de la empresa etc.	Dar a conocer el producto y la empresa.	Sellar el trato con los clientes y evitar que compre a la competencia.

**Fuente:** Moreno, R. (2007)

**Elaborado por:** El Autor

#### **4.4.5 Estudio técnico**

##### **4.4.5.1 Objetivo**

Elaborar un estudio técnico del proyecto de acuerdo con los resultados del estudio de mercado, tomar decisiones sobre el tamaño del proyecto, localización, alternativa tecnológica más apropiada, proceso y distribución de la planta donde operará el proyecto.

##### **4.4.5.2 Tamaño del proyecto**

La superficie requerida para dar cumplimiento a las necesidades del proyecto ha sido estimada en un área de 200 metros cuadrados, este espacio existe dentro de la estructura donde se va a desarrollar el centro de acopio. Esta área se divide en zonas de descargue; depósito de acondicionamiento; zonas de selección, lavado, empaque, distribución al por mayor y venta al detal. Se estima que del total de la producción de la agremiación con destino al Centro de Acopio de Orellana, 16.446 cargas/año, equivalentes a 2.055 toneladas/año, la venta anual sería de 2.000 toneladas y se calcula que un 80% sería vendida al por mayor y 20% al detal

##### **4.4.5.3 Condicionantes del mercado**

El mercadeo de plátano se caracteriza por una nutrida participación de los agentes o intermediarios en el precio. Su participación porcentual es bastante baja y la competencia por aumentar el margen de utilidad en cada uno de los eslabones de la cadena es bastante fuerte, subsistiendo en el mercado por la gran experiencia que posee, situación heredada y poder económico.

Cabe anotar que los agentes que intervienen en la comercialización especializada obtienen mayor porcentaje de utilidad. Es importante destacar las exigencias de calidad que hace este tipo de agente a los proveedores, para evitar devoluciones. Por esto, tanto el productor, como el intermediario que participan deben tener en cuenta que para incrementar su margen de utilidad deben disminuir considerablemente las pérdidas por cosecha y minimizar los costos. Respecto al margen de utilidad, cuando el plátano tiene

precios elevados, todos los intermediarios obtienen ganancias en la misma proporción. Mientras que, cuando el producto tiene un precio demasiado bajo, el agricultor y el comerciante pierden en la misma proporción. El único beneficiado es el consumidor.

Los comerciantes de banano no pueden mantener existencias por largo tiempo porque saben del deterioro y pérdida a que se ven expuestos. Además no hay una infraestructura adecuada para hacerlo. Esto los alerta en cuanto a la oferta del plátano, en torno a la cual el tiempo en que debe venderse el producto es demasiado corto, constituyéndose en un factor determinante en la fijación del precio. Lo que quiere decir, que éste no se puede estabilizar y es de momento, según sea la influencia de la oferta y la demanda.

#### **4.4.5.4 Criterio de selección para el centro de acopio**

- ✓ Permite la creación de uno o varios canales de distribución adicionales de compra segura, que beneficia a pequeños agricultores por condiciones de mejor competencia y precios más remunerados.
- ✓ Contribuye a la transmisión de la Demanda de productos a los agricultores rurales.
- ✓ Facilita la introducción a mejores técnicas para el manejo físico de los productos.
- ✓ Sirve como uno de los elementos para el mejoramiento a largo plazo, de los sistemas de producción y acopio de productos.
- ✓ Permite una mejor coordinación con los planes de producción de regiones que tienen el mismo producto.
- ✓ Fomenta y/o canaliza los servicios de apoyo básico para una eficiente comercialización (Asistencia técnica, Crédito, Información, Capacitación).

#### **4.4.5.5 Localización del proyecto**

- ✓ Para determinar la localización hay factores que se deben tener en cuenta como son:
- ✓ Distribución geográfica del mercado, disponibilidad de recursos como materias primas y condiciones ambientales. A continuación se van a ampliar.
- ✓ Distribución geográfica del mercado: Al iniciar las operaciones de acopio del producto se comenzará a cubrir el Cantón Francisco de Orellana, ya que su

participación porcentual dentro del total departamental aumenta en extensión y volumen. En un porcentaje del 21.43% en área y el 6.6% en toneladas; se registra un 31.8% en superficie y el 8% en producción.

- ✓ Mercado de materias primas: está distribuido en orden de importancia en el Cantón Francisco de Orellana y posteriormente el Cantón La joya de los Sachas.
- ✓ Condiciones Ambientales: en esta clase el centro de acopio este factor es intrascendente puesto que no contamina ni por gases ni tampoco con ruidos.
- ✓ Alternativas de localización: en esta alternativa se tiene en cuenta la opción de macro localización, es decir, el sitio específico

**Macro localización:** La dinámica económica del CAFO está fundamentada en el sector primario, predominan las actividades agropecuarias. La primera actividad es la petrolera, destacándose por ser una gran zona; sigue en importancia la agricultura, con la producción de cacao, aceite de palma, plátano etc. actividad que se desarrolla en áreas adecuadas, con diversidad de cultivos en rotación. Para el caso del plátano se vende a comerciantes mayoristas de fuera del Cantón Francisco de Orellana y el resto se comercializa a puerta de finca también con comerciantes externos.

**Figura N° 18.** Macro localización



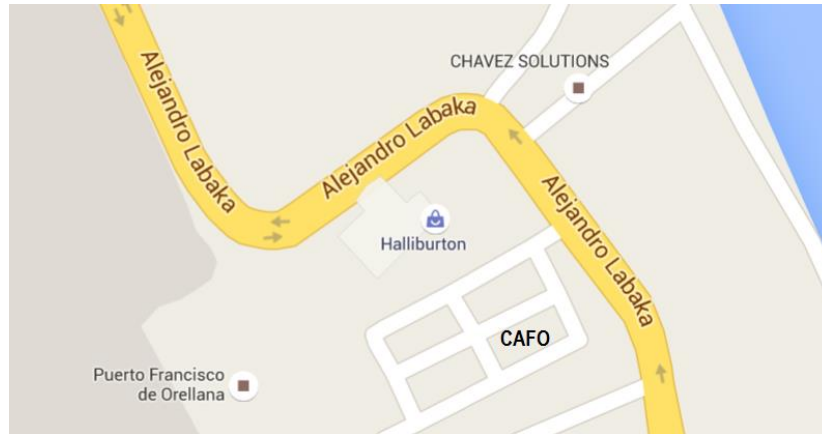
**Fuente:** Google Map

**Elaborado por:** El Autor

**Micro localización:** El Centro de Acopio se ubicará en terreno aledaño al centro del Cantón Francisco de Orellana. La zona de localización se sitúa entre la Avda. Alejandro Labaka lugar que está ubicado el parque industrial. La ubicación del área que abarca el

proyecto es considerada como un punto estratégico al localizarse en una zona de influencia comercial.

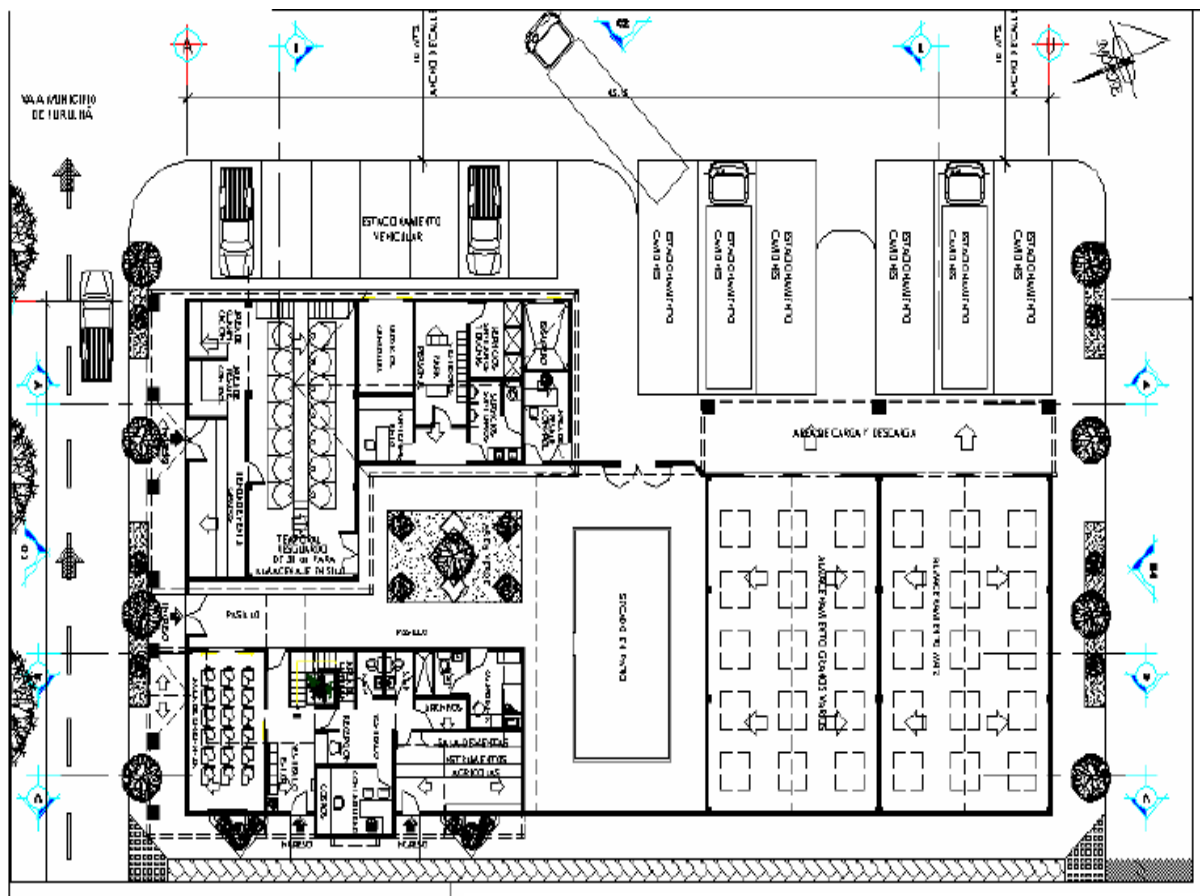
**Figura N° 19.** Micro localización:



**Fuente:** Google Map

**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 20.** Plano del centro de acopio



**Elaborado por:** El Autor

**Figura N° 21. Proceso**



**Elaborado por:** El Autor

El manejo del producto en el centro de Acopio se realiza individualmente por racimos, durante el proceso de descargue del camión. En el acondicionamiento, se manejan arrumes unos sobre otros y se colocan sobre tarimas; posteriormente, se procede al pesaje del producto en las balanzas, adelantando su respectivo registro de entrada y luego se clasifica teniendo en cuenta normas básicas de calidad, de apariencia fresca, de forma regular, libres de fisuras, magulladuras y heridas.

El lavado del producto es un paso indispensable para su respectivo manejo, donde se retiran las impurezas y se da una buena presentación, Las aguas que se utilicen deben ser potables, con bajo contenido de materia orgánica y en lo posible con desinfectantes como el cloro o compuestos a base de yodo. Para medir la concentración de cloro en el agua se utiliza una cinta indicadora de papel, con lo que se evita, por una parte el exceso de este desinfectante que causa un blanqueamiento en la piel del banano y por otro, una deficiencia causada por el atrapamiento de sus partículas debido a la presencia de la materia orgánica. Con el cloro se previene la contaminación del producto al contacto con el agua y la aparición posterior de bacterias patógenas. Las funciones de

comercialización son las de Acopio a nivel mayorista y, en menor grado, en una etapa inicial, las funciones de lavado, selección y empaque para la venta al detal

#### **4.4.6 Estudio legal y organizacional**

##### **4.4.6.1 Tipo de empresa:**

**Nombre de la Empresa:** Centro de Acopio Francisco de Orellana

**Filosofía:** Calidad, competitividad y desarrollo es el factor del éxito de nuestra empresa. Somos una empresa que nos esforzamos día a día para lograr la calidad integral de vida de nuestros trabajadores y proveedores, a fin de brindarles a nuestros clientes lo mejor de nosotros con excelencia en el servicio y calidad de nuestro producto. Estamos dispuestos a emplear todo nuestro potencial para lograr el desarrollo sostenible con la gestión de innovación y conocimiento, a partir del respeto, participación y espíritu colaborativo.

**Misión:** La misión empresarial es el motivo de la existencia de CAFO y la que orientara sus actividades. La misión del centro de acopio, se ha definido como:

El Centro de Acopio CAFO, se fundamenta en satisfacer las necesidades de los productores de plátano a través de estrategias de organización, operación y comercialización del producto en el sector rural y urbano que beneficie a todos los productores agrícolas que se han vinculado como socios del Centro a mejorar su competitividad y rentabilidad.

**Visión:** La visión es la representación de la imagen como deberá ser en el futuro de CAFO basada en valores. La visión del centro de acopio es la siguiente:

Ser una institución reconocida, posicionada y competitiva a nivel local, regional en los próximos 5 años por su calidad y exclusividad, desarrollando estrategias de comercialización producción y marketing que permitan incrementar el volumen de ventas y generando a nuestros clientes un mejoramiento en la calidad de vida.



## Objetivos

Satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes, para incrementar nuestras ventas y obtener una rentabilidad ascendente.

### Objetivo Específicos:

- ✓ Trabajar con un equipo humano comprometido con el desarrollo del centro de acopio
- ✓ Brindar a nuestros clientes productos de calidad garantizada
- ✓ Mantener un nivel de rentabilidad superior al 25%
- ✓ Considerarse una empresa altamente competitiva dentro de dos años, consolidándose como una empresa seria y profesional.
- ✓ Analizar el flujo de los productos a través de canales de mercadeo que ofrezcan mayores ventajas económicas
- ✓ Permitir a los asociados percibir mayores ingresos y mejorar la calidad de vida.

**Valores:** Los valores que guían las decisiones tanto de empleados, y trabajadores de la empresa son las que definen su liderazgo y permanencia en el mercado competitivo. Se consideran las siguientes:

- ✓ **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo permite fomentar el compañerismo entre los trabajadores y empleados de la empresa y por lo tanto un buen ambiente de trabajo y comunicación en todas las áreas de la empresa.
- ✓ **Productividad:** Es la relación que existe de un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción
- ✓ **Honestidad:** Todos los empleados y trabajadores de la empresa deberán ser sinceros en todos sus actos, sin tratar de perjudicar a la empresa.
- ✓ **Responsabilidad.**-Con todas las funciones encomendadas en pro del cumplimiento de los objetivos de la empresa en tiempo y forma.
- ✓ **Confianza:** Es tener la plena lealtad de los empleados y trabajadores con la Empresa.
- ✓ **Eficiencia:** Conseguir un objetivo con los mínimos recursos posibles de acuerdo a la programación y seguimiento.

- ✓ **Calidad:** Es el factor diferenciador que permite realizar las cosas bien y a la primera vez cumpliendo y excediendo las expectativas de los clientes.

#### **4.4.6.2 Manual de procedimiento**

La dirección del Centro de Acopio estará a cargo de la Junta Directiva quien tendrá la responsabilidad de la planeación y control del desarrollo de las actividades del Centro. La Junta Directiva coordinará la programación de actividades, asignación de cuotas y ejecución de lo programado con la Administración del Centro y los Comités de gobiernos seccionales. La Administración, rendirá informe de sus tareas a la Junta Directiva de la Agremiación y ésta efectuará el seguimiento y evaluación de las actividades. La Junta Directiva, a su vez, informará a los Comités y asociaciones y a la Asamblea sobre el avance de las acciones.

La estructura Administrativa del Centro de Acopio estará constituida por el Administrador y personal de servicio contratado. El Comité Asesor, integrado por representantes de entidades gubernamentales como el GADP Orellana, asociaciones de producción y otras instituciones como Fundaciones, interesadas en participar y colaborar en la definición y gestión de este Centro. Este Comité asesorará a la Junta Directiva, a la Administración del Centro de Acopio y a los Comités Municipales interesados en participar

#### **4.4.6.3 Manual de funciones**

Funciones de la Asamblea de Agricultores:

- ✓ Estudiar y dar la resolución de los objetivos y las políticas propuestas por la Junta Directiva, en lo referente a las actividades propias del Centro de Acopio.
- ✓ Evaluar, controlar y dar seguimiento a los programas de acción a seguir para su respectiva aprobación.
- ✓ Estudiar y aprobar el presupuesto operativo anual.
- ✓ Aprobar, en coordinación con la Junta Directiva, los procedimientos de gestión a seguir y los métodos de trabajo.

- ✓ Estudiar los informes respectivos de actividades presupuestales y financieras del Centro de Acopio.
- ✓ Definir y delimitar las actividades a desarrollar por la Junta Directiva, los Comités de los gobiernos seccionales y el Administrador, fijando así los límites de autoridad y responsabilidad de cada uno de ellos.
- ✓ Controlar las actividades de la Junta Directiva.

#### Funciones de la Junta Directiva:

- ✓ Convocar por lo menos semestralmente a la Asamblea General de Agricultores a fin de comunicar, estudiar y aprobar las alternativas que hayan sido previamente planteadas por los órganos asesores.
- ✓ Convocar a reuniones de promoción y estudio con las entidades responsables o relacionadas con programas de mercadeo.
- ✓ Ejecutar cualquier acción previamente aprobada por la Asamblea de Agricultores.
- ✓ Asignar las actividades administrativas y operacionales del Centro de Acopio.
- ✓ Delimitar las actividades, las responsabilidades y la autoridad del Administrador del Centro de Acopio.
- ✓ Controlar las actividades emprendidas por el Centro de Acopio y el desempeño administrativo.
- ✓ Controlar el manejo financiero y económico del Centro de Acopio.
- ✓ Informar a la Asamblea de Agricultores sobre las actividades desarrolladas en dicho Centro.
- ✓ Coordinar con los Comités Municipales las épocas específicas de cosecha, volúmenes a cosechar, centros y/o lugares de acopio a nivel de cada municipio.
- ✓ Coordinar con los Comités de los gobiernos seccionales y Comité Asesor el balance del estado productivo de cada uno de los asociados.
- ✓ Coordinar las acciones de la Agremiación con las actividades de las entidades, cooperativas, supermercados, etc.; en lo referente a la distribución del plátano.

#### Funciones del Comité Asesor y Comités Provincial:

- ✓ Hacer un seguimiento de la problemática del mercadeo del plátano.

- ✓ Estudiar el estado de la producción de la Agronomía y analizar las posibilidades reales de mercadeo.
- ✓ Colaborar con el Administrador y con la Junta Directiva en la preparación de los planes de acción.
- ✓ Ofrecer asesoría en la ejecución de los planes técnico-administrativos, contables y financieros.

#### Funciones del Administrador del Centro de Acopio:

- ✓ Ejecutar las acciones planeadas y aprobadas por la Asamblea General de la Agronomía en torno a las operaciones de recepción y venta del plátano.
- ✓ Organizar el funcionamiento del Centro de Acopio.
- ✓ Coordinar y supervisar las actividades del Centro en lo referente a descargue, selección, acondicionamiento, venta al por mayor, lavado, empacado y venta al detal.
- ✓ Participar conjuntamente con el Comité Asesor en la promoción de venta y en el desarrollo de métodos adecuados y eficientes de trabajo.
- ✓ Asignar funciones y responsabilidades a los empleados.
- ✓ Controlar y supervisar las actividades de los empleados.
- ✓ Capacitar a sus subordinados en las tareas encomendadas.
- ✓ Llevar registros de control para el ingreso del producto.
- ✓ Llevar registros de control de ventas.
- ✓ Llevar registros de Caja y Bancos.
- ✓ Llevar registros de control financiero.
- ✓ Informar mensualmente a la Junta Directiva sobre el estado de cuentas del Centro de Acopio.
- ✓ Rendir informe mensual de actividades a la Junta Directiva.
- ✓ Informar a la Junta Directiva sobre cualquier anomalía presentada en el desarrollo de sus actividades, sean éstas de carácter administrativo, contable, financiero o de personal.
- ✓ Coordinar actividades de trabajo con los Comités de los gobiernos seccionales, sobre la producción en función de los requerimientos del mercado.

Actividades Conjuntas de la Junta Directiva, Comité Asesor, Comités gobiernos seccionales y Administrador del Centro de Acopio:

- ✓ Programar y promover cursos de capacitación en torno a los requerimientos del Centro de Acopio relacionados con aspectos administrativos, contables, etc.; con la participación de los diferentes elementos funcionales de la organización y de los socios
- ✓ Analizar las experiencias basadas en planes de venta ya ejecutados, de acuerdo con factores internos de venta (formas y modo de distribución, territorios, métodos de venta, clientes y valor de pedidos), y en relación con influencias externas a la organización.
- ✓ Efectuar el análisis de precios y mercados, y probar algunos métodos de venta para luego plantear el método más apropiado.
- ✓ Diseñar métodos para obtener información y estimación de ventas.
- ✓ Verificar y analizar la información de mercado recopilada.
- ✓ Elaborar el programa de trabajo, analizando en forma conjunta los volúmenes a distribuir, su frecuencia en el tiempo y el área de influencia.
- ✓ Detectar y canalizar servicios de apoyo básico al programa de mercadeo.
- ✓ Presentar a la Asamblea General los programas propuestos.

Actividades a Desarrollar por los Empleados del Centro de Acopio:

- ✓ Cumplir con las actividades encomendadas por el Administrador.
- ✓ Recibir y almacenar el plátano.
- ✓ Seleccionarla por variedad y calidad.
- ✓ Separar el plátano que ha de ser lavado y seleccionado.
- ✓ Empacar el banano en bolsas de polietileno de una arroba o menos.
- ✓ Colaborar con el Administrador en las labores de venta al detal y al por mayor.
- ✓ Colaborar en las labores de cargue y descargue del plátano

Estructura legal adoptada:

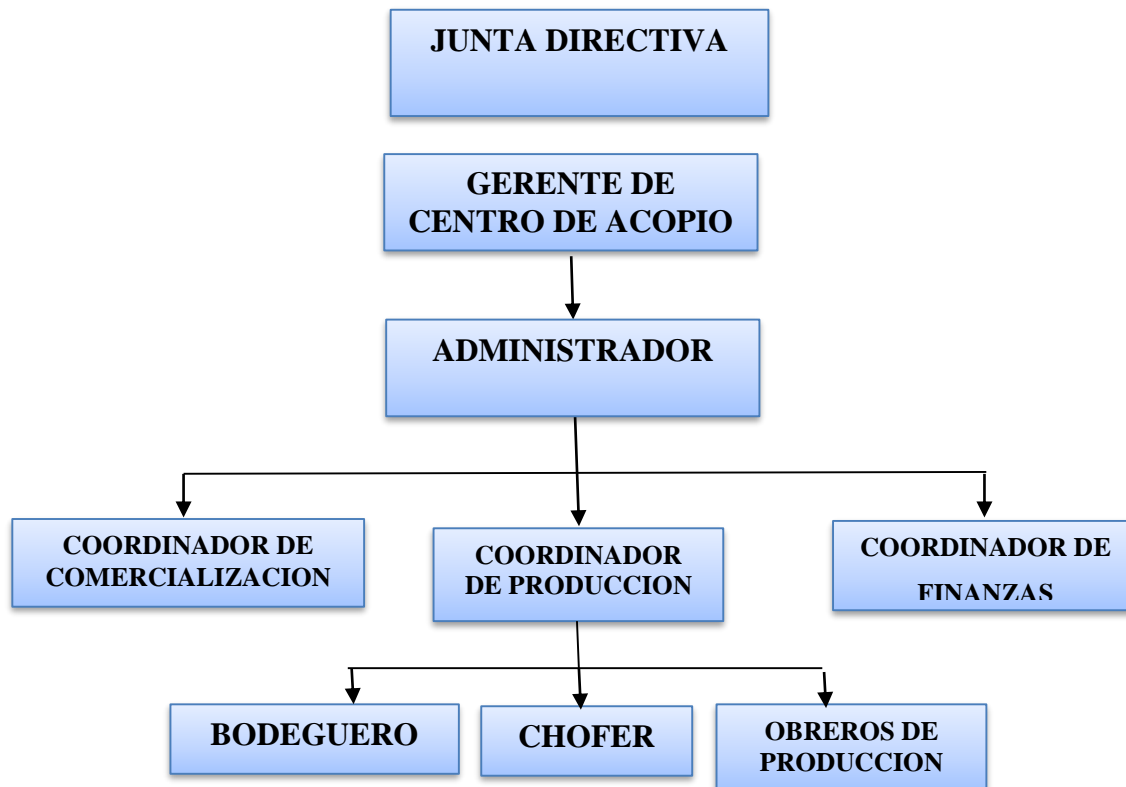
El centro de acopio de la Provincia de Orellana estará legalmente constituido como un centro de acopio comunitario, mediante vida jurídica de la comuna del mismo nombre,

debido a que los agricultores actualmente no están asociados y se lo hará en forma paulatina; por tal razón dicho centro va a estar a disposición de la GAD de Orellana del Cantón Francisco de Orellana, que han decidido formar parte de este proyecto de acuerdo a las encuestas realizadas, considerándose como un proyecto productivo para los agricultores de la localidad.

#### Estructura orgánica y funcional

El centro de acopio de plátano de Orellana, se manejará mediante una estructura orgánica por coordinación, siendo esta la más idónea para el manejo de las actividades productivas de este centro; puesto el nivel ejecutivo, quienes son personas especializadas en los diferentes departamentos como son en este caso: producción, comercialización y finanzas; y cada una de estas deben respetar las disposiciones de la GAD provincial, sin embargo son concedores de sus responsabilidades en cada uno de los departamentos encargados. En el gráfico siguiente se presenta la estructura orgánica funcional del centro de acopio a crearse.

**Figura N° 22.** Estructura orgánica función



**Fuente:** Investigación directa, 2015

**Elaborado por:** El Autor

## **Descripción de cargos y funciones del personal:**

**a) Gerente General.-** El Gerente General será el encargado de controlar y dirigir todas las actividades del centro de acopio, tales como la de producción, comercialización y finanzas, representando el centro de acopio en el ámbito administrativo y legal, manejando con eficiencia todas las áreas de dicho centro y su desempeño a nivel organizacional.

### **Funciones:**

- ✓ Representar administrativa, legal y extrajudicial al centro de acopio.
- ✓ Administrar los procesos y actividades del centro de acopio
- ✓ Liderar y dirigir metas y objetivos específicos en el nivel productivo del centro de acopio.
- ✓ Establecer estrategias adecuadas en la organización del centro de acopio y buscar sus líneas de acción para que sean ejecutadas con eficiencia.
- ✓ Asignar tareas específicas para todos los agricultores y coordinadores.

**b) Coordinador de comercialización.-** El coordinador de comercialización estará encargado de atender a los clientes de manera correcta, brindando un excelente servicio, organizando y controlando todos los procesos de ventas, ingresos y egresos de ventas; así como también la comercialización y la difusión del producto.

### **Funciones:**

- ✓ Brindar excelente atención al cliente y a proveedores
- ✓ Aportar con las metas de ventas
- ✓ Difundir el producto mediante métodos de comercialización
- ✓ Proyectar una imagen de confianza al cliente del producto
- ✓ Realizar informes de ventas
- ✓ Estar al pendiente de los cambios en el mercado
- ✓ Controlar los niveles de venta

**c) Administrador.-** El administrador tendrá el rol de organizar todas las actividades productivas del centro de acopio, basándose en el nivel de producción mediante cultivos

del plátano a producirse en el sector, considerando el rendimiento de los agricultores; mediante estándares de calidad citados en lo posterior

**Funciones:**

- ✓ Análisis de los insumos a utilizarse en la producción
- ✓ Control de calidad del plátano
- ✓ Controlar el inventario de los productos
- ✓ Controlar los estándares de producción
- ✓ Realizar informes del nivel de producción

**d) Coordinador de finanzas.-** El coordinador de finanzas tendrá como responsabilidad el manejo financiero del centro de acopio, su rol principal es el manejo contable, pago de impuestos, buscar fuentes de financiamiento, manejar la estructura financiera, etc., en coordinación con todas las actividades productivas del centro de acopio.

**Funciones:**

- ✓ Controlar los registros contables y financieros
- ✓ Controlar los ingresos y gastos del centro de acopio
- ✓ Elaborar y analizar los estados financieros
- ✓ Realizar los informes financieros
- ✓ Analizar los balances e indicadores financieros
- ✓ Presentar informes financieros a la Gerencia General

**e) Bodeguero.-** Es la persona encargada de almacenar la producción de plátano que se ha recolectado, llevando el inventario de los productos, preocupándose así por su conservación.

**Funciones:**

- ✓ Almacenar el plátano del centro de acopio
- ✓ Realizar y controlar inventarios de la producción
- ✓ Conservar en buen estado la producción
- ✓ Aplicar métodos adecuados de control de inventarios
- ✓ Mantener el ambiente adecuado del sistema de frío



- ✓ Realizar los informes de inventarios

**f) Obreros de producción.-** Los obreros de producción estarán encargados de controlar la calidad del producto que ha ingresado; para ello seleccionarán los plátanos adecuados para cumplir las expectativas de la demanda en relación con los coordinadores tanto de producción como de comercialización.

**Funciones:**

- ✓ Recepción de la producción
- ✓ Limpieza de la producción
- ✓ Control y selección de los productos de plátano
- ✓ Empacado y embalaje de los productos
- ✓ Carga y descarga de los productos del plátano
- ✓ Selección de los productos del plátano

**g) Chofer.-** El chofer será la persona encargada del transporte del plátano al mercado al cual están dirigidos, en este caso a los comerciantes de los distintos mercados del Cantón Francisco de Orellana. Por tal motivo tendrá la responsabilidad de trasladar con cuidado la producción, por lo tanto tiene que ser un chofer profesional, puesto que tendrá un rol importante en la distribución de los productos y que lleguen a su destino en excelente estado. Además trasladará la producción de la fruta desde las propiedades agrícolas hacia el centro de acopio.

**Funciones:**

- ✓ Transporte del producto del plátano de calidad, con cuidado a los centros comerciantes, comerciantes del Cantón Francisco de Orellana.
- ✓ Velar que los productos lleguen a su destino en buen estado.

**g) Guardias de seguridad.-** Los guardias de seguridad, tendrán como rol principal el control, cuidado y seguridad de los bienes e instalaciones del centro de acopio. Es decir bajo su responsabilidad estará todo el custodio de los bienes, tanto perecederos como de larga duración.

## **Funciones:**

- ✓ Cuidado y control de los bienes tangibles e intangibles
- ✓ Brindas seguridad y bioseguridad al personal del centro de acopio

Es así que se han determinado las funciones y roles que van a cumplir cada uno de los integrantes del talento humano del centro de acopio de plátano Francisco de Orellana por lo tanto dichos integrantes conocerán de manera explícita su cargo para que así lo desempeñen de una manera más eficiente y eficaz.

### **4.4.7 Gestión De Calidad**

Orientada hacia el producto, estableciendo requisitos de calidad para el consumo de producto en fresco, en el momento de recepción al Centro de Acopio. Todo orientado hacia el control del producto que llega al Centro de Acopio:

#### **El acopio del plátano debe cumplir con:**

- ✓ El área de acopio de la fruta debe estar cubierta y protegida, para evitar contaminaciones, por ejemplo de animales, insectos, polvo, etc.
- ✓ El lugar debe ser limpio y ordenado. Estar lejos de focos de contaminación.
- ✓ El área de acopio debe estar contemplada en un programa de limpieza e higiene. Además debe estar incluida en el programa de control de roedores y plagas
- ✓ La fruta no debe entrar en contacto con el suelo. Debe permanecer sobre pallets o cualquier otro material que impida el contacto directo con el suelo.
- ✓ Deberá contar con agua potable o potabilizada.
- ✓ Baterías sanitarias en buen funcionamiento y lavamanos con jabón o líquido desinfectante.
- ✓ Reciclaje de desechos sólidos.
- ✓ Registros Respectivo

## **Requerimientos de tecnología e ingeniería**

**Ingeniería del proyecto.-** En el proceso productivo del centro de acopio se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- ✓ La recepción hace énfasis al acogimiento de la producción de plátano, previa a la recolección, ésta la llevarán a cabo los obreros de producción.
- ✓ La selección del plátano de mejor calidad lo harán los obreros de producción, con la colaboración del coordinador de producción, por lo tanto se escogerán los mejores productos que los agricultores hayan cultivado.
- ✓ El control de calidad será efectuado por el coordinador de producción, puesto que éste será conocedor de los estándares de calidad, si existiera el caso que no cumpla el producto con los requerimientos ésta será enviado a otro tipo de almacén o devuelto al productor.
- ✓ De pesar y limpiar el plátano estarán encargados los obreros de producción, controlando las medidas necesarias en cajas en los productos.
- ✓ El encargado de almacenar el plátano será el bodeguero, quién velará por los productos para que se encuentren en correctas condiciones, controlando las medidas adecuadas de temperatura y el inventario del producto.
- ✓ La actividad de empaquetar y embalar el plátano al granel, lo realizarán los obreros de producción, en este caso se utilizarán cajas para los productos se encuentren en una mejor calidad.
- ✓ El que tendrá el rol de transportar el producto será el chofer, quién se dirigirá con la producción de calidad hacia los centros comerciales, comerciantes del Cantón Francisco de Orellana.

**Requerimientos de materias primas e insumos.-** En la implementación del centro de acopio se requieren como insumos básicos el plátano que serán vendidos al centro de acopio, por parte de los productores agrícolas de todo el sector de los cantones y parroquias de Francisco de Orellana.

**Localización.-** Para determinar la localización adecuada se desarrolló el proceso de ponderación en el escogimiento de dos sectores Orellana, La Joya de los Sachas y Loreto.

**Tabla N° 24.** Localización del centro de acopio

Factor relevante	Peso asignado	La joya de los Sachas		Francisco de Orellana	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
<b>Materia prima disponible</b>	0.33	5.0	1.65	4.0	1.32
<b>Mano de obra disponible</b>	0.25	7.0	1.75	7.5	1.875
<b>Costo de los insumos</b>	0.20	5.5	1.1	7.0	1.4
<b>Costo de la vida</b>	0.07	8.0	0.56	5.0	0.35
<b>Cercanía del mercado</b>	0.15	8.0	1.2	9.0	1.35
<b>Suma</b>	1.00		6.26		6.295

**Fuente:** Baca. G. (2010) Evaluación de proyectos

**Elaborado por:** El autor

De acuerdo al valor obtenido el lugar óptimo para la construcción del centro de acopio es el sector de Francisco de Orellana, con una calificación de 6.295 y que brinda las condiciones más adecuadas para la ejecución del proyecto.

#### **4.4.8 Viabilidad financiera, económica y social**

**Inversiones del proyecto:** El proyecto para su normal funcionamiento requiere de varios tipos de inversiones, a saber:

- ✓ Inversiones fijas
- ✓ Inversiones en capital de trabajo
- ✓ Inversiones diferidas

A continuación se presentan los tipos de inversiones para el presente proyecto.

#### 4.4.8.1 Inversiones fijas

Constituyen bienes de larga duración, los cuales sufren desgaste por su uso y deben ser depreciados durante su vida útil, de conformidad a la Ley de Régimen Tributario Interno.

**Terrenos.-** De esta manera se ha cotizado el valor del terreno donde será localizado el centro de acopio en Francisco de Orellana, considerando una extensión de 270 m<sup>2</sup> y un valor de 10 dólares por metro cuadrado, obteniendo un valor de \$ 2.700,00 en la adquisición del terreno, .

**Tabla N° 25. Terrenos**

TERRENOS			
DETALLE	CANTIDAD (m2)	VALOR (USD / m2)	VALOR TOTAL (USD)
Terreno	400	10,00	4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>10,00</b>	<b>4.000,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Edificios.-** Constituye la infraestructura física, es decir la obra civil, donde funcionará el centro de acopio. Para la construcción del centro de acopio, se considera un valor total, en la cual se encuentra implícita la obra civil y los materiales para edificarlo, por lo tanto el costo total del edificio tiene un valor de \$ 66.780,00.

**Tabla N° 26. Edificios**

EDIFICIOS			
DETALLE	CANTIDAD (m2)	VALOR (USD / m2)	VALOR TOTAL (USD)
Obra Civil	210,00	250,00	52.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>210,00</b>	<b>250,00</b>	<b>52.500,00</b>

**Fuente:** Cámara de la Construcción de Francisco de Orellana, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Vehículos.-** Para la transportación de plátano hacia los centros comerciales, comerciantes del cantón Orellana, se requiere de un vehículo, en este caso será un camión que permitirá trasladar la producción agrícola hacia los clientes, siendo así los comerciantes del cantón Orellana, teniendo un costo de \$ 30.000,00.

**Tabla N° 27.** Vehículos

VEHÍCULOS	
DETALLE	VALOR TOTAL (USD)
Camión	35.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>35.000,00</b>

**Fuente:** Concesionario de vehículos, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Equipos de oficina.-** Con respecto a los equipos de oficina que se requieren para las actividades sobre todo administrativas del centro de acopio, se determina en este caso, un teléfono inalámbrico y 4 calculadoras sumadora, siendo equipos indispensables para los procesos comerciales y de gestión, formando parte de los activos fijos del centro de acopio; por lo tanto este es el inventario de equipo de oficina.

**Tabla N° 28.** Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Teléfono inalámbrico	1	100,00	100,00
Calculadora - sumadora	4	125,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>600,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, Comercial Tres Ríos, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Muebles de oficina.-** Así mismo se toman en cuenta los muebles de oficina, siendo en este caso muy importantes para la comodidad de los encargados en la organización y

administración del centro de acopio; siendo escritorios con sus respectivas sillas y archivadores; estos implementos mejoran el ambiente de trabajo y su adecuación.

**Tabla N° 29.** Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Escritorios	4	175,00	700,00
Sillas para escritorios	4	40,00	160,00
Archivadores tipo vitrina	4	150,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.460,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, Comercial Coca, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Equipos de computación.-** El equipo de computación que se requerirá en el centro de acopio consistirá en la implementación de 4 computadoras y un escáner, tanto para el área administrativa como para el área de ventas.

**Tabla N° 30.** Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO O (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Computadora de escritorio	4	800,00	3.200,00
Impresora escáner	1	115,00	115,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.315,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, Global office, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Equipos para cuarto frío.-** El tipo de maquinaria que se va a utilizar en el centro de acopio es el cuarto de frío que se requiere para mantener la temperatura adecuada en el

almacenamiento del plátano, considerando que es la única maquinaria que se requiere para la implementación del proyecto.

**Tabla N° 31.** Equipos para cuarto frío

EQUIPOS CUARTO FRÍOPARA CUARTO FRIO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Equipo para cuarto de frío	1	17.000,00	17.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>17.000,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Herramientas y materiales.-** En el centro de acopio se requerirá de materiales y herramientas que complementan el proceso de producción, considerando como tales básculas, carretillas, mesa de empaque y gavetas; siendo estas herramientas y materiales indispensables para el proceso de acopio.

**Tabla N° 32.** Herramientas y materiales

HERRAMIENTAS Y MATERIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Báscula electrónica	2	330,00	660,00
Carretilla hidráulica	3	380,00	1.140,00
Mesa de empaque	2	220,00	440,00
Gavetas	30	20,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.840,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, 2015

**Elaborado por:** El autor

**Resumen de la Inversión Fija Inicial.-** Los tipos de activos fijos que se han considerado dentro de la propuesta son: equipos de computación, equipos de oficina,



muebles de oficina, materiales y herramientas, equipos para el cuarto frío, edificios, vehículo y terreno, siendo estos activos indispensables para llevar a cabo los diferentes procesos de producción, obteniendo los implementos necesarios, fomentando un ambiente laboral adecuado al contar con los recursos necesarios, obteniendo un total de 139.067,38 dólares por este concepto. El rubro o componente de mayor valor económico en el proyecto de creación del centro de acopio es la inversión fija, y dentro de esta se encuentran las edificaciones y el cuarto frío, seguido de la adquisición de un vehículo para el traslado del producto, del y hacia el centro de acopio.

Por ello a continuación se presenta una Tabla resumen de los principales rubros que integran las inversiones fijas.

**Tabla N° 33.** Resumen de la Inversión Fija Inicial

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
Computador de escritorio	4	800,00	3.200,00
Impresora escáner	1	115,00	115,00
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
Sillas	4	175,00	700,00
Escritorio	4	40,00	160,00
Archivadores	4	150,00	600,00
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
Teléfono inalámbrico	1	100,00	100,00
Calculadora Casio	4	125,00	500,00
<b>MATERIALES Y HERRAMIENTAS</b>			
Báscula electrónica	2	330,00	660,00
Carretilla hidráulica	3	380,00	1.140,00
Mesa de Empaque	2	220,00	440,00
Gavetas	30	20,00	600,00
<b>MAQUINARIAS</b>			
Equipo para cuarto de frío	1	17.000,00	17.000,00
<b>EDIFICIO</b>			
Obra civil	1	52.500,00	52.500,00
<b>VEHÍCULO</b>			

Camión	1	35.000,00	35000,00
<b>TERRENO</b>			
Terreno	1	4.000,00	4.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>116.715,00</b>

**Elaboración:** Equipo de Trabajo

#### 4.4.8.2 Inversión en capital de trabajo

Se considera como capital de trabajo al monto económico que se requiere para poner en marcha la actividad productiva, es así que se han considerado los rubros de materias primas (Compra de productos y mano de obra directa), para desarrollar las actividades de producción, dando un total de 25.852,38 dólares.

**Tabla N° 34.** Inversión en capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR (USD)
Materia Prima Directa	18.952,38
Mano de Obra Directa	6.900,00
<b>TOTAL</b>	<b>25.852,38</b>

**Fuente:** Investigación directa, 2015

**Elaboración:** Autor del proyecto

#### 4.4.8.3 Inversión en Activos Diferidos

Como activos diferidos o intangibles se ha considerado el trámite al SRI (Servicio de Rentas Internas), para la obtención del Registro Único de Contribuyentes, las gestiones para el permiso de funcionamiento en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Orellana, permiso en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), etc.; cuentan como activos intangibles porque permiten el desarrollo de la actividad productiva de forma legal y formal en el centro de acopio.

**Tabla N° 35.** Inversión en Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR (USD)
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN:</b>	
Trámite en el GAD Municipal de Orellana	500,00
Trámite en el Servicio de Rentas Internas	400,00
MAGAP	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.500,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, 2015

**Elaboración:** Autor del proyecto

#### 4.4.8.4 Resumen de la Inversión Inicial

Una vez que se ha considerado los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo para la inversión inicial, se procede a realizar un resumen de todos los rubros que se utilizan para el valor inicial y poner en marcha la propuesta planteada, dando un total de \$ 139.067,38.

**Tabla N° 36.** Resumen de la Inversión Inicial

RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL	VALOR
Activos Fijos	116.715,00
Capital de trabajo	25.852,38
Activos Intangibles	1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>144.067,38</b>

**Fuente:** Estudio económico

**Elaborado por:** El autor

#### 4.4.9 Financiamiento del proyecto

Con respecto al financiamiento del proyecto se refiere a un total de 144.067,38, considerando que el 70% será financiado por el Gobierno Autónomo Descentralizado

Provincial de Orellana, mientras que el 30% será por capital propio financiado por los agricultores de la zona.

**Tabla N° 37.** Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	VALOR (USD)
Financiamientos agricultores de la zona (30%)	43.220,21
Financiamiento GAD Parroquial (70%)	100847,17
<b>TOTAL</b>	<b>144.067,38</b>

**Fuente:** Estudio Económico

**Elaborado por:** El autor

#### 4.4.10 Proyección de ventas

La proyección de ventas constituye la estimación de la compra del producto por parte de los comerciantes de los Mercados Municipales Centro comerciales como Tía, Aki y Comisariato Familiar de Francisco de Orellana, lugar de venta en donde se realiza el mayor volumen de comercialización.

La demanda según el estudio de mercado realizado a los comerciantes es de 1.635 cajas (De 50 kilogramos) por semana (Fin de semana adquiere los comerciantes del mercado Orellana), es decir al año 2015 se alcanzaría una demanda de 85.020 cajas. De acuerdo al estudio a partir del año 2016 alcanzaría una demanda de 90.971 cajas (Incremento del 7% promedio anual).

También se considera una demanda del 50% para los primeros meses del año (2016), al mismo tiempo que el incremento es del 7% promedio anual.

El precio de venta actual del producto en (Julio 2015), es de USD 7,00 por una caja aproximada de 50 kilogramos, sin embargo se estima iniciar la venta con un precio de 7 dólares a los comerciantes.

A continuación se presentan las proyecciones de ventas en cantidad del producto (Cajas de plátano) y en dólares durante el lapso de planificación del proyecto (5 años);

observándose que los ingresos por este producto son representativos, teniendo en este caso un incremento por cada año. De esta manera se demuestra cuáles son los valores monetarios que al centro de acopio va a adquirir por concepto de venta.

El Tabla No. 38 nos presenta la información descrita en párrafos anteriores, de conformidad al estudio de mercado realizado.

**Tabla N° 38.** Proyección de ventas

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>CANTIDAD (Cajas de 50 Kg)</b>	45486	48670	52077	55722	59622
<b>PRECIO (Dólar por caja)</b>	8,00	8,00	9,30	11,00	12,80
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>366768,00</b>	<b>389360,00</b>	<b>484316,10</b>	<b>612942,00</b>	<b>763161,60</b>

**Fuente:** Investigación directa, EP EMMFO, 2015

**Elaborado por:** El autor

#### 4.4.11 Costo de ventas

El costo de ventas corresponde al valor de compra por cada caja de plátano que se adquirirá en el centro de acopio.

Para fines del proyecto se ha considerado el costo unitario de una caja de plátano en 10 dólares (Julio 2015), que es el valor promedio de los productores agrícolas de la provincia de Orellana y principalmente de la cantones como La joya de los Sachas y Loreto.

En el Tabla siguiente se presenta el costo de ventas para los años de proyección del estudio.

**Tabla N° 39.** Costo de ventas

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>CANTIDAD (Cajas de 14 Kg)</b>	45486	48670	52077	55722	59622
<b>COSTO (Dólares por caja)</b>	10,00	10,50	11,00	12,00	13,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>454857,00</b>	<b>511031,84</b>	<b>574144,27</b>	<b>645051,09</b>	<b>724714,90</b>

**Fuente:** Investigación directa, EP EMMPA, 2015

**Elaborado por:** El autor

#### 4.4.12 Gastos operativos

Los gastos operativos o de operación corresponden a los otros rubros necesarios para el normal desarrollo de las actividades en el centro de acopio. Entre otros se presenta los siguientes:

- ✓ Mano de Obra
- ✓ Depreciación de activos fijos
- ✓ Servicio básicos
- ✓ Seguros
- ✓ Mantenimiento
- ✓ Amortización de activos diferidos

A continuación se presenta el detalle de cada uno de los rubros.

##### a) Gastos de personal

El personal a laborar corresponde al valor de cada uno de los miembros del centro de acopio, para cada uno de los años del proyecto, para el efecto se ha considerado a los siguientes miembros:

- ✓ Gerente
- ✓ Administrador de Producción
- ✓ Coordinador de Comercialización
- ✓ Coordinador de Financiero
- ✓ Bodeguero
- ✓ Obreros de producción
- ✓ Chofer
- ✓ Guardias de seguridad

**Tabla N° 40.** Gastos de personal

TIPO DE PERSONAL	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Gerente</b>	12000,00	12480,00	12979,20	13498,37	14038,30
<b>Coordinador de Producción</b>	9600,00	9984,00	10383,36	10798,69	11230,64
<b>Coordinador de Comercialización</b>	9600,00	9984,00	10383,36	10798,69	11230,64
<b>Coordinador de Finanzas</b>	9600,00	9984,00	10383,36	10798,69	11230,64
<b>Bodeguero</b>	6000,00	6240,00	6489,60	6749,18	7019,15
<b>Obreros de producción</b>	14400,00	14976,00	15575,04	16198,04	16845,96
<b>Chofer</b>	7200,00	7488,00	7787,52	8099,02	8422,98
<b>Guardias de seguridad</b>	14400,00	14976,00	15575,04	16198,04	16845,96
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>82800,00</b>	<b>86112,00</b>	<b>89556,48</b>	<b>93138,74</b>	<b>96864,29</b>

**Fuente:** Investigación directa, EP EMMPA, 2015

**Elaborado por:** El autor

#### b) Depreciación de activos fijos

Las depreciaciones representan el valor por el desgaste del uso de los bienes de larga duración o activos fijos. De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, las depreciaciones se realizan en línea recta.

**Tabla N° 41.** Depreciación de activos fijos

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Depreciación de activos fijos</b>	11920,00	11920,00	11920,00	11920,00	11920,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>11920,00</b>	<b>11920,00</b>	<b>11920,00</b>	<b>11920,00</b>	<b>11920,00</b>

**Fuente:** Investigación directa, EP EMMPA, 2015

**Elaborado por:** El autor

### c) Servicios básicos

Los principales servicios básicos a considerar para el desarrollo de las actividades en el centro de acopio son los siguientes: Luz, agua y telefonía.

**Tabla N° 42.** Servicios básicos

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Energía eléctrica</b>	2400,00	2496,00	2595,84	2699,67	2807,66
<b>Agua</b>	1200,00	1248,00	1297,92	1349,84	1403,83
<b>Telefonía</b>	1800,00	1872,00	1946,88	2024,76	2105,75
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>5400,00</b>	<b>5616,00</b>	<b>5840,64</b>	<b>6074,27</b>	<b>6317,24</b>

**Fuente:** Investigación directa,

**Elaborado por:** El autor

### d) Seguros y mantenimiento

Se ha considerado el valor del 3% para el valor del seguro de los activos fijos del proyecto y el 2% para su correspondiente mantenimiento.



**Tabla N° 43.** Seguros y mantenimiento

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Seguros (3%)</b>	3351,45	3351,45	3351,45	3351,45	3351,45
<b>Mantenimiento (2%)</b>	2234,30	2234,30	2234,30	2234,30	2234,30
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>5585,75</b>	<b>5585,75</b>	<b>5585,75</b>	<b>5585,75</b>	<b>5585,75</b>

**Fuente:** Investigación directa, EP EMMPA, 2015

**Elaborado por:** El autor

#### e) Amortización de activos diferidos

La amortización corresponde al valor anual de los activos diferidos, entre los cuales se destacan los diferentes gastos de constitución. De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, las amortizaciones se realizan en cinco años.

**Tabla N° 44.** Amortización de activos diferidos

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Amortización de activos diferidos</b>	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>	<b>300,00</b>

**Fuente:** Investigación directa,

**Elaborado por:** El autor

#### f) Resumen de los gastos operativos

En la Tabla siguiente presentamos un resumen de los gastos operativos, necesarios para el desarrollo del centro de acopio..

**Tabla N° 45.** Resumen de los gastos operativos

GASTOS OPERATIVOS	2016	2017	2018	2019	2020
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	82800,00	86112,00	89556,48	93138,74	96864,29
<b>DEPRECIACIONES</b>	11920,00	11920,00	11920,00	11920,00	11920,00
<b>SEGUROS</b>	Y 5585,75	5585,75	5585,75	5585,75	5585,75
<b>MANTENIMIENTO</b>					
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	5400,00	5616,00	5840,64	6074,27	6317,24
<b>AMORTIZACIONES</b>	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>106005,75</b>	<b>109533,75</b>	<b>113202,87</b>	<b>117018,75</b>	<b>120987,27</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Como se puede apreciar el rubro con mayor representatividad e importancia es el valor de mano de obra, seguido por el rubro de las depreciaciones de los activos fijos. El rubro que tiene menos peso en la estructura de gastos operativos es la amortización de activos diferidos o intangibles.

#### 4.4.13 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

El Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados del proyecto presenta las proyecciones de utilidad o ganancia del mismo durante los años de vida útil.

**Tabla N° 46.** Estado de pérdidas y ganancias proyectado

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Ventas</b>	591314,10	664341,39	746387,55	838566,42	942129,37
<b>( - ) Costo de Ventas</b>	454857,00	511031,84	574144,27	645051,09	724714,90
<b>( = ) Utilidad Bruta en Ventas</b>	136457,10	153309,55	172243,28	193515,33	217414,47
<b>( - ) Gastos Operativos</b>	106005,75	109533,75	113202,87	117018,75	120987,27

( = ) <b>Utilidad Imponible</b>	30451,35	43775,80	59040,41	76496,57	96427,19
( - ) <b>Participación Trabajadores</b> (15%)	4567,70	6566,37	8856,06	11474,49	14464,08
( = ) <b>Utilidad antes de Impuestos</b>	25883,65	37209,43	50184,35	65022,09	81963,12
( - ) <b>Impuesto a la Renta (22%)</b>	3882,55	5581,41	7527,65	9753,31	12294,47
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>22001,10</b>	<b>31628,02</b>	<b>42656,70</b>	<b>55268,77</b>	<b>69668,65</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Las proyecciones del Estado de Resultados nos permiten visualizar que año tras año se obtiene utilidad o ganancia, la misma que se va incrementando a medida que la vida útil termina.

#### 4.4.14 Flujo de caja proyectado

El Flujo de Caja o de Efectivo, permite medir el nivel de fondos que queda en el proyecto para realizar la evaluación tanto financiera como económica.

Para el cálculo se considera la utilidad o ganancia neta de cada año, así como la depreciación de activos fijos, amortización de activos diferidos, el valor residual, y el capital del préstamo realizado (En caso de que hubiera).

Tabla 41. Flujo de caja proyectado

AÑOS	INVERSIÓN	UTILIDAD NETA	DEPRECIACIÓN	AMORTIZACIÓN	VALOR RESIDUAL	CAPITAL	FLUJO DE CAJA
2015	-144067,38						-144067,38
2016		22001,10	11920,00	300,00		0,00	34221,10
2017		31628,02	11920,00	300,00		0,00	43848,02
2018		42656,70	11920,00	300,00		0,00	54876,70
2019		55268,77	11920,00	300,00		0,00	67488,77
2020		69668,65	11920,00	300,00	0,00	0,00	81888,65

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor

#### 4.4.15 Indicadores de evaluación del proyecto

La evaluación financiera y económica del proyecto responde a varios criterios de viabilidad o factibilidad, los mismos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Para el presente proyecto se ha considerado los siguientes criterios de evaluación:

- ✓ El Valor Actual Neto (VAN)
- ✓ La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)
- ✓ La Relación Beneficio Costo (R B/C)
- ✓ El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Los mismos se detallan a continuación:

##### a) El Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) representa el valor monetario que resulta de restar la sumatoria de los flujos descontados en cada año de vida útil del proyecto, de la inversión total inicial realizada en el presente proyecto. Para el cálculo respectivo se ha considerado una tasa de descuento (Costo de oportunidad del dinero), del 18% anual que es la tasa activa del sistema financiero.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$  Representa los flujos de caja en cada periodo t.

$I_0$  Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  Es el número de períodos considerado.

$k$ , *d o TIR* es el tipo de interés.

$$VAN = \frac{34221.10}{(1+10\%)^1} + \frac{43848.02}{(1+10\%)^2} + \frac{54876.70}{(1+10\%)^3} + \frac{67488.77}{(1+10\%)^4} + \frac{81888.65}{(1+10\%)^5}$$

$$VAN = \frac{34221.10}{(1 + 0.10)^1} + \frac{43848.02}{(1 + 0.10)^2} + \frac{54876.70}{(1 + 0.10)^3} + \frac{67488.77}{(1 + 0.10)^4} + \frac{81888.65}{(1 + 0.10)^5}$$

$$VAN = \frac{34221.10}{(1.10)^1} + \frac{43848.02}{(1.10)^2} + \frac{54876.70}{(1 + 0.10)^3} + \frac{67488.77}{(1 + 0.10)^4} + \frac{81888.65}{(1 + 0.10)^5}$$

$$VAN = \frac{34221.10}{1.10} + \frac{43848.02}{1.21} + \frac{54876.70}{1.331} + \frac{67488.77}{1.4641} + \frac{81888.65}{1.61051}$$

$$VAN = 31110.09 + 36238.03 + 41229.67 + 46095.73 + 50846.40 - 139067.38$$

$$VAN = 205,519.92 - 139.067,38$$

$$VAN = 66452,54 \text{ dólares}$$

El Valor Presente Neto calculado es mayor a cero, por tanto el proyecto se acepta ya que se ha demostrado que es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 139.067,38; en 5 años de proyección a valor actual se obtiene 66.452,54 dólares más que la inversión realizada, lo que significa que el proyecto es viable de ejecutarlo.

## b) La Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se la conceptualiza como la tasa de descuento (Costo de oportunidad del dinero), que hace que la sumatoria de los flujos de caja de cada año del proyecto descontado, sea igual a la inversión inicial.

Se expresa en porcentaje o valor relativo.

Fórmula de la TIR

$$VAN = \sum_{t=i}^n \frac{Ft}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

**Tabla N° 47. Flujo de caja proyectado**

<b>AÑO</b>	<b>VALOR NETO</b>	<b>VALOR EN 0 DEL VALOR NETO CON EL TIPO DE INTERES</b>				
<b>0</b>	<b>-</b>	<b>10%</b>	<b>20%</b>	<b>22%</b>	<b>24%</b>	<b>24.68%</b>
	<b>139067.38</b>					
<b>1</b>	34221.10	31110.09	28764.65	28050.08	27597.66	27447.14
<b>2</b>	43848.02	36238.03	30450.01	29459.83	28517.18	28206.96
<b>3</b>	54876.70	41229.67	31757.34	30220.97	28782.13	28313.76
<b>4</b>	67488.77	46095.73	32546.66	30464.36	28545.96	27928.28
<b>5</b>	81888.65	50846.40	32909.21	30298.73	27932.85	27179.39
<b>TOTAL</b>		<b>66452.54</b>	<b>17360.49</b>	<b>9426.59</b>	<b>2308.40</b>	<b>000008.15</b>

**Fuente:** Investigación directa,

**Elaborado por:** El autor

Para el presente proyecto la Tasa Interna de Retorno es del 24,68%, mayor que el costo de oportunidad del dinero.

Los flujos netos generados como resultado de las actividades de operación e inversión arroja una tasa de retorno financiera del 24,68% para el proyecto, la cual representa la tasa máxima de rentabilidad que puede generar el proyecto, siempre y cuando se cumplan todos los supuestos planteados.

### **c) La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)**

Es una tasa de descuento que se aplica para llegar al valor presente y también para obtener el flujo neto de efectivo y el valor de ese momento.

Fórmula del cálculo de la TMAR.

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

En dónde:

i = Representa la inflación

f = Representa el riesgo país

i= 4,36

f= 980

TMAR= 4,36 + 980 + (4,36\*980)

TMAR= 4,36/100 + 980/100 + (4,36/100\*980/100)

TMAR= 0,0436 + 9.8 + (0,0436\*9.8)

TMAR= 9.8436 + (0.42728)

TMAR= 9.8436 + 0.42728

TMAR= 10.27088

TMAR= 10%

#### **d) La Relación Beneficio Costo (R B/C)**

Representa un coeficiente que resulta de dividir la sumatoria de los flujos de ingresos descontados frente a la sumatoria de los costos y gastos descontados.

$$\text{Relación Beneficio / Costo} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos y gastos actualizados}}$$

$$\text{Relación Beneficio / Costo} = \frac{2276844.45}{2102060,01}$$

$$\text{Relación Beneficio / Costo} = 1,08$$

Por cada dólar invertido se recupera 1,08 es decir el dólar de la inversión más 0,08 centavos de dólar adicionales. Como el cociente es mayor que la unidad, significa que los ingresos actualizados superan los costos actualizados, es decir existe una mayor cantidad de ingresos que costos y gastos, lo que demuestra la viabilidad de implementación del presente proyecto.

#### **f) El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

El Periodo de Recuperación de la Inversión representa el tiempo en que la inversión inicial realizada se recupera.

El Flujo de Caja se actualiza a la misma tasa de descuento o costo de oportunidad el dinero, mediante la cual se calculó el Valor Actual Neto (VAN), esto es a la tasa activa del sistema financiero en el Ecuador, es decir el 18%.

Los resultados se presentan a continuación.

**Tabla N° 48.** Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO DE CAJA	DE FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO
<b>2015</b>	-139067,38	-139067,38	-139067,38
<b>2016</b>	34221,10	31110.09	-107957,29
<b>2017</b>	43848,02	36238.03	- 71719,26
<b>2018</b>	54876,70	41229.67	- 30489,59
<b>2019</b>	67488,77	46095.73	15606,14
<b>2020</b>	81888,65	50846.40	<b>66452,54</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Una vez realizados los cálculos respectivos, se puede determinar que la inversión inicial realizada se recupera en el quinto año de planificación del proyecto, en el cual la inversión se hace positiva, como se demuestra en el Tabla No. 46. Es viable por tanto, por cuanto se recupera dentro de la vida útil del proyecto



## CONCLUSIONES

1. Con el diagnóstico realizado al sector se pudo identificar que existe problemas en la comercialización de los productos agrícolas debido a la presencia de intermediarios que llevan los productos a precios que no favorecen completamente al agricultor.
2. Del estudio de mercado, se puede decir que la investigación de campo presenta datos alentadores en referencia a la oferta y la demanda para establecer una red de comercialización de productos, beneficiándose así al consumidor final y consecuentemente al pequeño productor agrícola.
3. Del estudio técnico se determinó que el Cantón Francisco de Orellana es un lugar estratégico porque cuenta con un gran porcentaje de la población que son agricultores, además cuenta con factores que favorecen el desarrollo del proyecto
4. El estudio de factibilidad demuestra que el proyecto es factible, basados en los indicadores como el VAN, TIR Y Beneficio – Costo definen que el proyecto debe ejecutarse para optimizar su producción y comercialización del plátano y así mejorar su calidad de vida de los productores.

## RECOMENDACIONES

1. Es fundamental que el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana ejecute el proyecto como medida para mejorar la producción y comercialización del plátano y así de esta manera abrir oportunidades de desarrollo de los pequeños productores
2. Mediante el estudio del mercado demuestra datos relevantes lo cual revela estrategias de comercialización que pueden ocasionar gran rentabilidad y utilidad para los productores de plátano de la provincia de Orellana con miras a producir productos de calidad para ampliar mercado para la exportación.
3. Del estudio técnico se determinó que el cantón Orellana es un lugar estratégico porque es la capital y cuenta con carreteras adecuadas, además tiene el mayor porcentaje de la población que son agricultores, además cuenta con factores que favorecen el desarrollo del proyecto.
4. De acuerdo a la evaluación financiera realizada se establece que la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto, ya que presenta resultados que garantizan su factibilidad y la rentabilidad

## BIBLIOGRAFIA

Baca, G. (2010) *Evaluación de Proyectos*. 5ª ed México. Mc Graw Hill, México.

Araujo, D (2012). *Proyecto de Inversión, Análisis formulación y evaluación práctica*, Editorial México . Trillas

Chiriboga, Luis (2014). *Diccionario Financiero y de Economía Popular y Solidaria, I* Quito. Imprefepp.

Córdova, M (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. 4ª ed Bogotá :Ecoe Ediciones.

Fontaine, E (2007). *Evaluación Social de Proyectos*, 11ª ed Santiago de Chile: UCCHE.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (2011) Informe Consulta entre Organismos sobre Estadísticas y Bases de Datos sobre Género en la Agricultura y el Desarrollo Rural, Roma:FAO

Galindo, C (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocios*, Bogotá: Ediciones de la U.

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, Francisco de Orellana GADPO.

Gray C & Larson, E (2009). *Administración de Proyectos*.4ª ed México Mc Graw Hill.

Sapag, N (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*, 2ª ed México: Pearson Educación..

Tradardi, F & Galván C, J (2005) Estructura técnica y equipos de centros de acopio para frutas y hortalizas. Ed. Ministerio de agricultura, Dirección de economía agraria de Perú.

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad (2011). Manual de procedimientos para el registro y certificación de centros de acopio y bodegas de almacenamiento.

### **LINKOGRAFIA**

Martinez, H (2009) Proyecto de creación de un centro de acopio de banano recuperado (octubre, 24 de 2015. Disponible en: [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/a6884%20-g%2067%20-Gobierno de Chiapas](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/a6884%20-g%2067%20-Gobierno%20de%20Chiapas) (2006). Estudio de Factibilidad Técnica. Financiera recuperado octubre, 24 de 2015) disponible en: [http://www.sedepas.chiapas.gob.mx/docs/publicaciones\\_SEDEPAS/Produccion\\_sustent](http://www.sedepas.chiapas.gob.mx/docs/publicaciones_SEDEPAS/Produccion_sustent)

# ANEXOS

**Anexo N° 1.** Encuesta

**Objetivo:** Sistematizar información sobre el estudio de factibilidad para un centro de acopio de plátano en la provincia de Orellana

**Género:** M ( ) F

**1. ¿Qué tipo de plátano produce Usted?**

BARRAGANETE DOMINICO

**2. ¿Con qué frecuencia vende su producto plátano barraganete?**

Semanal ( ) Quincenal ( ) Mensual ( )

**3. Lo que usted produce, vende y en qué cantidad**

Totalidad ( ) La mitad ( ) Porcentaje ( ) Autoconsumo ( ) Otros ( )

**4. Tiene dificultades para comercializar la producción del plátano**

Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Indeciso ( ) En desacuerdo ( ) Nada de acuerdo ( )

**5. ¿Tiene un intermediario fijo para su venta y/o comercialización?**

SI ( ) NO ( )

**6. ¿De qué forma vende su producto?**

Caja ( ) Atado o calificado ( )

**7. ¿Considera usted que la creación de un Centro de Acopio beneficiara a los productores de plátano barraganete?**

SI ( ) NO ( )

**8. ¿En qué lugar le gustaría un Centro de Acopio?**

Orellana ( ) Aguarico ( ) Loreto ( ) La Joya de los Sachas ( )

**9. ¿Estaría dispuesto a vender su producto a nuestro centro de acopio platanal Israel?**

SI ( ) NO ( )

**10. ¿Les gustaría recibir capacitaciones por medio de seminarios que brinda el centro de acopio platanal Israel?**

SI ( ) NO ( )

**11. Considera usted que un centro de acopio mejorara la calidad vida de los productores**

SI ( ) NO ( )

**OBSERVACIONES.....**  
.....  
.....

Anexo N° 2. Fotos ejecución del proyecto





