



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ
EN EL CANTÓN QUININDÉ, PROVINCIA DE ESMERALDAS,
AÑO 2023.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: MARITZA JUDITH FREIRE CRUZ

DIRECTOR: ING. ÁNGEL BOLÍVAR BURBANO PEREZ

Riobamba – Ecuador

2024

© 2024, Maritza Judith Freire Cruz

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Maritza Judith Freire Cruz, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 06 de junio de 2024



Maritza Judith Freire Cruz

0850265463

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ, EN EL CANTÓN QUININDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS, AÑO 2023.**”, realizado por la señorita: **MARITZA JUDITH FREIRE CRUZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carina Del Rocío Cevallos Ramos PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2024-06-06
Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2024-06-06
Ing. Gina Maricela Cedeño Ávila ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2024-06-06

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador en todo momento, por darme la fuerza para continuar en cada meta planteada, también dedico esta tesis a mis padres, por el apoyo y sacrificio en todo mi camino universitario, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y ser la persona que soy; a mis hermanos y hermana por apoyarme y darme ánimos para seguir adelante en los momentos difíciles; a mis amigos por todos los buenos momentos compartidos, a todas las personas que han estado en el proceso académico por brindarme sus conocimientos. Gracias a todos he alcanzado una meta más en mi vida.

Maritza

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme cumplir esta meta y ser mi guía en esta trayectoria. Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades, en el cual tuve el apoyo de varias personas, en especial de mis tutores, por su dedicación y paciencia, les agradezco de todo corazón por su guía, los llevare grabados en mi memoria. A mis padres y familiares por todo su apoyo y amor incondicional que me brindaron para avanzar en esta carrera, también agradezco a esa persona especial que estuvo en todo momento durante el desarrollo de mi carrera universitaria.

Maritza

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
<i>1.1.1 Formulación del problema.....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.2 Sistematización del problema.....</i>	<i>5</i>
1.2 Objetivos	5
<i>1.2.1 Objetivo general</i>	<i>5</i>
<i>1.2.2 Objetivos Específicos.....</i>	<i>5</i>
1.3 Justificación	6
<i>1.3.1 Justificación teórica</i>	<i>6</i>
<i>1.3.2 Justificación metodológica</i>	<i>6</i>
<i>1.3.3 Justificación práctica</i>	<i>7</i>
<i>1.3.4 Justificación económica y social</i>	<i>7</i>

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de Investigación	8
2.2 Marco conceptual.....	9
<i>2.2.1 Proyecto</i>	<i>9</i>

2.2.2	<i>Tipos de proyecto</i>	9
2.2.2.1	<i>Proyecto de inversión privada</i>	9
2.2.2.2	<i>Proyecto de inversión social</i>	9
2.2.3	<i>Etapas de un proyecto</i>	10
2.2.4	<i>Ciclo de vida de un proyecto</i>	11
2.2.5	<i>Características de un proyecto</i>	12
2.2.6	<i>Factibilidad</i>	12
2.2.7	<i>Proyecto de factibilidad</i>	12
2.2.8	<i>Importancia de un proyecto de factibilidad</i>	13
2.2.9	<i>Tipos de proyectos de factibilidad</i>	13
2.2.10	<i>Estructura de un proyecto de factibilidad</i>	14
2.2.11	<i>Estudio de mercado</i>	14
2.2.12	<i>Análisis de la demanda</i>	15
2.2.12.1	<i>Demanda insatisfecha</i>	15
2.2.13	<i>Proyección de la demanda</i>	15
2.2.14	<i>Análisis de la oferta</i>	16
2.2.15	<i>Comercialización</i>	17
2.2.15.1	<i>Precio</i>	17
2.2.15.2	<i>Producto</i>	17
2.2.15.3	<i>Plaza</i>	17
2.2.15.4	<i>Promoción</i>	17
2.2.16	<i>Estudio técnico</i>	18
2.2.16.1	<i>Tamaño del proyecto</i>	18
2.2.17	<i>Localización del proyecto</i>	19
2.2.17.1	<i>Macro localización y micro localización</i>	19
2.2.18	<i>Estudio legal</i>	20
2.2.19	<i>Estudio organizacional</i>	20
2.2.20	<i>Organigrama</i>	21
2.2.20.1	<i>Organigrama estructural</i>	21

2.2.20.2	<i>Organigrama funcional</i>	21
2.2.21	Manual de funciones	21
2.2.22	Misión	22
2.2.23	Visión	22
2.2.24	Estudio financiero	22
2.2.24.1	<i>Balance general</i>	22
2.2.24.2	<i>Estado de resultados</i>	22
2.2.24.3	<i>Estado de flujos de efectivos</i>	22
2.2.24.4	<i>Inversión</i>	22
2.2.25	Financiamiento	24
2.2.26	Indicadores financieros	25
2.2.26.1	<i>VAN</i>	25
2.2.26.2	<i>TIR</i>	25
2.2.26.3	<i>Punto de equilibrio</i>	25
2.2.26.4	<i>Período de recuperación</i>	25
2.2.26.5	<i>Relación beneficio</i>	25
2.2.27	Estudio ambiental	27

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	29
3.1	Enfoque de Investigación	29
3.1.1	<i>Enfoque Mixto</i>	29
3.2	Alcance	29
3.3	Diseño de investigación	30
3.3.1	<i>No experimental</i>	30
3.4	Nivel de investigación	30
3.4.1	<i>Descriptiva</i>	30
3.4.2	<i>Exploratoria</i>	31

3.5	Tipo de estudio	31
3.5.1	<i>Documental</i>	31
3.5.2	<i>De Campo</i>	32
3.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	32
3.6.1	<i>Métodos de investigación</i>	32
3.6.1	<i>Métodos de investigación</i>	32
3.6.2	<i>Método Deductivo</i>	33
3.6.3	<i>Método Analítico</i>	33
3.6.4	<i>Método Sintético</i>	33
3.6.5	<i>Técnicas</i>	33
3.6.5.1	<i>Encuestas</i>	33
3.6.5.2	<i>Observación</i>	33
3.6.6	<i>Instrumentos</i>	34
3.6.6.1	<i>Cuestionario</i>	34
3.7	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	35
3.7.1	<i>Población</i>	35
3.7.2	<i>Muestra de los agricultores</i>	35

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	38
4.1	Resultados de la encuesta aplicada a los productores de maracuyá	38
4.2	Resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes de maracuyá	56

CAPÍTULO V

5.	Marco propositivo	67
5.1	Estudio de Mercado	67
5.1.1	<i>Tema</i>	67
5.1.2	<i>Descripción del producto</i>	68

5.1.3	<i>Análisis de la demanda</i>	70
5.1.4	<i>Análisis de la oferta</i>	72
5.1.5	<i>Demanda Insatisfecha</i>	74
5.1.6	<i>Distribución</i>	75
5.2	Estudio Técnico	76
5.2.1	<i>Tamaño del proyecto</i>	76
5.2.2	<i>Localización del proyecto</i>	76
5.2.3	<i>Macro localización</i>	77
5.2.4	<i>Micro localización</i>	77
5.3	Estudio Legal	80
5.3.1	<i>Ubicación</i>	80
5.3.2	<i>Base legal</i>	80
5.4	Estudio Organizacional	82
5.4.1	<i>Planificación Estratégica</i>	82
5.4.2	<i>Matriz FODA</i>	85
5.4.3	<i>Análisis CAME</i>	86
5.4.3	<i>Estructura</i>	86
5.4.4	<i>Perfil de los puestos de trabajo</i>	87
5.4.5	<i>Marketing Mix</i>	94
5.5	Estudio Económico-Financiero	96
5.5.1	<i>Inversión Inicial</i>	96
5.5.2	<i>Inversión de Activos Fijos</i>	96
5.5.3	<i>Maquinaria y Equipos</i>	97
5.5.4	<i>Vehículo</i>	97
5.5.5	<i>Muebles de oficina</i>	98
5.5.6	<i>Equipo de oficina</i>	98
5.5.7	<i>Equipo de computo</i>	98
5.5.8	<i>Materiales y suministros de oficina</i>	99
5.5.9	<i>Inversión de activos diferidos</i>	99

5.5.10	<i>Gastos</i>	99
5.5.11	<i>Capital de Trabajo</i>	100
5.5.12	<i>Estructura de gastos</i>	103
5.5.13	<i>Gastos administrativos</i>	103
5.5.14	<i>Gastos Ventas</i>	104
5.5.15	<i>Publicidad</i>	105
5.5.16	<i>Otros Gastos</i>	105
5.6	Financiamiento del proyecto	105
5.6.1	<i>Amortización del préstamo</i>	106
5.7	Análisis de los costos	110
5.7.1	<i>Costo de producción por kg</i>	111
5.7.2	<i>Precio de venta al público</i>	111
5.8	Proyección de ingresos	112
5.9	Estados financieros	112
5.9.1	<i>Estado de resultados proyectado</i>	113
5.9.2	<i>Flujo de caja proyectado</i>	114
5.10	Punto de equilibrio	115
5.11	Costos y gastos operacionales	116
5.12	Análisis de rentabilidad (VAN, TIR, B/C, PRI)	117
5.12.1	<i>VAN</i>	117
5.12.2	<i>TIR</i>	118
5.12.3	<i>Beneficios costos</i>	118
5.12.4	<i>Período medio de recuperación</i>	119
5.13	Resumen del marco propositivo	120

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Estructura de situación inicial o balance general.....	23
Tabla 2-2: Estructura del Estado de resultados	23
Tabla 2-3: Estructura del Estado de flujos de caja	24
Tabla 2-4: Valor Actual Neto (VAN)	26
Tabla 3-1: Población Rural del Cantón Quinindé	35
Tabla 3-2: Segmentación poblacional.....	36
Tabla 3-3: Proyección de la población de los productores al año 2023.....	37
Tabla 4-1: Género de los productores	38
Tabla 4-2: Rango de edad de los productores	39
Tabla 4-3: Nivel de instrucción de los productores	40
Tabla 4-4: Terreno con cultivo de maracuyá	41
Tabla 4-5: Hectáreas con plantación de maracuyá.....	42
Tabla 4-6: Tipo de maracuyá que producen.....	43
Tabla 4-7: Kilogramos de maracuyá que obtiene por cada hectárea sembrada	44
Tabla 4-8: Frecuencia de cosecha de maracuyá.....	45
Tabla 4-9: Precio al que venden la producción del maracuyá	46
Tabla 4-10: Está de acuerdo con el precio al que vende el producto	47
Tabla 4-11: Dificultades al momento de comercializar el producto	48
Tabla 4-12: Entrega la producción de maracuyá.....	49
Tabla 4-13: Está de acuerdo con la creación de este centro de acopio	50
Tabla 4-14: Dispuesto a vender la producción a este centro de acopio	51
Tabla 4-15: Implementación de capacitaciones para la mejora de su producción	52
Tabla 4-16: Medios para obtener información del centro de acopio.....	53
Tabla 4-17: Tipos de servicios que le gustaría recibir del centro de acopio	55
Tabla 4-18: Género	56
Tabla 4-19: Rango de edad de los comerciantes.....	56
Tabla 4-20: Cantidad de maracuyá que compran a la semana	57
Tabla 4-21: Tipo de maracuyá que compran.....	58
Tabla 4-22: En donde compran el producto.....	59
Tabla 4-23: Precios al que compran el maracuyá	60
Tabla 4-24: Aspectos que valoran al momento de comprar el producto.....	61
Tabla 4-25: Se encuentra satisfecho con el producto comprado.....	62
Tabla 4-26: Tiene problema al momento de comprar el maracuyá.....	63

Tabla 4-27: Con el producto en mal estado que lo hace	64
Tabla 4-28: Servicios que le gustaria recibir del centro de acopio	65
Tabla 5-1: Taxonomía del maracuyá	69
Tabla 5-2: Composición química del Maracuyá	69
Tabla 5-3: Población y mercado objetivo	71
Tabla 5-4: Demanda Actual	71
Tabla 5-5: Demanda Proyectada	72
Tabla 5-6: Oferta Actual	73
Tabla 5-7: Oferta Proyectada	73
Tabla 5-8: Demanda Insatisfecha en Quintales.....	75
Tabla 5-9: Demanda Insatisfecha en Kilogramo.....	75
Tabla 5-10: Infraestructura Física	79
Tabla 5-11: Matriz FODA	85
Tabla 5-12: Gerente General.....	88
Tabla 5-13: Contador/Secretaria	89
Tabla 5-14: Perfil del Jefe de área	90
Tabla 5-15: Empaquetador.....	91
Tabla 5-16: Bodeguero	92
Tabla 5-17: Vendedor y Distribuidor.....	93
Tabla 5-18: Inversión Inicial.....	96
Tabla 5-19: Activos Fijos.....	97
Tabla 5-20: Maquinaria y Equipos.....	97
Tabla 5-21: Vehículo	98
Tabla 5-22: Muebles de oficina	98
Tabla 5-23: Equipo de oficina.....	98
Tabla 5-24: Equipo de computo.....	98
Tabla 5-25: Materiales y suministro de oficina.....	99
Tabla 5-26: Inversión de activos fijos.....	99
Tabla 5-27: Gastos de constitución.....	100
Tabla 5-28: Gastos de organización.....	100
Tabla 5-29: Gastos de instalación	100
Tabla 5-30: Capital de trabajo.....	100
Tabla 5-31: Materia prima directa	101
Tabla 5-32: Mano de obra directa.....	101
Tabla 5-33: Costos indirectos de producción.....	101
Tabla 5-34: Mano de obra indirecta.....	102

Tabla 5-35: Depreciación en línea recta de los activos fijos.....	102
Tabla 5-36: Amortización	103
Tabla 5-37: Servicios básicos	103
Tabla 5-38: Gastos totales.....	103
Tabla 5-39: Gastos del personal administrativo.....	104
Tabla 5-40: Gastos del personal de ventas.....	105
Tabla 5-41: Publicidad.....	105
Tabla 5-42: Otros Gastos	105
Tabla 5-43: Financiamiento total.....	106
Tabla 5-44: Banco BanEcuador	107
Tabla 5-45: Cooperativa Antorcha.....	109
Tabla 5-46: Costo de Producción.....	111
Tabla 5-47: Costo de producción por kg.....	111
Tabla 5-48: Precio de venta al público.....	112
Tabla 5-49: Proyección de ingresos	112
Tabla 5-50: Balance General.....	113
Tabla 5-51: Estado de Resultado Proyectado.....	114
Tabla 5-52: Flujo de caja proyectado.....	115
Tabla 5-53: Cuadro de resumen de los costos y ventas del primer año	116
Tabla 5-54: Resumen del punto de equilibrio en dólares y unidades por kg	116
Tabla 5-55: Costos y gastos operacionales	117
Tabla 5-56: Cálculo del VAN	117
Tabla 5-57: Cálculo del VAN negativo	118
Tabla 5-58: Cálculo del TIR	118
Tabla 5-59: Cálculo del período medio de recuperación	119
Tabla 5-60: Cálculo en meses	119
Tabla 5-61: Cálculo de días	119

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1: Etapas de un proyecto	11
Ilustración 2-2: Ciclo de vida de un proyecto	11
Ilustración 2-3: Factores del marketing mix.....	17
Ilustración 2-4: Clasificación de los principales indicadores financieros	25
Ilustración 4-1: Género.....	38
Ilustración 4-2: Rango de edad.....	39
Ilustración 4-3: Nivel de instrucción	40
Ilustración 4-4: Terreno de cultivo de maracuyá.....	41
Ilustración 4-5: Hectáreas con plantación de maracuyá	42
Ilustración 4-6: Tipo de maracuyá que producen	43
Ilustración 4-7: Kilogramo de maracuyá por cada hectárea sembrada.....	44
Ilustración 4-8: Frecuencia de cosecha del maracuyá	45
Ilustración 4-9: Precio al que venden la producción del maracuyá.....	46
Ilustración 4-10: Está de acuerdo con el precio al que vende el producto	47
Ilustración 4-11: Dificultades al momento de comercializar el producto	48
Ilustración 4-12: Entrega la producción de maracuyá.....	49
Ilustración 4-13: Está de acuerdo con la creación de este centro de acopio.....	50
Ilustración 4-14: Dispuesto a vender su producción a este centro de acopio	52
Ilustración 4-15: Capacitaciones para la mejora de la producción	53
Ilustración 4-16: Medios para obtener información del centro de acopio.....	54
Ilustración 4-17: Tipos de servicios que le gustaría recibir del centro de acopio.....	55
Ilustración 4-18: Género de los comerciantes	56
Ilustración 4-19: Rango de edad.....	57
Ilustración 4-20: Cantidad de maracuyá que compran a la semana	58
Ilustración 4-21: Tipo de maracuyá que compran.....	59
Ilustración 4-22: En donde compran el producto	60
Ilustración 4-23: Precios al que compran el maracuyá.....	61
Ilustración 4-24: Aspectos que valoran al comprar el producto	62
Ilustración 4-25: Se encuentra satisfecho con el producto que compra	63
Ilustración 4-26: Tiene algún problema al momento de comprar el maracuyá.....	64
Ilustración 4-27: Con el producto en mal estado o defectuoso que lo hace	65
Ilustración 4-28: Servicios que le gustaría recibir del centro de acopio.....	66
Ilustración 5-1: Marco Propositivo.....	67

Ilustración 5-2: Maracuyá	68
Ilustración 5-3: Distribución del maracuyá.....	76
Ilustración 5-4: Macro localización del Cantón Quinindé	77
Ilustración 5-5: Micro localización del centro de acopio	77
Ilustración 5-6: Flujograma del proceso interno del centro de acopio	78
Ilustración 5-7: Logotipo.....	86
Ilustración 5-7: Análisis CAME.....	86
Ilustración 5-9: Organigrama Estructural.....	87
Ilustración 5-10: Organigrama Funcional	87
Ilustración 5-11: Marketing Mix	95

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS A: ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES.....	121
ANEXOS B: ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES.....	121

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación denominado Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de maracuyá en el Cantón Quinindé, año 2023, tiene como objetivo principal de brindar un servicio y producto de calidad dentro del mercado, generando fuentes de trabajo en el entorno. Todo este proyecto se realizó a través de una metodología mixta, se utilizó un diseño no experimental de tipo transversal ya que no se manipularon datos ni variables. Mediante un estudio de mercado se aplicó las encuestas tanto para los productores como los comerciantes como una técnica de investigación en el cantón Quinindé, por otra parte se pudo determinar que no existen empresas que compren el maracuyá dentro del sector. Además, se realizaron los estudios técnicos en los cuales encontramos la inversión inicial con el capital de trabajo, activos fijos, y los activos diferidos, detallando los valores correspondientes, logrando así brindar un servicio de calidad a los productores y además que obtengan buenas rentabilidades de su producto. En el estudio legal, organizacional y administrativo, se propone la estructuración total de la microempresa para que los productores de maracuyá tengan en donde vender su producto y que los comerciantes puedan adquirir el maracuyá de calidad y a precios accesibles. Y finalmente, en el estudio financiero se realizó los cálculos de los indicadores económicos financieros para ver la viabilidad del proyecto, donde se obtuvo resultados positivos, como el valor actual neto (VAN) \$23.781,04 y una tasa interna de retorno (TIR) 35,70% con un período de recuperación de la inversión de 3 años, 4 meses y 1 día, en conclusión se determinó que este proyecto de factibilidad si es viable para el cantón Quinindé por ello se recomienda su aplicación.

Palabras clave: <FACTIBILIDAD>, <MARACUYÁ>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <ESTUDIO ECONÓMICO >, <ESTUDIO FINANCIERO>, <RENTABILIDAD>.



19-06-2024
U/85-DBKA-UP1-2024

ABSTRACT

The project titled "Feasibility Study for Establishing a Passion Fruit Collection and Marketing Center in Quinindé Canton (2023)" aims to create a collection center that delivers high-quality passion fruit to the market, generating employment opportunities in the region. This project was carried out through a mixed methodology, and since no data or variables were manipulated, it can be assured that a non-experimental cross-sectional design was used. Market research conducted through surveys targeting both producers and traders revealed an absence of companies purchasing passion fruit in the sector. Technical studies assessed the initial investment required, including working capital, fixed assets, and deferred assets, with detailed valuations provided. This ensures quality service to producers and facilitates favorable returns on their products. Additionally, the legal, organizational, and administrative analysis proposed a comprehensive structure for the microenterprise, enabling passion fruit producers to sell their products and traders to procure quality passion fruit at competitive prices. Financial calculations indicated the project's viability, with a Net Present Value (NPV) of \$23,781.04, an Internal Rate of Return (IRR) of 35.70%, and an investment recovery period of 3 years, 4 months, and 1 day. In conclusion, the feasibility study determined that the project is viable and recommended its implementation.

Key words: <FACTIBILITY>, <PASSION FRUIT>, <TECHNICAL STUDY>, <ECONOMIC STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <PROFITABILITY>.



Lic. María Escobar M. Mgs

0602758450

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, las exigencias del mercado han implementado actualizaciones en los procesos, con la finalidad de que exista un producto de calidad, ya que los agricultores de maracuyá son una fuente vital en la economía ecuatoriana, en donde suministran cultivos para la exportación. La logística desempeña un papel esencial en este proceso, siendo determinante para el éxito en el posicionamiento de mercado y la creación de valor para el cliente. Con esta visión, se propone un estudio de viabilidad sobre la introducción y comercialización de maracuyá en la localidad de Quinindé, Provincia de Esmeraldas, para el año 2023. Este proyecto tiene como fin evaluar la posibilidad de satisfacer las necesidades del mercado local, promoviendo al mismo tiempo el crecimiento económico y social de la región.

Si embargo, hoy en día dentro del cantón Quinindé no existen empresas que compren el maracuyá, por lo que los productores deben de ir a lugares lejanos del cantón a vender el producto, lo que no les generaba buena rentabilidad económica, este proyecto evidencia la importancia de tener un centro de acopio de maracuyá en el cantón Quinindé, ya que ayudara a mejorar la productividad y a que el sector agrícola tenga ganancias rentables del producto. El presente proyecto se enfocará en llevar a cabo cuatro estudios (mercado, técnico, administrativo, económico y financiero), para poder verificar la factibilidad del proyecto y extraer conclusiones y recomendaciones. En el primer capítulo del proyecto se aborda el marco de referencia, en el cual se analiza el planteamiento del problema, las limitaciones y delimitaciones que puede presentar el proyecto, un detalle del objetivo general y de los objetivos específicos y se detallan también tres tipos de justificaciones: teórica, metodológica y práctica.

Por otro lado, en el segundo capítulo se detalla un marco teórico donde se revisan antecedentes de investigación, es decir se revisó el estado del arte y también se hizo alusión a las referencias teóricas del estudio de mercado, técnico, administrativo y económico-financiero. En el tercer capítulo se desarrolla el marco metodológico, donde se determina la metodología de investigación a desarrollar, se detallan aspectos como el enfoque de la investigación, nivel, diseño, tipo de estudio. También se realiza la delimitación de la población y el cálculo de la muestra. Se termina este capítulo con los métodos, técnicas e instrumentos de investigación. En el cuarto capítulo se lleva a cabo la presentación de los resultados de las encuestas con sus respectivos gráficos, tablas y análisis, y en el quinto capítulo se realizan los cuatro estudios: mercado, técnico, administrativo y económico-financiero, todos estos estudios permitirán verificar la factibilidad del proyecto. Finalmente, se extraen conclusiones y recomendaciones, en este proyecto, se considera la posibilidad de crear una empresa que se dedique a producir y comercializar maracuyá.

Este proyecto tiene como objetivo fomentar la creación de empleo en la localidad, aprovechando los recursos naturales y condiciones óptimas que brinda la zona, tales como su clima y calidad del suelo. Se pretende introducir en el mercado un producto de alta calidad que cumpla con las expectativas de los consumidores, impulsando a la vez el progreso económico y social del Cantón Quinindé.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

A nivel internacional, el mercado de frutas tropicales, como es el maracuyá ha experimentado un crecimiento constante debido a su demanda en países de todo el mundo, la creación de este centro de acopio podría contribuir a posicionar a Ecuador como el proveedor confiable de maracuyá de alta calidad en los mercados internacionales. Según el informe de la organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO), se espera que el comercio continúe con una tendencia adecuada para los próximos años (Agricultura, 2020).

En Ecuador, la producción de maracuyá ha aumentado en los últimos años, siendo una de las principales frutas de exportación. Según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador, la producción de maracuyá ha experimentado un crecimiento anual del 8% en la última década. Durante los últimos años, en el país se cosecha un área de 6.457 hectáreas cuya producción fue de 36.017 toneladas, teniendo una aportación importante de las provincias de Manabí, Esmeraldas, Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas y Santa Elena, esta fruta es cultivada principalmente por pequeños productores. En este sentido, los pequeños productores agrícolas son marginales en la cadena de comercialización y venden sus cosechas a intermediarios, quienes procesan y negocian con los almacenes de cadena y, finalmente, al consumidor final, aumentando así los costos y reduciendo los beneficios del agricultor (MAG, 2023).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Ecuador, la mayoría de los productos del agro sufren un incremento en promedio del 117% desde el agricultor hasta el consumidor final, debido en gran medida al proceso de intermediación. Esto afecta a los productores de la comunidad Viche, Cube, La Unión, que presentan una serie de dificultades relacionadas con el proceso logístico.

En la provincia de Esmeraldas, el cultivo de maracuyá representa una oportunidad de desarrollo económico para las comunidades rurales. El maracuyá es uno de los cultivos con mayor potencial de crecimiento en la región, el desarrollo del sector del maracuyá en el cantón puede contribuir al crecimiento económico y la diversificación de la base productiva de la provincia. De acuerdo con cifras actualizadas del Ministerio de Agricultura y Ganadería solo en esmeraldas se estima que hay 2.200 hectáreas de este producto. (CAMAE, 2022).

En particular, los productores de maracuyá en el cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, han estado experimentando una serie de obstáculos en la comercialización de su producto. La falta de un lugar que les permita una correcta colocación de sus cosechas y la escasa integración en la cadena de comercialización son dos de las principales dificultades. Además, la falta de un trabajo asociativo también impide la unificación de esfuerzos y la realización de una planificación adecuada para la siembra, lo que resulta en una sobreproducción del cultivo y en precios más bajos por parte de los intermediarios. Además, los productores tienen que competir con la oferta de maracuyá proveniente de otras provincias como Manabí, Guayas y Santo Domingo de los Tsáchilas, donde el clima es más favorable y el rendimiento es mayor, debido a que no cuentan con un centro de acopio donde puedan vender su producto, por lo que se ven en la necesidad de entregar su producción a intermediarios del cantón la Concordia y a los de la provincia de Esmeraldas a precios bajos, por lo tanto para entregar la maracuyá tienen que realizar un gasto de transporte ya que deben de viajar alrededor de 38,5 km para comercializar su producto teniendo que cancelar \$1,00 por quintal, siendo este un factor en donde ellos no pueden obtener una rentabilidad adecuada.

Asimismo, los agricultores de maracuyá enfrentan problemas de distancia en el transporte de sus productos, lo que a veces acarrea que lleguen al mercado en malas condiciones, perdiendo su valor nutricional y su capacidad de venta. Además, la falta de un canal de distribución directo con los dueños de los mercados mayoristas, junto con la carencia de espacios propicios para el almacenamiento y conservación adecuada del cultivo en el cantón y en la provincia, agrava la situación.

En el presente proyecto se buscará proponer un modelo de negocio que permita a los productores de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas mejorar su cadena de suministro y comercialización. Para ello, se desarrollará un proyecto de factibilidad para la creación y comercialización de maracuyá en la región, que genere valor social y económico en la zona, y que al mismo tiempo satisfaga las necesidades del mercado actual. En este sentido, el presente proyecto buscará dar respuesta a la problemática del incremento de costos y la falta de beneficios para los productores en el proceso de intermediación, mediante la intervención en la cadena de suministro y comercialización de maracuyá.

1.1.1 Formulación del problema

¿Qué impacto tiene un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio en el mejoramiento productivo, comercial y económico de los productores de maracuyá en el cantón Quinindé?

1.1.2 Sistematización del problema

Las preguntas que resolverá el presente proyecto son las siguientes:

- ¿Por qué es necesario realizar un centro de Acopio en el cantón Quinindé?
- ¿Qué impacto social tendrá en el cantón Quinindé un centro de acopio?
- ¿De qué manera contribuiría un Centro de Acopio a los pequeños Agricultores?
- ¿Cuál es el nivel de aceptación de un centro de acopio en el cantón Quinindé?
- ¿Los Agricultores cuentan con la debida capacitación en los procesos de fertilidad de plantación de maracuyá?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de Maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, Año 2023.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente mediante fuentes bibliográficas y el enfoque de varios autores el desarrollo de un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de maracuyá.
- Diagnosticar la situación actual de la producción del maracuyá en el Cantón Quinindé.
- Presentar un estudio de mercado técnico, organizacional, legal, económico y la evolución financiera en que determine la factibilidad de la creación del centro de acopio de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

De acuerdo con (Fernández, 2020), la investigación teórica detalla el propósito del estudio es registrar unareflexión y discusión académica sobre un conocimiento existente para su reflexión, por ende, este proyecto estará basado en trabajos de investigación aplicando estrategias en la exploración de libros, artículos científicos, sitios web y varias revistas digitales con un máximo de tiempo de 5 años antes del actual. El propósito de este estudio es brindar conocimiento basado en las teorías y conceptos existentes de la producción avícola, la investigación de mercado, la investigación técnica, la investigación legal, la investigación organizacional y su evaluación económica para determinar la factibilidad de ejecución del proyecto (p. 6).

Adicionalmente, la temática será abordada desde una perspectiva financiera con el propósito de adquirir una visión alternativa respecto a los centros de acopio de alimentos, examinando sus costos y beneficios, así como su aporte a la economía tanto a nivel local como nacional. Este proyecto se enfoca en establecer un modelo de negocio enfocado en la sostenibilidad y rentabilidad dentro del ámbito agrícola. Su meta es impulsar el crecimiento económico y el progreso social de las comunidades agrícolas, a través de la producción y la introducción al mercado de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, durante el año 2023, destacando su potencial para mejorar la calidad de vida de los productores de cantón.

1.3.2 Justificación metodológica

En la justificación metodológica se propone encontrar un nuevo método o estrategia para la generación de un confiable y valido. Mediante la revisión minuciosa de bibliografía permite obtener los medios necesarios para dar viabilidad al estudio, aplicando estrategias en la exploración de libros, artículos científicos, sitios web y varias revistas digitales. El presente proyecto es de tipo investigativo con un enfoque cualitativo y cuantitativo con el propósito de generar un mayor conocimiento sobre el procesode factibilidad al crear una empresa avícola productora y comercializadora de huevos (Vizmanos et al., 2022, p. 1).

Para conseguir los objetivos plasmados es importante seguir variables que garanticen los resultados que se obtuvo en los instrumentos establecidos en los productores y comerciantes, en donde otros investigadores podrán ocupar la comunicación de esta investigación plasmada durante el desarrollo del proyecto de inversión. Para alcanzar los objetivos, es esencial seguir

premisas metodológicas que garanticen la confiabilidad de los resultados obtenidos, los cuales también estarán disponibles para otros investigadores con la debida confianza.

1.3.3 Justificación práctica

La justificación práctica de este proyecto se fundamenta en la necesidad imperante de resolver el desafío que enfrentan los pequeños agricultores del Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, en la comercialización del maracuyá. La propuesta de establecer un centro de acopio y distribución surge como una solución estratégica para integrar a estos agricultores en la cadena de suministro y venta, eliminando intermediarios y reduciendo costos.

Además, la implementación de este centro conlleva ventajas significativas. No solo promoverá la generación de empleo en la región, sino que también estimulará un ambiente propicio para la innovación. Al ofrecer canales de distribución más eficientes, se identificará y atenderá la demanda existente, facilitando una gestión óptima de los productos agrícolas de la comunidad. Este enfoque contribuirá al fortalecimiento de la economía local.

1.3.4 Justificación económica y social

Además, al implementar este proyecto tiene como objetivo crear nuevas fuentes de trabajo y contribuir al desarrollo del país, la empresa se verá inmersa en un entorno social que no puede ser ignorado e involucra a miembros de la sociedad en condiciones vulnerables que fortalecerán el desarrollo. Dada la tendencia actual hacia la responsabilidad social empresarial, la implementación del proyecto es muy importante, ya que es el motor que generara impulso económico en beneficio de las personas del cantón.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico del presente proyecto tiene como objetivo realizar una revisión bibliográfica exhaustiva que permita conocer y comprender las diferentes variables que conforman el estudio de la creación y comercialización de maracuyá en la localidad del Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, en el año 2023. Esto permitirá tener un mayor discernimiento sobre el tema, desarrollar el estudio con agudeza y establecer una relación entre la teoría y la investigación. Esta sección se definirán estrategias importantes para el proyecto ya que mediante fuentes bibliográficas se tendrá información que ayude a determinar la formulación del problema de los productores del maracuyá, ya que se buscará diferentes documentos que ayuden a la determinación del proyecto de factibilidad.

2.1 Antecedentes de Investigación

Para la presente investigación se realizó una búsqueda bibliográfica en diferentes repositorios de las universidades del Ecuador, en la cual se presentan proyectos con temáticas similares con la finalidad de ser una guía para el proyecto planteado.

Título: “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización, en el Cantón Buena Fe, Provincia de los Ríos, año 2014”.

Autora: Ibis Johana Bravo Loor

Universidad: Técnica Estatal de Quevedo

Este estudio de factibilidad se centra en la creación de un centro de acopio, el cual es viable considerando la predisposición de los productores del sector para comercializar su producto en el nuevo centro de acopio, además la zona cuenta con un volumen de producción considerable para abastecer el centro (Loor, 2015).

Título: “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de maracuyá, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”.

Autora: Marcelo Fernando León Lemos

Universidad: San Francisco de Quito

El presente estudio de factibilidad tiene como objetivo principal el mostrar el potencial económico del sector agrícola en el Ecuador enfocado en brindar un servicio de calidad en la compra y venta de maracuyá, permitiendo que los productores tengan rentabilidad del producto y así poder mejorar la competitividad en el mercado (Lemos, 2020)

Título: “Plan de negocios para la comercialización y exportación de maracuyá a Alemania”.

Autora: Laura Estefanía Meneses Santos

Universidad: Católica de Santiago de Guayaquil

El siguiente plan de negocios tiene como propósito medir la viabilidad de la creación de una empresa comercializadora y exportadora de maracuyá a Alemania con una utilidad de 171%, en donde su Valor Actual Neto es positivo y la Tasa Interna de Retorno es mayor al costo de oportunidad (Santos, 2022).

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Proyecto

Un proyecto de inversión es como "un plan que, al asignar una determinada cantidad de capital y prever varios tipos de inversiones, podrá producir bienes o servicios útiles para la sociedad". Un proyecto de inversión es un conjunto de actividades que, al implementarse, mejorarán la eficiencia y entrega de bienes o servicios. Un proyecto puede ser cualquier actividad que una persona o grupo de personas intenta realizar con un objetivo común (Toro Culcay, 2017).

El proyecto es una herramienta fundamental ya que se logra captar información de como satisface las necesidades de la población y así tendrá acogida en el mercado tomando las mejores decisiones de inversión, dando soluciones a los problemas presentados, la importancia del proyecto radica en la planificación técnica que ayude a que la economía del cantón mejore en producción generando nuevas plazas de empleo y solucionando la demanda insatisfecha existente.

2.2.2 Tipos de proyecto

2.2.2.1 Proyectos de inversión privada

Un proyecto de inversión privada se define como la asignación de capital hacia una iniciativa empresarial con el propósito de obtener ganancias financieras. Según Olmedo (2021), este tipo de proyecto implica la elaboración de un plan de negocios que evalúe la viabilidad y rentabilidad del emprendimiento, así como la identificación de los recursos necesarios para su implementación. Asimismo, se requiere llevar a cabo un análisis de mercado para entender la demanda del producto o servicio, y un análisis financiero para determinar su viabilidad y rentabilidad.

Para Melendrez (2021), el éxito en la ejecución de un proyecto de inversión privada está condicionado por diversos factores clave, tales como la competencia del equipo de gestión, la identificación proactiva de riesgos y oportunidades, la adecuada configuración del modelo de negocio y una planificación estratégica eficaz. Además, es crucial considerar aspectos legales y regulatorios para garantizar el cumplimiento normativo.

2.2.2.2 Proyectos de inversión social

Según Casas (2018) un proyecto de inversión social se refiere al desarrollo social y sostenibles en la mejora de calidad de vida de los productores permitiéndoles un enfoque adecuado en la búsqueda de generar un impacto en el ámbito económico y financiero, ya que a través de estrategias de crear empleo en el mejoramiento de los servicios brindados en la comunidad y así tomen las mejores decisiones en la colaboración a largo plazo en el fortalecimiento.

El principal objetivo de este proyecto es que se fundamenta en dar soluciones a la sociedad para que se desarrollen en un bienestar sostenible con la comunidad que les conforman. De acuerdo con Melgarejo et al. (2018), los proyectos de inversión social deben ejecutarse en la sostenibilidad de que la calidad de vida de los comuneros mejore desarrollando estrategias generales en el éxito de la sociedad.

2.2.3 Etapas de un proyecto

Para (Serrano, 2020), existen algunas etapas de un proyecto de investigación las cuales encontramos seis que define el autor:



Ilustración 2-1: Etapas de un proyecto

Fuente: Serrano, 2020

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.4 Ciclo de vida de un proyecto

Según Rodríguez (2020), los proyectos de factibilidad pueden dividirse en diferentes ciclos para una planificación y ejecución adecuadas.

En resumen, conceptualizamos el ciclo de vida de un proyecto como una serie de etapas por las que pasa este principio a fin. Cada empresa define el ciclo de vida del proyecto de acuerdo con sus necesidades. El Ministerio de Finanzas y Economía de Perú (2023), presenta 3 etapas las cuales son:

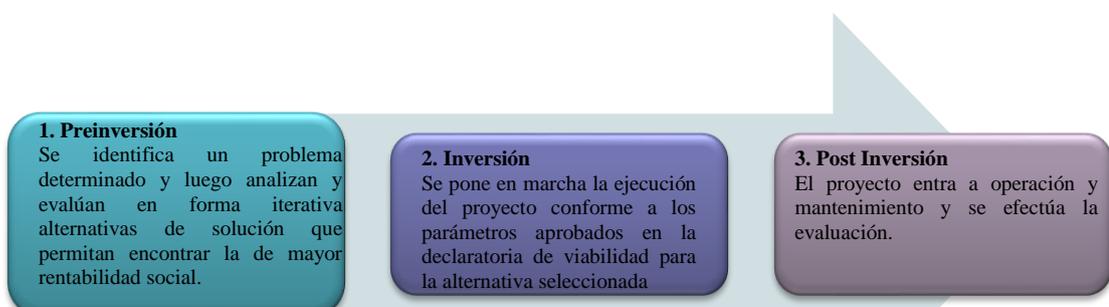


Ilustración 2-2: Ciclo de vida de un proyecto

Fuente: Ministerio de Finanzas y Economía de Perú, 2023.

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.5 Características de un proyecto

Según López Gil (2018), un proyecto es temporal, y se caracteriza por conjuntos de actividades que logran interrelacionarse con metas establecidas en el mercado, estableciendo estrategias que ayuden al desarrollo de estas. Lo cual nos indica que es temporal porque tiene un inicio y un final determinando avances estratégicos en el desarrollo social sostenible, fomentando empleo para aquellos productores que lo requieren y así poder aumentar la innovación de la región, buscando innovar objetivos específicos para las metas planteadas.

Este proyecto se caracteriza por ser de inversión privada ya que requerirá de un solo dueño en el cual se encargará de poner en marcha la creación del centro de acopio innovando el desarrollo social sostenible y permitiendo que el maracuyá se comercialice de una manera adecuada a los consumidores.

2.2.6 Factibilidad

La factibilidad es la investigación de mercado detallada, la identificación de recursos, el diseño preliminar del proyecto, la descripción del proceso técnico, la fijación de precios del producto y la evaluación económica de su operación (Guasco Aucacama & Luna Altamirano, 2022). La factibilidad es donde se desarrolla la investigación de mercado para determinar estrategias que ayuden a reducir la demanda que presenta.

Por otro lado, varios autores determinaron que un estudio de factibilidad se basa en las decisiones que se tomen para llevar a cabo el proyecto, ya que esto es de suma importancia para la empresa, en donde desarrollaran estrategias para aprobar la inversión que tendrá la creación de un centro de acopio (Sornoza Cantos & Villacis Sánchez, 2020).

Por último, según Calvopiña (2021), un estudio de factibilidad o viabilidad incluye proyecciones de costo-beneficio que muestran que el proyecto puede completarse financieramente y sus flujos de caja acumulados en diferentes períodos de tiempo.

2.2.7 Proyecto de factibilidad

Un proyecto de factibilidad es una herramienta importante ya que ayuda a determinar la viabilidad técnica, social, económica y financiera de un proyecto permitiendo el desarrollo de que en el mercado se acople a satisfacer a los consumidores. Según Granda & Eugenio (2023), un proyecto de

factibilidad se basa en el análisis y recolección de información importante para determinar estrategias viables y así saber el grado de rentabilidad que tendrá el proyecto en el mercado económico, tomando las mejores decisiones sobre la implementación del proyecto y su financiamiento.

Este proyecto tendrá un estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y económico-financiero, a través de estos estudios se podrá determinar la viabilidad que tendrá el proyecto en la creación del centro de acopio, también requerirá de aspectos ambientales y sociales para así poder garantizar la calidad del producto en los comerciantes.

2.2.8 Importancia de un proyecto de factibilidad

Un proyecto de factibilidad desempeña un papel fundamental en la evaluación de la viabilidad y rentabilidad de una iniciativa específica. Según Tovar y Parra (2022), este tipo de proyecto posibilita el análisis exhaustivo de diversos escenarios y aspectos vinculados con la implementación del proyecto, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre su ejecución. Además, permite identificar los recursos, costos y beneficios del proyecto, así como los riesgos que podrían afectar su realización.

En este contexto, cobra especial relevancia la necesidad de asegurar la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto. Según Báez et al. (2019), llevar a cabo un proyecto sin haber realizado previamente un estudio de factibilidad puede resultar en costos adicionales, desviaciones en la planificación y pérdidas económicas. Por consiguiente, un proyecto de factibilidad no solo permite evaluar la viabilidad del proyecto, su impacto social y ambiental, y su rentabilidad, sino que también posibilita la toma de decisiones fundamentadas acerca de su implementación.

2.2.9 Tipos de proyectos de factibilidad

Según Uribe (2020), diversos tipos de proyectos de factibilidad están disponibles para adaptarse a la naturaleza y objetivos específicos de cada proyecto. Entre los más comunes se encuentran el análisis técnico, de mercado, financiero, social y ambiental.

En el caso del proyecto de factibilidad destinado a la creación y comercialización de maracuyá en Quinindé, se requerirá la implementación de varios tipos de proyectos de factibilidad. Estos proyectos permitirán evaluar la viabilidad técnica, de mercado y financiera del proyecto. Además,

se considerarán aspectos sociales y ambientales para asegurar su sostenibilidad y contribución positiva a la comunidad.

2.2.10 Estructura de un proyecto de factibilidad

De acuerdo con Garrafa (2021), la composición de un proyecto de factibilidad puede ajustarse en función de la naturaleza y los objetivos específicos de la iniciativa. Sin embargo, la estructura fundamental suele constar de cuatro componentes principales: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.

En el caso de este proyecto de factibilidad la estructura del proyecto de factibilidad se conformará por los siguientes elementos: en el estudio de mercado se establecerán los siguientes puntos el análisis del consumidor, del competidor y los precios; en el estudio técnico se realizará el análisis de la localización y la ingeniería del proceso productivo; en el estudio administrativo se establecerá la misión y visión, las políticas y el estudio organizacional y por último se realizará el estudio financiero con el análisis de la evaluación financiera y la evaluación económica. Dichos estudios y análisis permitirán que se pueda realizar correctamente la tomar decisiones informadas sobre la implementación del proyecto.

2.2.11 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta esencial en la planificación de proyectos de factibilidad, ya que proporciona una comprensión detallada de los consumidores, sus necesidades y las dinámicas del mercado. Según Cabascango (2022), este análisis abarca la evaluación de la demanda y la oferta, así como el estudio de los precios y las estrategias de comercialización.

Este proceso se divide típicamente en tres etapas claramente definidas. Como señalan Chavarría et al. (2021), en la primera etapa se establecen los objetivos del estudio y se define la metodología a seguir, junto con la elaboración de un cronograma detallado. Durante la segunda fase, se lleva a cabo el trabajo de campo utilizando la metodología seleccionada para recopilar datos relevantes. Por último, en la tercera etapa, se analizan y sistematizan los datos recopilados para extraer conclusiones significativas y elaborar el informe final del estudio.

En el caso del proyecto de factibilidad, el estudio de mercado permitirá conocer las necesidades y preferencias de los consumidores y determinar la demanda del producto en el mercado. Además,

permitirá identificar a los competidores y evaluar las oportunidades de comercialización del producto en la región.

2.2.12 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda desempeña un papel fundamental en el estudio de mercado al proporcionar información sobre las necesidades y preferencias de los consumidores respecto al producto en cuestión. Según Zavaleta (2020), este análisis se centra en aspectos como la cantidad y calidad del producto demandado, así como en los factores que influyen en la elección del consumidor, como el precio, la calidad y la marca.

En el marco del presente proyecto, el análisis de la demanda será crucial para determinar la cantidad y calidad de maracuyá requerida por los consumidores en la región, así como los factores que inciden en su selección. De acuerdo con Guiz (2020), este análisis proporciona información valiosa sobre las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores, lo que a su vez facilita el establecimiento de estrategias de comercialización y la determinación de la oferta necesaria para satisfacer la demanda.

2.2.12.1 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha representa un indicador crucial en el estudio de mercado, ya que revela la cantidad de consumidores que no han podido satisfacer sus necesidades o deseos con respecto al producto. Según Herrera (2023), esta situación puede atribuirse a diversos factores, como la falta de disponibilidad del producto, su alta demanda, la deficiencia en la calidad o simplemente la falta de conocimiento sobre el mismo.

En el contexto del proyecto de factibilidad, el análisis de la demanda insatisfecha jugará un papel fundamental al permitir la identificación de las necesidades y preferencias de los consumidores que no están siendo satisfechas en la región. Según Guiz (2020), este análisis ofrece la oportunidad de descubrir potenciales áreas de mercado que podrían ser aprovechadas mediante el desarrollo de estrategias de comercialización adecuadas.

2.2.13 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda constituye un proceso esencial dentro del estudio de mercado, ya que posibilita la estimación de la demanda futura del producto. De acuerdo con Garcete et al. (2017),

esta proyección puede llevarse a cabo mediante diversas técnicas, entre las que se incluyen el análisis de tendencias, el método de opinión de expertos y el análisis de correlación y regresión.

En el contexto del proyecto de factibilidad, la proyección de la demanda desempeñará un papel clave al permitir estimar la demanda anticipada de maracuyá en la región. Según Martínez et al. (2021), esta proyección se fundamenta en una variedad de factores, como el crecimiento demográfico, las tendencias de consumo, el estado económico y las innovaciones tecnológicas.

Ecuación 1:
$$\text{Demanda proyectada} = DP = DA (1 + i)^n$$

En donde DP = Demanda proyectada
DA = Demanda Actual
i = Tasa de crecimiento
1= Es un valor constante
n = tiempo

2.2.14 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta es una herramienta fundamental en el estudio de mercado que permite conocer los productores que ofrecen el producto en la región. Según Bermello y Mero (2022), el análisis de la oferta se enfoca en determinar el precio y la cantidad de producto que los productores ofrecen, así como los factores que influyen en su oferta, como los costos de producción y el acceso a recursos.

Ecuación 1:
$$\text{Oferta proyectada} = OP = OA (1 + i)^n$$

En donde OP = Oferta proyectada
DA = Oferta Actual
i = Tasa de crecimiento
1= Es un valor constante
n = tiempo

En este sentido el análisis de la oferta permitirá conocer la competencia y los productores que ofrecen maracuyá en la región, así como los factores que influyen en su oferta.

2.2.15 Comercialización

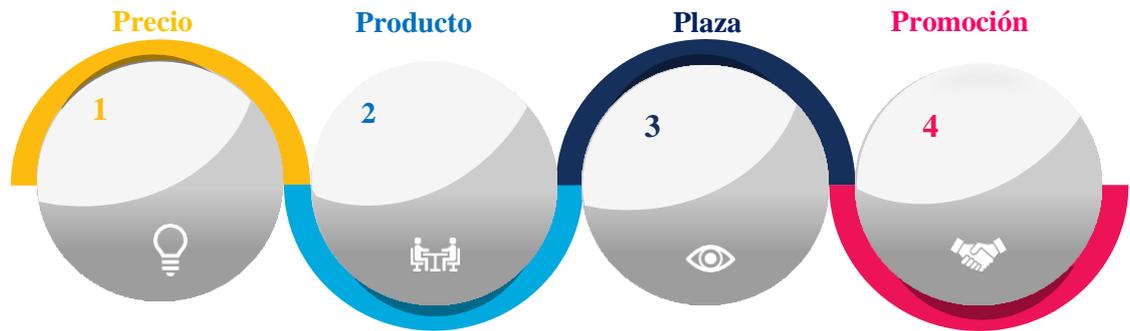


Ilustración 2-3: Factores del marketing mix

Fuente: Vergara, 2019

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.15.1 Precio

El precio representa un elemento fundamental en el análisis de mercado debido a su capacidad para influir tanto en la demanda como en la oferta del producto. Según Vergara et al. (2019), el precio puede ser utilizado estratégicamente para posicionar un producto en el mercado, y su establecimiento debe considerar diversos factores, incluyendo los costos, la competencia y el valor percibido por los consumidores.

En el marco de este proyecto de factibilidad, el precio del producto jugará un papel crucial en la estrategia de comercialización. Se deberá fijar un precio que permita competir de manera efectiva en el mercado, que cubra los costos de producción y que genere una rentabilidad adecuada. Como señala Aguilar (2023), el precio también puede ser una herramienta para comunicar la calidad del producto y para crear una imagen positiva de la marca.

2.2.15.2 Producto

Según Vergara et al. (2019), consiste en encontrar el producto deseado y adecuado para un mercado objetivo determinado. Esto incluye el diseño, característica, calidad, empaque y marca del producto, estrategias exitosas de producto implican comprender las necesidades del cliente.

2.2.15.3 Plaza

Según Vergara et al. (2019), son actividades en que la empresa realiza para poner en disposición en el mercado para que el proyecto llegue al cliente. Esto implica sobre canales de distribución, como la venta a través de tienda minoristas, plataformas en línea, mayoristas o venta directas, el objetivo es asegurar que el producto sea accesible y conveniente para el mercado objetivo.

2.2.15.4 Promoción

La efectividad de cualquier proyecto empresarial, especialmente en el ámbito de alimentos y bebidas, depende en gran medida de la promoción y la publicidad. La promoción implica la difusión de información acerca de un producto, servicio o causa con el propósito de influir en la decisión de compra, respaldo o adopción por parte de los clientes, espectadores o lectores. Por otro lado, según Zamora y Calvo (2019), la publicidad se caracteriza por ser una forma de comunicación remunerada, no personal y dirigida a un amplio público o segmentos específicos de mercado, con la finalidad de informar, persuadir o recordar.

2.2.16 Estudio técnico

El estudio técnico es un componente crítico de cualquier proyecto de factibilidad, ya que es la fase donde se determina la viabilidad del proyecto en términos de producción, procesamiento y comercialización. Según Mamani (2018), el estudio técnico comprende la selección de tecnologías adecuadas, la identificación de fuentes de materias primas, la determinación de los objetivos de producción y la elaboración de un plan de operaciones. Este también destaca que también es importante considerar la evaluación de los costos de producción, la identificación de proveedores y la elaboración de un plan de mantenimiento y mejora continua.

Es así como, el estudio técnico se centrará en diversos aspectos cruciales. Esto incluirá la determinación de los recursos requeridos para el cultivo y procesamiento de la fruta, la elección de tecnologías apropiadas para la producción y envasado, la evaluación de los costos asociados con la producción, así como la identificación de proveedores de insumos y equipos necesarios.

2.2.16.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto representa un factor crítico a considerar en el desarrollo de cualquier iniciativa de factibilidad, dado que puede incidir significativamente en su viabilidad económica y

financiera. Según Vázquez (2019), el tamaño del proyecto se relaciona con la escala de inversión requerida para su ejecución, estando directamente vinculado tanto al potencial del mercado como a la capacidad de producción del mismo. Además, se destaca que el tamaño del proyecto puede impactar los costos fijos y variables, así como los ingresos y beneficios proyectados.

En perspectiva del presente estudio, es fundamental que el tamaño del proyecto sea adecuado para aprovechar el potencial del mercado y contar con una capacidad de producción suficiente para satisfacer la demanda. Por ende, resulta crucial que el tamaño del proyecto esté equilibrado y sea proporcional al capital disponible, así como a los recursos humanos y físicos necesarios para su implementación. En consecuencia, se requiere llevar a cabo un análisis exhaustivo de la demanda del mercado y de la capacidad de producción con el fin de determinar el tamaño óptimo del proyecto.

2.2.17 Localización del proyecto

La ubicación del proyecto se erige como un elemento crítico en el éxito de cualquier iniciativa empresarial, dado que puede impactar tanto en los costos de producción como en la accesibilidad al mercado y a los potenciales clientes. De acuerdo con Moreno et al. (2021), la elección de la ubicación del proyecto debe fundamentarse en criterios como la disponibilidad de materias primas, la proximidad al mercado objetivo, las condiciones climáticas y geográficas, así como la disponibilidad de mano de obra y servicios esenciales. Además, se resalta que la localización del proyecto también debe tomar en consideración aspectos legales y administrativos, como los permisos y requisitos operativos.

Es así como, la selección de la ubicación del presente proyecto se basa en la disponibilidad de terrenos apropiados para el cultivo de la fruta, así como en la proximidad al mercado objetivo y a los proveedores de insumos y equipos necesarios. Además, se deberán considerar aspectos legales y administrativos, como los permisos y requisitos para la operación de la planta de producción, así como la accesibilidad a servicios básicos como agua, energía y transporte.

2.2.17.1 Macro localización y micro localización

La macro y micro localización son dos conceptos clave en el análisis de la ubicación de un proyecto. Según Lozada (2023), la macro localización se refiere a la elección del país o región donde se implementará el proyecto, mientras que la micro localización se enfoca en la selección específica del sitio dentro de esa región. La macro localización considera aspectos como la

disponibilidad de recursos naturales, la estabilidad socioeconómica y política, y la infraestructura. La macro y micro localización son dos conceptos clave en el análisis de la ubicación de un proyecto. Según Lozada (2023), la macro localización se refiere a la elección del país o región donde se implementará el proyecto, mientras que la micro localización se enfoca en la selección específica del sitio dentro de esa región. La macro localización considera aspectos como la disponibilidad de recursos naturales, la estabilidad socioeconómica y política, y la infraestructura.

2.2.18 Estudio legal

El estudio legal del proyecto de factibilidad de cultivo de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, en el año 2023, tiene como objetivo identificar todas las implicaciones legales y normativas que deben ser cumplidas para garantizar su operación adecuada. Para cumplir con estas regulaciones y normativas, es fundamental elaborar una matriz legal o matriz de requisitos legales que abarque los siguientes elementos mencionados por Franco y Pinzón (2019), clasificación, norma, disposición regulatoria, artículo correspondiente, descripción del requisito y evidencia de cumplimiento.

El estudio legal del proyecto de factibilidad de cultivo de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, en el año 2023, tiene como objetivo identificar todas las implicaciones legales y normativas que deben ser cumplidas para garantizar su operación adecuada. Para cumplir con estas regulaciones y normativas, es fundamental elaborar una matriz legal o matriz de requisitos legales que abarque los siguientes elementos mencionados por Franco y Pinzón (2019), clasificación, norma, disposición regulatoria, artículo correspondiente, descripción del requisito y evidencia de cumplimiento.

2.2.19 Estudio organizacional

El estudio organizacional constituye un componente fundamental en cualquier proyecto de factibilidad, dado que permite establecer la estructura organizativa óptima y las políticas necesarias para llevar a cabo el proyecto de manera eficaz. Según Solano (2020), este análisis abarca aspectos como la definición de los objetivos y metas de la organización, la selección del tipo de estructura organizativa más adecuada y el establecimiento de políticas y normas para su funcionamiento.

En el caso particular de este proyecto, el estudio organizacional debe abordar la definición de sus objetivos y metas, la selección del tipo de estructura organizativa más apropiada y el diseño de

una estructura organizativa acorde con las necesidades del proyecto. Además, es esencial considerar aspectos como las políticas de recursos humanos, los requisitos de personal, las políticas de capacitación y el sistema de compensación y beneficios. Se debe garantizar que el personal disponga de la experiencia necesaria en el cultivo de maracuyá y posea habilidades pertinentes en producción y comercialización.

2.2.20 *Organigrama*

Según (Rodríguez, 2023), es la estructura interna de una organización o empresa, esta herramienta ayuda a entender como está integrada una compañía, ya que detalla áreas, funciones, niveles jerárquicos, relaciones de autoridades y nombre de los responsables de cada uno de los departamentos (pág. 20).

2.2.20.1 *Organigrama estructural*

El centro de acopio de maracuyá se clasifica, de acuerdo con el tamaño de la organización, como una microempresa. Esta clasificación se fundamenta en el hecho de que la institución prevé contar con un equipo de siete colaboradores. Estos empleados estarán asignados a diversas áreas dentro de la estructura organizativa, asegurando así una distribución eficiente del talento humano acorde a las necesidades operativas y administrativas del centro (Rodríguez, 2023).

2.2.20.2 *Organigrama funcional*

Según (Rodríguez, 2023), es aquel en el que se predominan las funciones de cada trabajador o departamento, con el fin de ordenar de forma vertical a los líderes de cada área, así como las responsabilidades que les corresponden a esos equipos.

2.2.21 *Manual de funciones*

Para Arciniegas (2019) en los manuales de funciones radica el esclarecimiento de manera detallada de los procedimientos internos de una empresa. Con la implementación de estos manuales, es posible ampliar los conocimientos del personal, mejorar la calidad de los servicios o productos, así como reducir los costos administrativos y evitar deficiencias que puedan perjudicar a la organización. El manual de funciones es el último paso en la organización. Una vez establecidos los diferentes departamentos y niveles, se define con precisión lo que tiene que hacer cada unidad de trabajo, denominado “puesto de trabajo”.

2.2.22 Misión

Por tanto, la misión es la "razón de ser" de la actividad empresarial de la organización. En otras palabras, es una declaración importante que establece metas y formula estrategias, metas y políticas, predice la asignación de recursos y la motivación de los empleados.

2.2.23 Visión

Una visión es un sueño alcanzable a largo plazo, un futuro al que aspira una empresa y un sueño que representa las aspiraciones más elevadas de la empresa. Da motivación y entusiasmo para mirar positivamente el futuro y avanzar en esa dirección.

2.2.24 Estudio financiero

El análisis financiero constituye un aspecto crítico en todo proyecto de viabilidad, puesto que posibilita evaluar la solidez económica del proyecto y determinar los recursos financieros requeridos para su ejecución. Conforme a Arciniegas (2019), este análisis implica proyectar los ingresos y gastos del proyecto durante un período definido, así como examinar las distintas fuentes de financiamiento disponibles y calcular los indicadores financieros pertinentes.

De esta manera se entiende que, para el presente proyecto, el estudio financiero deberá contener una descripción detallada de los costos de producción, venta y distribución del maracuyá, así como los ingresos esperados a partir de su comercialización. Adicionalmente, será necesario evaluar diversas opciones de financiamiento disponibles, que pueden incluir préstamos bancarios, inversores privados y fondos aportados por el equipo emprendedor. Es crucial determinar, en el análisis financiero, el punto de equilibrio y los rendimientos esperados, ya que esto permitirá evaluar la rentabilidad y la viabilidad del proyecto de manera precisa.

2.2.24.1 Balance General

El balance general, conocido también como estado de situación financiera, es un informe contable que presenta la situación económica y financiera de una empresa en un momento específico. Este instrumento muestra la relación equilibrada entre los activos, pasivos y el patrimonio neto de la empresa, demostrando que los activos son iguales a la suma de los pasivos y el patrimonio neto. A través del balance general, se ofrece una visión detallada de la composición de los activos, así

como de la liquidez y solvencia de la empresa, lo cual es fundamental para comprender su posición financiera (Altieri, Martínez Mirau, & Perri, 2020).

Tabla 2-1: Estructura de situación inicial o balance general

ACTIVO	PASIVO
Activo Corriente	Corriente
Efectivo y equivalente de efectivo	Cuentas y documentos por pagar
Deudores diversos	Deudas Financieras
cuentas por cobrar	No Corriente
inventarios	Deudas no financieras (dividendos e impuestos)
Activo No Corriente	Deudas financieras
Terrenos	PATRIMONIO
Vehículos	Capital social
Edificios	Utilidades del ejercicio anterior
Equipo de oficina	Reservas

Fuente: Martínez, 2020.

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.24.2 Estado de resultados

Es estado de resultado muestra las ganancias y pérdidas de actividades ordinarias y extraordinarias de un periodo determinado, se dice porque la utilidad se ha obtenido de diversas actividades realizadas a lo largo del tiempo. Desde un punto de vista financiero, esto es muy importante, ya que permitirá a los usuarios de la información financiera evaluar posibles cambios futuros en los recursos financieros (Angulo, 2022, pág. 26).

Tabla 2-2: Estructura del Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias

VENTAS
- Costo de ventas
= UTILIDAD BRUTA
(-) GASTOS
Gastos de venta
Gastos financieros
Gastos de administración
= UTILIDAD OPERACIONAL
(+/-) Otros ingresos y gastos
Ingresos
Otros ingresos
Ingresos financieros
Gastos
Otros gastos
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores
(-) % participación a trabajadores
(-) Impuesto a la renta
(=) UTILIDAD NETA

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.24.3 Estado de Flujos de Efectivos

En la evaluación de cualquier proyecto, el factor fundamental reside en el flujo de efectivo o cash-flow que genera. Este término se refiere al valor neto resultante de la suma de los ingresos y egresos en efectivo que produce el proyecto a lo largo de un período determinado. El cálculo del flujo de efectivo se extiende a lo largo de todo el período durante el cual se espera que el proyecto genere ingresos.

Según (Torrez, 2021), el flujo de efectivo proyectado se erige como la principal fuente de información económica en un proyecto empresarial. Basándose en las cifras anticipadas en este flujo, se procede a realizar el análisis de sensibilidad, identificar el punto de equilibrio y aplicar los indicadores financieros para evaluar la rentabilidad prevista del negocio propuesto, basándose en los flujos de beneficio neto e inversión inicial estipulados.

Tabla 2-3: Estructura del Estado de flujos de caja

+ Ingresos
- Egresos
- Gastos no desembolsables
(=) Utilidad después de impuestos
- Impuestos
(=) Utilidad después de impuestos
+ Ajustes por gastos no desembolsables
- Egresos no afectos a impuestos
+ Beneficio no afectos a impuestos
(=) Flujo de caja

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.24.4 Inversión

Dentro del ámbito del estudio financiero, se entiende por "inversión" la asignación de recursos financieros a activos con el propósito de obtener ingresos o beneficios a lo largo del tiempo. En el contexto de un plan de negocios, esta inversión puede abarcar tanto la destinada al capital de trabajo como a activos fijos y gastos preoperativos. Asimismo, la evaluación financiera de proyectos busca determinar la rentabilidad de la inversión mediante el análisis de la inversión inicial y los flujos de efectivo previstos.

2.2.25 Financiamiento

El financiamiento es el proceso de proporcionar recursos, como dinero y crédito, a una empresa o persona para llevar a cabo sus planes. En el caso de los negocios, estos suelen ser préstamos bancarios o inversiones de inversores.

2.2.26 Indicadores financieros

Según (Ramírez H. B., 2021), entre los principales indicadores financieros podemos encontrar:

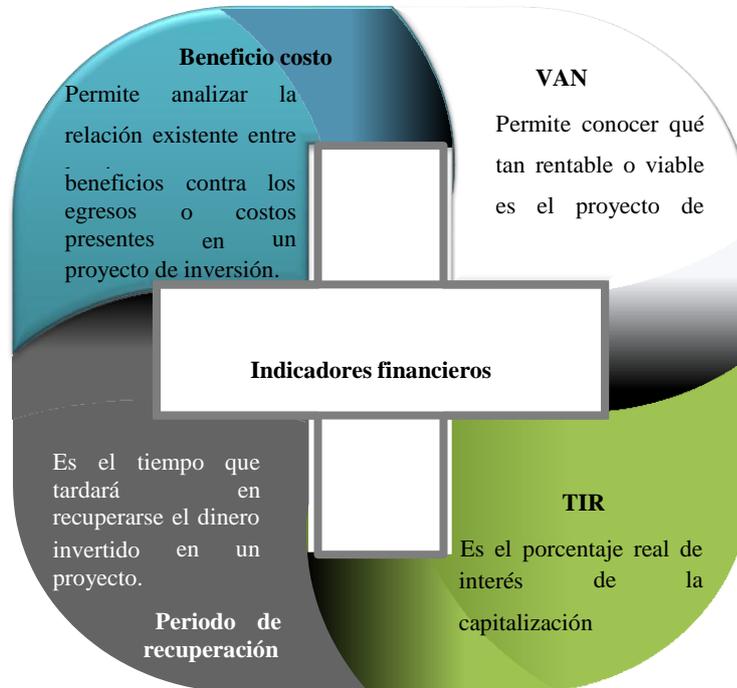


Ilustración 2-4: Clasificación de los principales indicadores financieros

Fuente: Ramírez H.B., 2021.

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.26.1 Van

El Valor Actual Neto (VAN) se destaca como una herramienta crítica utilizada por las empresas para evaluar las inversiones a largo plazo. Su propósito radica en proporcionar una evaluación anticipada de la capacidad de una inversión para generar rendimientos que superen el costo de capital. Este análisis implica calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros y restar el costo inicial de la inversión. El VAN es esencial para determinar la viabilidad financiera de un proyecto y tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos (Pérez, 2022). El cual se aplica a siguiente formula:

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

El cálculo del VAN implica la consideración de varios parámetros:

- La inversión inicial, que corresponde al monto total destinado para iniciar el proyecto.
- La inversión realizada durante el proceso, excluyendo la inversión inicial.

- Los flujos netos de efectivo, que representan la diferencia entre los ingresos y egresos previstos a lo largo del proyecto.
- La tasa de oportunidad, que refleja la mínima rentabilidad esperada por la inversión.
- El periodo de tiempo, que indica la duración estimada del proyecto en términos de cantidad de periodos económicos.

Tabla 2-4: Valor Actual Neto (VAN)

VAN > 0	VAN < 0	VAN = 0
Es rentable el proyecto, genera beneficio.	No es rentable, lo cual no genera beneficio en el proyecto.	No hay generación de ganancias ni pérdidas.
Aceptar	Rechazar	Considerar

Realizado por: Freire M., 2023.

2.2.26.2 TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se erige como uno de los enfoques más destacados para la evaluación de proyectos de inversión, siendo comúnmente utilizado para determinar la viabilidad y el rendimiento potencial de una inversión específica. Estrechamente ligada al Valor Actual Neto (VAN), la TIR se define como la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero. Su resultado se expresa en forma de porcentaje, como señalan Guzmán (2019).

La TIR se considera altamente confiable cuando una empresa busca determinar la rentabilidad y viabilidad de un proyecto de inversión. En resumen, la TIR representa el porcentaje de beneficio o pérdida que puede derivarse de una inversión (Ramírez P. , 2022).

$$TIR = tn + (tm - tn) \left[\frac{VAN+}{(VAN+) - (VAN-)} \right]$$

Y sus resultados se interpretan de la siguiente manera identificando “r” como el costo de oportunidad.

- Si la TIR es < r se determina que el proyecto debe ser rechazado.
- Si la TIR es > r entonces el proyecto será viable y puede ser aprobado.
- En el caso de que la TIR = 0, el proyecto en principio debe ser rechazado. Es cierto, que desde el punto de vista estratégico puro, se podría decidir invertir, pero a nivel financiero no compensa asumir dicho riesgo.

2.2.26.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una métrica utilizada para identificar el momento en el cual los ingresos operativos igualan precisamente los costos y gastos operativos en términos de valor. Además, revela la magnitud de las ganancias o pérdidas de la empresa cuando los ingresos superan o caen por debajo de este punto (Torres J. , 2020).

2.2.26.4 Periodo de recuperación

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) se emplea para estimar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, teniendo en cuenta el costo de capital asociado. Este indicador resulta significativo porque complementa la información proporcionada por otras métricas, lo que permite visualizar aspectos que podrían pasar desapercibidos al suponer simplemente que, si el flujo de efectivo no alcanza, existe una "deuda" tanto en el Valor Actual Neto (VAN) como en la Tasa Interna de Retorno TI (Sapag, 2021).

$$PRI = \frac{Inv. Inicial - F. Acum. Inf.}{F. Acum. Sup. - F. Acum. Inf.}$$

2.2.26.5 Relación beneficio

Permite analizar la relación existente entre los ingresos o beneficios contra los egresos o costos presentes en un proyecto de inversión (Aguilera, 2017). En otras palabras, esta relación le permite determinar el porcentaje de beneficios costos, teniendo así en cuenta los ingresos y costos esperados.

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Costo neto}} \times 100$$

2.2.27 Estudio ambiental

El concepto de ambiente describe este como un conjunto de elementos físicos, químicos, biológicos y factores sociales, delimitado por su función, es decir, por su capacidad para influir en los seres vivos y las actividades humanas. Estos elementos, aunque heterogéneos entre sí, expresan funciones en relación con la configuración del conjunto. Por lo tanto, las funciones que cada elemento individual expresa dentro del conjunto, así como las del conjunto en su totalidad, son interdependientes.

Dadas estas interdependencias, es previsible que cualquier alteración en el conjunto de elementos, en los propios elementos, en las relaciones entre ellos, o en cualquier fragmento de la estructura del sistema ambiental, se propague a través de la red de relaciones, provocando a su vez alteraciones que conduzcan a la formación de nuevas organizaciones (Giannuzzo, 2019).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de Investigación

3.1.1 *Enfoque Mixto*

Para Hernández (2019) destacan la importancia de integrar los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación, subrayando que la combinación de estas metodologías permite una comprensión más rica y multifacética del fenómeno de estudio (p. 36). Este enfoque mixto facilita la triangulación de datos, lo cual contribuye a la validación de los resultados obtenidos a través de la complementariedad de las perspectivas analíticas y metodológicas

Este estudio se propone evaluar la viabilidad de establecer un centro de acopio y comercialización de maracuyá en la localidad de Quinindé, Provincia de Esmeraldas, durante el año 2023, empleando una metodología de investigación mixta que integra tanto técnicas cuantitativas como cualitativas. Desde la perspectiva cuantitativa, se aplicarán instrumentos específicos para la recolección de datos, que posteriormente serán analizados mediante técnicas estadísticas.

Este estudio se propone evaluar la viabilidad de establecer un centro de acopio y comercialización de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, durante el año 2023, empleando una metodología de investigación mixta que integra tanto técnicas cuantitativas como cualitativas. Desde la perspectiva cuantitativa, se aplicarán instrumentos específicos para la recolección de datos, que posteriormente serán analizados mediante técnicas estadísticas. Se pondrá especial atención en las condiciones laborales, las técnicas agrícolas utilizadas y los obstáculos que enfrentan en el proceso de cultivo y venta.

3.2 Alcance

Este proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de maracuyá se ejecutará en el periodo 2023, en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas.

3.3 Diseño de investigación

3.3.1 *No experimental*

Hernández et al. (2014 p. 152) definen los estudios no experimentales como aquellos en los que las variables no son manipuladas de manera intencionada por el investigador, sino que los fenómenos son observados en su contexto natural con el objetivo de analizarlos. En consonancia con esta definición, la presente investigación adoptará un diseño no experimental, enfocándose en el análisis del contexto natural de los productores de maracuyá en el Cantón Quinindé, sin intentar alterar deliberadamente las variables involucradas.

Este método posibilita una comprensión detallada de la vida diaria de estos agricultores, lo que ayuda a identificar los elementos esenciales que afectan su eficiencia y continuidad en el trabajo. Al observar y estudiar las circunstancias existentes sin alteraciones, el análisis aspira a brindar una perspectiva completa de las dinámicas y retos que enfrenta la industria del maracuyá. Esto, a su vez, establece una base sólida para evaluar la viabilidad de establecer un centro de recolección y comercialización en la zona.

- **Variable Independiente:** Resultados del estudio de factibilidad.
- **Variable Dependiente:** Factibilidad del proyecto.

3.4 Nivel de investigación

3.4.1 *Descriptiva*

D'Aquino y Barrón (2020, p. 51) definen las metodologías descriptivas como aquellas que detallan los procesos de formación, estructuración o transformación de un fenómeno, proporcionando un nivel de detalle profundo. Este enfoque fue esencial en nuestra investigación para capturar de manera precisa la situación presente de los productores de maracuyá en el Cantón Quinindé, así como para comprender las dinámicas de los diversos factores que intervienen en el sector. La aplicación de la investigación descriptiva facilitó una representación fidedigna y completa del contexto en el que operan estos productores, incluyendo aspectos económicos, sociales y ambientales. Tal aproximación permitió identificar las necesidades específicas, los retos y las oportunidades dentro del ámbito de la comercialización y el acopio del maracuyá, contribuyendo así a la formulación de estrategias efectivas para el desarrollo del proyecto propuesto.

3.4.2 Exploratoria

Olvera (2018, p. 58) resalta la importancia de la investigación como un proceso orientado hacia la generación de nuevos conocimientos, la profundización de aquellos aspectos que han sido poco explorados, la búsqueda de nuevas perspectivas informativas, el descubrimiento de lo desconocido y el enriquecimiento del conocimiento existente. En el contexto de nuestro estudio sobre la viabilidad de implementar un centro de acopio y comercialización de maracuyá, esta orientación investigativa es crucial. Nos permite no solo analizar y sintetizar los datos recabados de manera exhaustiva sino también ofrecer interpretaciones detalladas sobre las dinámicas actuales y potenciales del sector del maracuyá.

Mediante este enfoque, buscamos descubrir nuevas oportunidades, identificar desafíos no reconocidos previamente, y aportar soluciones innovadoras que contribuyan significativamente al desarrollo y fortalecimiento de este sector productivo, apoyando así la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias de intervención efectivas.

3.5 Tipo de estudio

3.5.1 Documental

Este enfoque metodológico se aplicó durante la fase de revisión bibliográfica y en la etapa inicial de formulación del problema de investigación, implicando un exhaustivo análisis de fuentes secundarias, incluyendo libros, artículos científicos, informes y otras publicaciones relevantes. Esta estrategia permitió recabar información esencial para comprender en profundidad la realidad que enfrentan los productores de maracuyá en el Cantón Quinindé, al no tener una empresa en donde vender su producción.

La revisión de literatura y el análisis de documentos desempeñaron un papel fundamental al establecer un marco teórico y contextual para el estudio, lo que facilitó la identificación de las tendencias, desafíos y oportunidades dentro del sector del maracuyá. Esta compilación de información sentó las bases para el desarrollo de la investigación, proporcionando los elementos necesarios para una evaluación precisa de la situación actual y la viabilidad de establecer un centro de acopio y comercialización que beneficie a los productores locales.

3.5.2 De Campo

La metodología de investigación de campo adoptada en este estudio facilitó la recolección directa de datos mediante el contacto personal con los productores de maracuyá en el Cantón Quinindé, este enfoque permitió la aplicación efectiva de instrumentos investigativos diseñados específicamente para el proyecto, asegurando la obtención de información detallada y relevante directamente de las fuentes.

El acceso directo a los productores y a los representantes institucionales fue esencial para recabar datos auténticos sobre las dinámicas de producción, comercialización y los desafíos que enfrenta el sector del maracuyá en la región. Esta interacción directa enriqueció significativamente el proceso investigativo, proporcionando referencias valiosas que fundamentaron el análisis y las conclusiones del estudio, y ofreciendo una base sólida para evaluar la viabilidad del establecimiento de un centro de acopio y comercialización en el área.

3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1 Métodos de investigación

3.6.1.1 Método Inductivo

Monroy y Nava (2018, p. 61) describen un método de razonamiento que parte de la observación y análisis de casos particulares para establecer principios o criterios generales. Este enfoque, que busca identificar características comunes entre diversos casos específicos para luego generalizar a partir de ellas, se aplicó en el estudio sobre la factibilidad de implementar un centro de acopio y comercialización de maracuyá en la localidad de Quinindé.

A través de la investigación de campo, se obtuvieron datos directamente de los productores y comerciantes, lo que posibilitó la identificación de patrones y tendencias específicas dentro del sector del maracuyá. Se utilizará este método inductivo en el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de maracuyá en el Cantón Quinindé ya que este se dará en el momento de observar, los hechos que ocurren en la comercialización de este producto, el estudio de este permitió, llegar a una conclusión general de lo que ocurre dentro del cantón y los problemas que enfrentan al no tener un centro de comercialización cercano para poder entregar su producto esto fue de manera individual por medio de la encuesta.

3.6.2 Método Deductivo

Campoverde (2018 p. 45) destacan que el razonamiento deductivo facilita la elaboración de conclusiones o juicios generales a partir de premisas específicas consideradas verdaderas. En este marco, la presente investigación sobre la factibilidad de un centro de acopio y comercialización de maracuyá se fundamenta en este tipo de razonamiento, partiendo del análisis de la situación general de los productores de la región. A través de esta aproximación, se busca desglosar y comprender de manera detallada las particularidades del problema en estudio.

El presente trabajo de investigación parte de lo general a lo particular y permitirá conocer un conjunto de características de lo que ocurre actualmente en el Cantón Quinindé, permitiendo así llegar a una conclusión.

3.6.3 Método Analítico

Campoverde (2018, p. 47) definen el análisis como un procedimiento que implica la división o desglose de un objeto de estudio, ya sea material o conceptual, en sus componentes para examinar sus causas, naturaleza y efectos. Este enfoque analítico se aplicó en el estudio sobre la viabilidad de establecer un centro de acopio y comercialización de maracuyá, con el propósito de comprender a fondo la situación que enfrentan los productores de maracuyá y analizar las dinámicas del mercado.

El método analítico nos permitió conocer de manera más profunda el objeto de estudio en este caso el proceso de comercialización que realizan los agricultores de maracuyá en el cantón Quinindé y así poder analizar los diferentes comportamientos en el mercado de la investigación.

3.6.4 Método Sintético

Para (Torres C. A., 2020), es aquel que integra los componentes de un objeto de estudio, para estudiarlos en su totalidad, ya que es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo. Este método tiene un vínculo con el método analítico, para ello la naturaleza del método sintético es siempre pasar de lo universal o abstracto a lo particular o concreto.

3.6.5 Técnicas

3.6.5.1 Encuestas

Se implementó un proceso de consulta, mediante el cual se diseñaron y aplicaron preguntas específicamente dirigidas a los diversos productores del cantón Quinindé. Este enfoque tuvo como objetivo principal la recopilación exhaustiva de información relacionada con las dinámicas comerciales vigentes, así como con los patrones de oferta y demanda que caracterizan a estos productores. Dicha estrategia permitió obtener una comprensión detallada y multifacética de los desafíos y oportunidades presentes en el mercado, facilitando así la identificación de posibles áreas de intervención y mejora.

En el presente trabajo de investigación se utilizará la técnica de la encuesta, la cual nos ayudará a poner en acción la creación del Centro de Acopio para que sea de mucho beneficio para los agricultores del Cantón Quinindé ya podrán comercializar su producto de una mejor manera, y así puedan recibir unas ganancias adecuadas.

3.6.5.2 Observación

La observación directa se erigió como una herramienta clave para captar las dinámicas específicas del sector del maracuyá en Quinindé, proporcionando una base sólida de evidencias para fundamentar las estrategias de desarrollo y las decisiones de política que acompañarán la potencial creación del centro, con miras a fortalecer la cadena de valor del maracuyá en la región.

Se procederá a visitar los lugares de producción de maracuyá, ya que estos serán los sitios en el cual va enfocado este proyecto, debido a que no existe una buena comercialización de este producto y esto afecta a la economía de los habitantes en donde ellos no obtienen una excelente ganancia.

3.6.6 Instrumentos

3.6.6.1 Cuestionario

En esta investigación se realizará las encuestas con preguntas cerrada para tener una mejor captación de respuestas y estas serán aplicadas a los productores del cantón Quinindé, con el fin de que las respuestas obtenidas nos puedan ofrecer toda la información necesaria.

3.7 Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

3.7.1 Población

Se determina como una población al conjunto de individuos que viven dentro de una determinada área geográfica.

Según la información proporcionada por el GAD de Quinindé los datos recopilados para llevar a cabo la presente investigación se centran en los agricultores de maracuyá del Cantón Quinindé. La población a utilizar en la investigación proviene del Cantón Quinindé, y se estima que cuenta con una población rural de 93.642 habitantes, según la información del Instituto Nacional y Censos (INEC) del año 2010, obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal del Cantón Quinindé.

3.7.1.1 Segmentación de la población

Se llevará a cabo una investigación de mercado con el fin de establecer un centro de acopio de maracuyá especializado en la comercialización. En este proceso, se identificará el mercado potencial, disponible y objetivo. A continuación, se presentará la estructura económica de la población rural de Quinindé, de la cual se extraerán los datos esenciales para definir la segmentación en el proyecto, utilizando como base la población económicamente activa (PEA).

Tabla 3-1: Población Rural del Cantón Quinindé

Características	2001	%	2010	%
Población Total en el área rural	65.694	100,00	93.642	100,00
POBLACIÓN EDAD A TRABAJAR	46.971	71,50	63.489	67,80
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA	28.671	43,60	53.844	57,50
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE INACTIVA	22.727	34,60	23.223	24,80
POBLACIÓN OCUPADA	24.432	37,19	39.142	41,80
POBLACIÓN DESOCUPADA	591	0,90	1.294	1,80

Fuente: INEC 2010.

Realizado por: Freire M., 2023.

La división del mercado a través de la segmentación poblacional posibilita la identificación del mercado específico al que se dirige el proyecto. Donde el último resultado se utilizará posteriormente para obtener la muestra más adelante.

Tabla 3-2: Segmentación poblacional

Variable	Característica	Dato	Fuente de información	Resultado
Geográfica	Quinindé	93.642 habitantes	Proyecciones poblacionales a nivel cantonal en la zona rural INEC 2010	93.642
Población edad de trabajar	18 años a 65 años de edad	67,8%	Proyecciones poblacionales a nivel cantonal en la zona rural INEC 2010	63.498
Población económicamente activa	Personas en edad de laborar en la producción del maracuyá	57,5%	INEC poblacional proyectada	53.844

Fuente: INEC 2010.

Realizado por: Freire M., 2023.

La población del Cantón Quinindé para el año 2010 según la proyección del INEC de este año, es de 93.642 y acuerdo al dato obtenido en la segmentación que es de 53.844 por ser la población económicamente activa que se dedican a la producción de maracuyá en el cantón Quinindé, lo cual este valor se utilizará para obtener el crecimiento en los productores compuesto con una tasa de crecimiento poblacional de 2,3%, cual se fundamentara en que los productores cultiven más el maracuyá para que así exista más oferta en el mercado.

Formula de actualización de información:

Fórmula:

$$P_t = P_o (1+r)^t$$

Datos

P_t = La población en el año (¿)

P_o = La población base (53.844)

r = La tasa de crecimiento de la población (0,023)

t = El tiempo en años (2010-2023=13)

$$P_t = P_o (1+r)^t$$

$$P_t = 53.844 * (1+0,023)^{13}$$

$$P_t = 72.364$$

Tabla 3-3: Proyección de la población de los productores al año 2023

POBLACIÓN	
Productores	72.364
TOTAL	72.364

Realizado por: Freire M., 2023.

3.7.2 Muestra de los agricultores

Para la presente investigación se aplicó la siguiente fórmula de la muestra considerando los 72.364 agricultores de maracuyá que tiene este cantón, a los que se tomarán en cuenta para realizar el cálculo de la muestra los mismos que permitirán obtener datos reales como se muestra a continuación a través de la fórmula finita.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

- n= Muestra (?)
- N= Tamaño de los Productores
- Z= Nivel de Confianza
- p= Probabilidad de ocurrencia
- q= Probabilidad de fracaso
- e= Error de muestreo

Así tenemos:

- n= Muestra (?)
- N= 72.364
- Z= 1,96
- p= 0,5 (50%)
- q= 0,5 (50%)
- e= 0,05 (5%)

$$n = \frac{1,96^2 * (0,5) * (0,5) * (72.364)}{0,05^2(72.364 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{69498}{182}$$
$$n = 382$$

Se aplicaron 382 encuestas a los productores para saber que rango de aceptación tendrá la creación del centro de acopio de maracuyá en el cantón Quinindé.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultados de la encuesta aplicada a los productores de maracuyá

DATOS INFORMATIVOS

Género

Tabla 4-1: Género de los productores

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Masculino	294	77%
Femenino	88	23%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

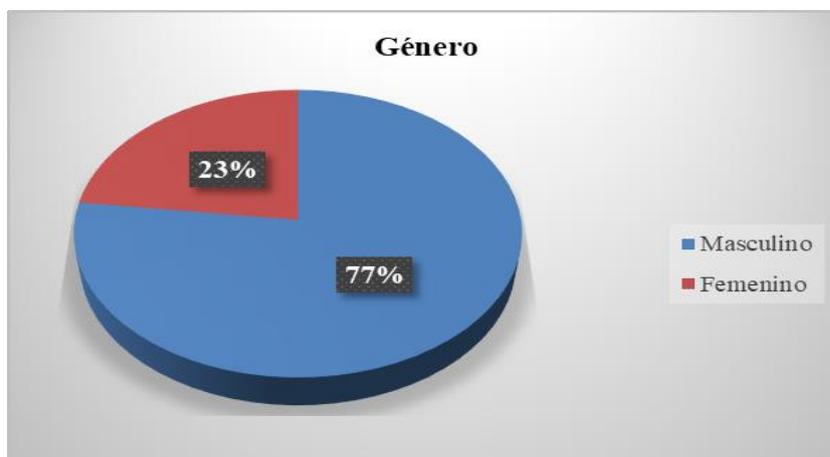


Ilustración 4-1: Género

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La figura 4-1 proporciona una representación de la distribución por género de un grupo de individuos, con un total de 382 participantes. Entre ellos, 294 fueron identificados como masculinos, lo que constituye el 77% del total, mientras que 88 participantes se identificaron como femeninos, representando el 23% restante. Este análisis revela una clara predominancia del género masculino en la muestra examinada. La marcada disparidad porcentual entre los géneros

sugiere la posible existencia de una brecha de género dentro del contexto específico abordado en la población objeto de estudio. Esta preponderancia de participantes masculinos podría indicar discrepancias en tendencias, preferencias o incluso en el acceso a oportunidades entre ambos géneros.

Edad

Tabla 4-2: Rango de edad de los productores

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
18-30 años	46	12%
30-42 años	137	36%
42-54 años	97	25%
Más de 54 años	102	27%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

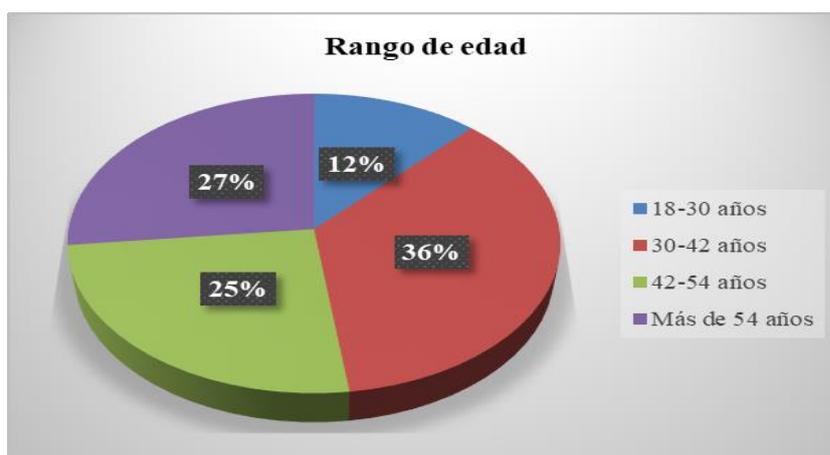


Ilustración 4-2: Rango de edad

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La Tabla 4-2 ilustra la distribución de edades de un grupo de 382 individuos, divididos en cuatro grupos de edad. El rango de 30-42 años exhibe la mayor cantidad de casos, con 137 individuos, lo que constituye el 36% del total de la muestra. Le sigue el grupo de más de 54 años, con 102 individuos, representando el 27%, seguido por el grupo de 42-54 años con 97 personas, representando el 25%, y finalmente, el grupo de 18-30 años, con 46 individuos, representando el 12% de la población estudiada. Esta distribución demuestra una predominancia de participantes

en la etapa de edad media, especialmente en el intervalo de 30-42 años, lo que sugiere que la mayoría de los individuos pertenecen a una franja de edad consolidada, posiblemente en plena actividad laboral o con responsabilidades familiares establecidas.

Nivel de instrucción

Tabla 4-3: Nivel de instrucción de los productores

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Primaria	159	42%
Secundaria	203	53%
Universitaria	20	5%
Otros (especifique)	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

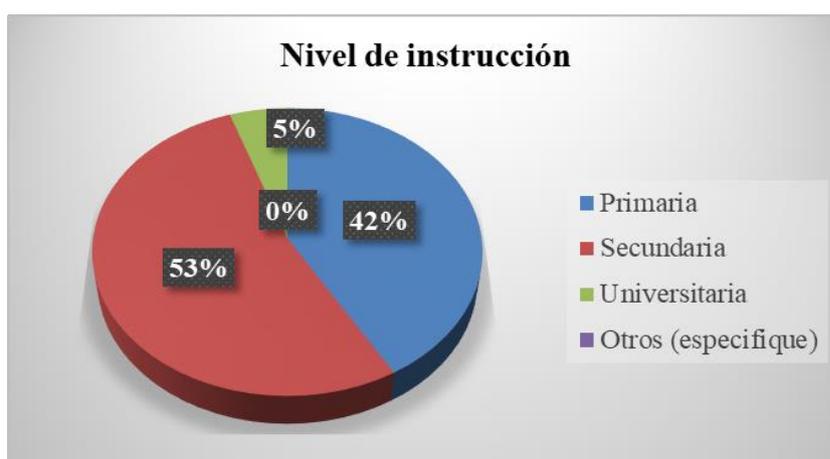


Ilustración 4-3: Nivel de instrucción

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-3 proporciona un desglose del nivel educativo de 382 individuos, clasificándolos en tres categorías principales: Primaria, Secundaria y Universitaria, además de una categoría "Otros" que no registra participantes. La mayoría de los individuos, con un total de 203 personas, equivalente al 53% de la muestra, reportaron tener educación secundaria. Le sigue el nivel de educación primaria, representado por 159 individuos, lo que constituye el 42% del total. Por otro lado, solo un pequeño segmento de la población, con 20 individuos 5%, indicó poseer educación

universitaria. La categoría "Otros" no presenta incidencias, lo que sugiere una concentración exclusiva de la muestra en los niveles educativos mencionados anteriormente.

Pregunta 1: ¿El terreno que utiliza para el cultivo de sus productos es?

Tabla 4-4: Terreno con cultivo de maracuyá

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Propio	246	64%
Arrendado	96	25%
Al partido	40	10%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

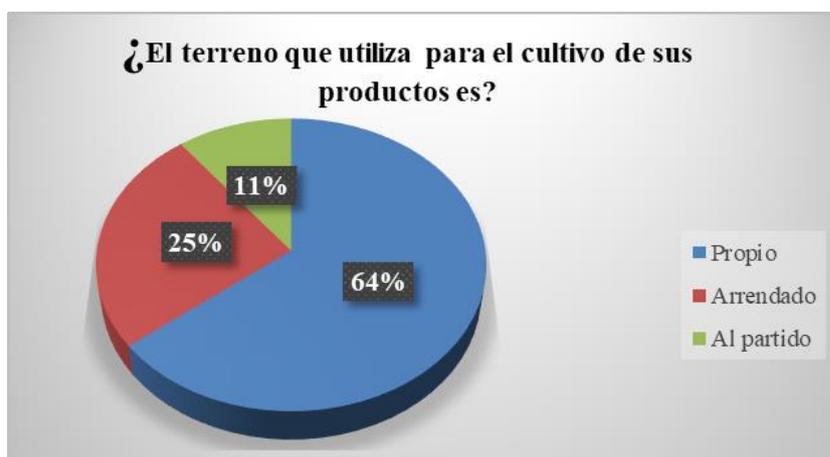


Ilustración 4-4: Terreno de cultivo de maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-4 muestra la distribución del tipo de tenencia de tierra entre 382 individuos dedicados al cultivo, agrupados en tres categorías: Propio, Arrendado y Al partido. La mayoría, representada por 246 individuos, lo que equivale al 64% de la muestra, declararon ser propietarios del terreno en el que cultivan. Por otro lado, el 25% señalaron que alquilan el terreno para sus actividades agrícolas, mientras que una minoría, compuesta por el 10%, mencionaron trabajar la tierra bajo el esquema "al partido", que generalmente implica un acuerdo de compartir los productos o beneficios derivados del cultivo. Estos datos indican una clara preferencia o predominio de la propiedad de la tierra entre los participantes del estudio.

Pregunta 2: ¿Cuántas hectáreas de tierra posee usted con plantación de maracuyá?

Tabla 4-5: Hectáreas con plantación de maracuyá

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
De 0 a 3 hectáreas	149	39%
De 3 a 6 hectáreas	123	32%
De 6 a 9 hectáreas	72	19%
De 9 hectáreas en adelante	38	10%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-5: Hectáreas con plantación de maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-5 presenta la distribución del tamaño de las parcelas utilizadas para el cultivo entre 382 individuos, clasificados en cuatro categorías según su extensión: de 0 a 3 hectáreas, de 3 a 6 hectáreas, de 6 a 9 hectáreas, y más de 9 hectáreas. Se destaca que la mayoría de las parcelas, representando un 39%, tienen una extensión de 0 a 3 hectáreas, seguidas por aquellas de 3 a 6 hectáreas, que constituyen un 32%. Por su parte, las parcelas de 6 a 9 hectáreas representan un 19%, mientras que aquellas con una extensión de más de 9 hectáreas comprenden el 10% de la muestra. Esta distribución sugiere una predominancia de pequeñas y medianas explotaciones agrícolas entre los participantes del estudio.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de maracuyá produce usted?

Tabla 4-6: Tipo de maracuyá que producen

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Maracuyá Amarilla	350	92%
Maracuyá Morada	32	8%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

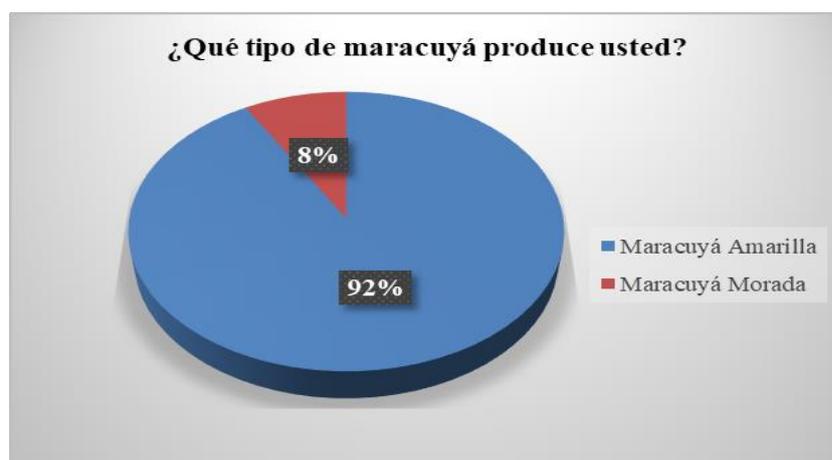


Ilustración 4-6: Tipo de maracuyá que producen

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-6 refleja las preferencias de cultivo entre dos variedades de maracuyá entre 382 productores: Maracuyá Amarilla y Maracuyá Morada. Una abrumadora mayoría, el 92% de los encuestados, equivalente a 350 individuos, se decanta por la producción de Maracuyá Amarilla. En contraste, la Maracuyá Morada es cultivada por una minoría, representando el 8% de la muestra con 32 productores. Este desequilibrio resalta la clara preferencia por la variedad de Maracuyá Amarilla en el grupo estudiado, lo que sugiere la presencia de factores subyacentes que inclinan a los productores hacia esta específica variante.

Además, resalta la necesidad de fomentar la diversificación de cultivos y la exploración de nichos de mercado para variedades menos dominantes, como la Maracuyá Morada, que podrían contribuir a la sostenibilidad económica y agrícola a largo plazo.

Pregunta 4: ¿Cuántos kilogramos de maracuyá obtiene por cada hectárea sembrada?

Tabla 4-7: Kilogramos de maracuyá que obtiene por cada hectárea sembrada

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
De 2000 a 3000 Kg/Ha	54	14%
De 3000 a 4000 Kg/Ha	91	24%
De 4000 Kg/Ha en adelante	237	62%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

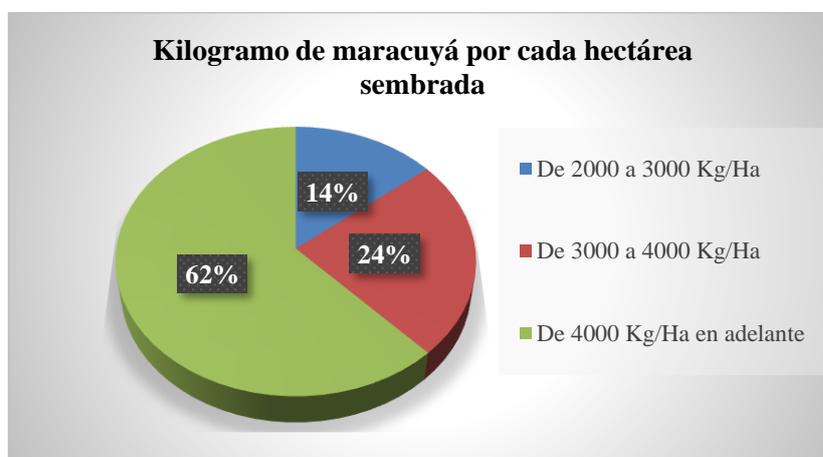


Ilustración 4-7: Kilogramo de maracuyá por cada hectárea sembrada

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-7 describe la producción de maracuyá por hectárea entre 382 productores, distribuidos en tres categorías según el rango de kilogramos producidos: de 2000 a 3000 kg/ha, de 3000 a 4000 kg/ha, y de 4000 kg/ha en adelante. Se observa que la categoría "De 4000 Kg/ha en adelante" constituye la mayoría, con un 62% de los productores, equivalente a 237 individuos, indicando una alta productividad. La segunda categoría, "De 3000 a 4000 Kg/ha", incluye al 24% de los productores, sumando 91 individuos. La categoría con la menor cantidad de productores es "De 2000 a 3000 Kg/ha", representando el 14%, con 54 productores. La identificación de factores que contribuyen a estas diferencias en la productividad es esencial para diseñar intervenciones dirigidas a aumentar la eficiencia productiva en todos los niveles.

Pregunta 5: ¿Con que frecuencia cosecha maracuyá?

Tabla 4-8: Frecuencia de cosecha de maracuyá

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Semanal	249	65%
Mensual	91	24%
Bimestral	29	8%
Trimestral	3	1%
Semestral	10	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-8: Frecuencia de cosecha del maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-8 muestra la frecuencia con la que 382 productores de maracuyá realizan sus cosechas, distribuidos en cinco categorías: Semanal, Mensual, Bimestral, Trimestral y Semestral. La mayoría, el 65% equivalente a 249 productores, reporta realizar cosechas de manera semanal, lo que indica un ciclo de producción continuo y posiblemente intensivo. Le sigue el grupo que cosecha mensualmente, representando el 24% con 91 productores. Una menor proporción, el 8%, equivalente a 29 productores, realiza cosechas bimestrales, mientras que sólo el 1% representando a 3 productores y el 3% a 10 productores cosechan de manera trimestral y semestral, respectivamente.

La variabilidad en las frecuencias de cosecha subraya la diversidad de enfoques productivos dentro del sector del maracuyá, y señala hacia la importancia de adaptar las prácticas agrícolas y los modelos de negocio a las características específicas de cada producción.

Pregunta 6: ¿Cuál es el precio promedio al que vende su producción de maracuyá?

Tabla 4-9: Precio al que venden la producción del maracuyá

Detalle	Frecuencias	Porcentajes
De 0,20 a 0,40 USD por Kg	26	7%
De 0,40 a 0,60 USD por Kg	350	92%
De 0,60 USD en adelante por Kg	5	1%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-9: Precio al que venden la producción del maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-9 detalla el precio promedio de venta por kilogramo de maracuyá para 381 productores, distribuidos en tres categorías: de \$0.20 a \$0.40, de \$0.40 a \$0.60, y de \$0.60 en adelante. La gran mayoría, el 92% equivalente a 350 productores, vende su producción en el rango de \$0.40 a \$0.60 por kilogramo. Una pequeña fracción, el 7% con 26 productores, se encuentra en el rango de precio más bajo, de \$0.20 a \$0.40, y un mínimo porcentaje, el 1% equivalente a 5 productores, logra vender su producción a \$0.60 o más por kilogramo. Estos datos indican una concentración significativa de los precios de venta en un rango medio específico.

Pregunta 7: ¿Está usted de acuerdo con el precio al que vende el maracuyá?

Tabla 4-10: Está de acuerdo con el precio al que vende el producto

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Si totalmente	0	0%
Si parcialmente	74	19%
No	308	81%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-10: Está de acuerdo con el precio al que vende el producto

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-10 refleja las percepciones de 382 productores de maracuyá respecto al precio de venta de su producto, categorizadas en tres respuestas: "Sí totalmente", "Sí parcialmente" y "No". Es notable que ningún productor se muestra completamente satisfecho con el precio de venta "Sí totalmente" con un 0%, mientras que un 19%, equivalente a 74 productores, indica estar parcialmente de acuerdo con el precio al que venden el maracuyá. La mayoría abrumadora, un 81% correspondiente a 308 productores, expresa desacuerdo con el precio de venta de su producción. Estos resultados evidencian una significativa insatisfacción entre los productores con respecto a los precios de mercado actuales del maracuyá.

Este descontento subraya la importancia de fortalecer las negociaciones colectivas, mejorar el acceso a mercados más lucrativos, y promover prácticas agrícolas y de negocio que mejoren la

eficiencia y reduzcan los costos, contribuyendo a una mayor satisfacción y sostenibilidad en el sector del maracuyá.

Pregunta 8: ¿Qué dificultades tiene para comercializar su producto?

Tabla 4-11: Dificultades al momento de comercializar el producto

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Transporte	148	39%
Distancia	123	32%
Inseguridad	72	19%
Pago de precio justo	39	10%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-11: Dificultades al momento de comercializar el producto

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-11 detalla las dificultades enfrentadas por 382 productores de maracuyá para comercializar su producto, clasificadas en cuatro categorías principales: Transporte, Distancia, Inseguridad, y Pago de precio justo. La mayor dificultad reportada es el Transporte, con un 39% de 148 productores, seguida por la Distancia, con un 32% de 123 productores. La Inseguridad es señalada por el 19% de 72 productores, y el Pago de precio justo es mencionado por el 10% de 39 productores. No se registraron dificultades en la categoría "Otro", lo que indica que los

problemas identificados cubren las principales preocupaciones de los productores dentro de las opciones dadas.

Estos hallazgos enfatizan la necesidad de estrategias integradas que aborden tanto los desafíos logísticos como los de mercado, incluyendo mejoras en infraestructura, sistemas de transporte, seguridad, y mecanismos de negociación de precios, para facilitar un entorno de comercialización más justo y eficiente para los productores de maracuyá.

Pregunta 9: ¿A quién vende su producción de maracuyá?

Tabla 4-12: Entrega la producción de maracuyá

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Mayoristas	46	12%
Intermediarios	304	80%
Industria nacional	21	5%
Industria exportadora	11	3%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-12: Entrega la producción de maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-12 expone las opciones de venta para 382 productores de maracuyá, clasificándolos según el destinatario de su producción: Mayoristas, Intermediarios, Industria nacional, Industria

exportadora, y una categoría de "Otro" que no registra respuestas. La gran mayoría, el 82%, equivalente a 304 productores, vende su producción a Intermediarios. Los Mayoristas representan el 12% con 46 productores. Un menor porcentaje se dirige hacia la Industria nacional, con un 5% equivalente a 21 productores, y la Industria exportadora, con un 3% correspondiente a 11 productores. La ausencia de productores en la categoría "Otro" indica que las opciones provistas capturan efectivamente los principales canales de venta utilizados por los productores de maracuyá.

Este escenario resalta la necesidad de fortalecer las capacidades de negociación de los productores, promover canales de venta más directos que puedan mejorar los ingresos de los productores, y desarrollar estrategias que amplíen el acceso a mercados más rentables tanto a nivel nacional como para exportación, asegurando así una distribución más equitativa de los beneficios a lo largo de la cadena de valor del maracuyá.

Pregunta 10: ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro de acopio de apoyo para la comercialización de maracuyá en el Cantón Quinindé?

Tabla 4-13: Está de acuerdo con la creación de este centro de acopio

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Si	277	99%
No	5	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

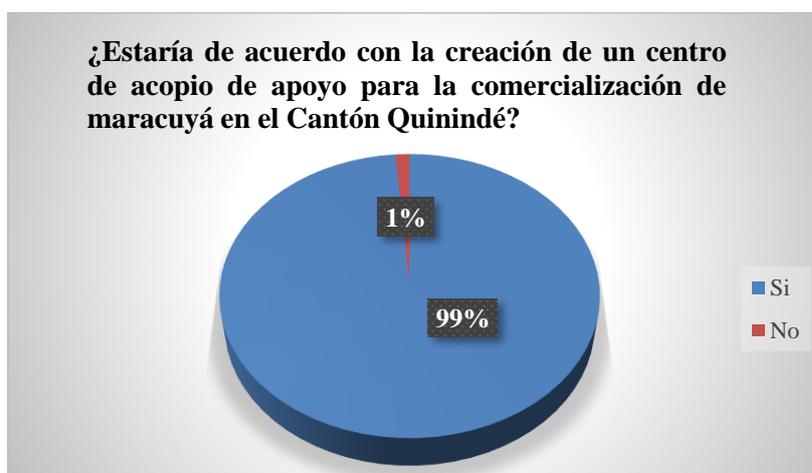


Ilustración 4-13: Está de acuerdo con la creación de este centro de acopio

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-13 revela la unanimidad de los 382 productores de maracuyá consultados respecto a la propuesta de crear un centro de acopio para apoyar la comercialización de maracuyá en el Cantón Quinindé, con un 99% equivalente a 277 productores nos manifestaron que si estan de acuerdo con la creación del centro de acopio y 1%, equivalente a 5 productores nos dijeron que no estan de acuerdo con la creación de esta empresa de maracuyá.

La propuesta de un centro de acopio, por tanto, se interpreta como un mecanismo altamente deseable para apoyar el desarrollo sostenible y la competitividad del cultivo de maracuyá en el Cantón Quinindé, reflejando un claro llamado a la acción por parte de los stakeholders relevantes para implementar soluciones que aborden las necesidades y desafíos de la comunidad productora.

Porque:

Si: Los productores manifestaron que si estan de acuerdo con la creación del centro de acopio porque asi podrán tener un lugar en donde poder comercializar su producto de una mejor manera y obtener rentabilidad adecuada de su producción.

No: 5 productores manifestaron esta respuesta ya que tiene un lugar en otro cantón en donde poder entregar su producto.

Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto a vender su producción de maracuyá a este centro de acopio ubicado en el cantón Quinindé, si le paga un precio justo, le brindan mejor servicio y ayudan en su comercialización?

Tabla 4-14: Dispuesto a vender la producción a este centro de acopio

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Si	378	99%
No	4	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-14: Dispuesto a vender su producción a este centro de acopio

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La consulta a 382 productores de maracuyá sobre su disposición a vender su producción a un centro de acopio en el Cantón Quinindé, bajo condiciones de precio justo, mejor servicio y apoyo en la comercialización, muestra una respuesta abrumadoramente positiva. El 99%, equivalente a 378 productores, manifestó su acuerdo con la propuesta, mientras que solo un 1%, correspondiente a 4 productores, expresó su desacuerdo. Este alto nivel de aceptación indica una fuerte inclinación hacia opciones de comercialización que ofrezcan condiciones más favorables para los productores. Además, demuestra la importancia de abordar integralmente las preocupaciones de los productores para fomentar prácticas comerciales que beneficien a todas las partes involucradas en la cadena de producción y suministro de maracuyá.

Pregunta 12: ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de capacitaciones para mejorar su producción?

Tabla 4-15: Implementación de capacitaciones para la mejora de su producción

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Muy de acuerdo	115	30%
De acuerdo	267	70%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.

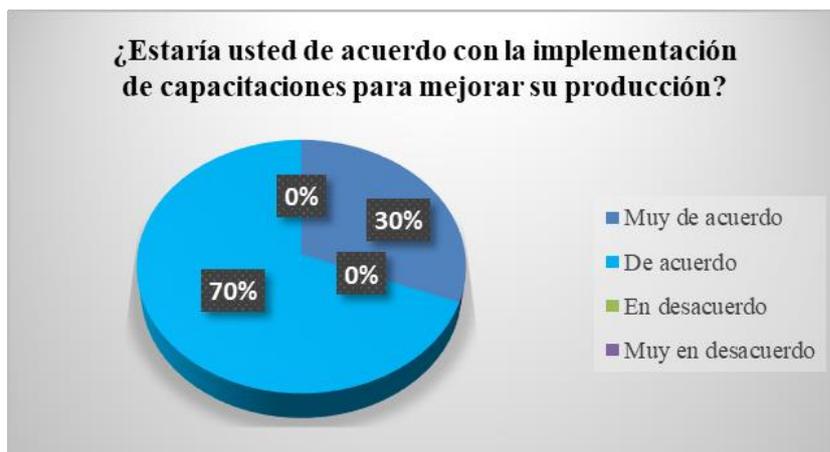


Ilustración 4-15: Capacitaciones para la mejora de la producción

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-15 refleja las actitudes de 382 productores de maracuyá hacia la implementación de capacitaciones destinadas a mejorar su producción, con opciones de respuesta que van desde "Muy de acuerdo" hasta "Muy en desacuerdo". Una totalidad de los productores muestra su aprobación hacia la iniciativa, con un 30% de 115 productores expresando un fuerte respaldo "Muy de acuerdo" y un 70% de 267 productores también en favor "De acuerdo". Significativamente, no se registran oposiciones a la propuesta "En desacuerdo" y "Muy en desacuerdo" ambas al 0%, lo que demuestra un consenso unánime sobre el valor percibido de las capacitaciones.

La implementación de estas capacitaciones podría, por tanto, constituir un pilar fundamental para el fortalecimiento del sector del maracuyá, potenciando la calidad, sostenibilidad y competitividad de la producción a nivel local e internacional.

Pregunta 13: ¿Mediante que medios le gustaría obtener información acerca del centro de acopio?

Tabla 4-16: Medios para obtener información del centro de acopio

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Redes sociales	44	12%
Radio	178	47%
Afiche	81	21%
Página web	20	5%

Televisión	59	15%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-16: Medios para obtener información del centro de acopio

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La tabla 4-16 muestra las preferencias de los 382 productores de maracuyá respecto a los medios por los cuales les gustaría recibir información acerca de un centro de acopio, distribuidas en cinco opciones: Redes sociales, Radio, Afiche, Página web y Televisión. La Radio emerge como el medio preferido con un 49% a 178 productores, seguido por Afiche con un 21% de 81 productores, y Televisión con un 15% de 59 productores. Las Redes sociales y la Página web son los medios menos preferidos, con un 12% de 44 productores y un 5% de 20 productores respectivamente. No se registran preferencias en la categoría "Otro", lo que sugiere que las opciones dadas cubren las principales vías de comunicación deseables para los productores.

Estos resultados subrayan la importancia de adoptar estrategias de comunicación diversificadas y adaptadas a las preferencias y accesibilidad de los productores para asegurar que la información sobre iniciativas como los centros de acopio llegue efectivamente a su audiencia objetivo.

Pregunta 14: ¿Qué tipo de servicios le gustaría que ofrezca el centro de acopio?

Tabla 4-17: Tipos de servicios que le gustaría recibir del centro de acopio

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Convenio de comercialización	90	23%
Capacitaciones		
Educación Financiera	32	8%
Cultivo y producción	170	43%
Gestión Financiera	28	7%
Comercialización	72	18%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	392	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los productores.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-17: Tipos de servicios que le gustaría recibir del centro de acopio

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

La capacitación en Cultivo y Producción es la opción más solicitada, elegida por el 44%, seguida por los Convenios de comercialización con un 23%, y la capacitación en Comercialización con un 18%. La Educación Financiera y la Gestión Financiera son las menos solicitadas, con un 8% y un 7% respectivamente. No hay preferencias registradas bajo la categoría "Otro", lo que sugiere que las opciones proporcionadas satisfacen las necesidades principales de los productores. La ausencia de demandas bajo, o cual sugiere que las categorías presentadas cubren bien las expectativas de servicios que los productores consideran críticos para el éxito de un centro de acopio.

4.2 Resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes de maracuyá

Género

Tabla 4-18: Género

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Masculino	6	60%
Femenino	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.

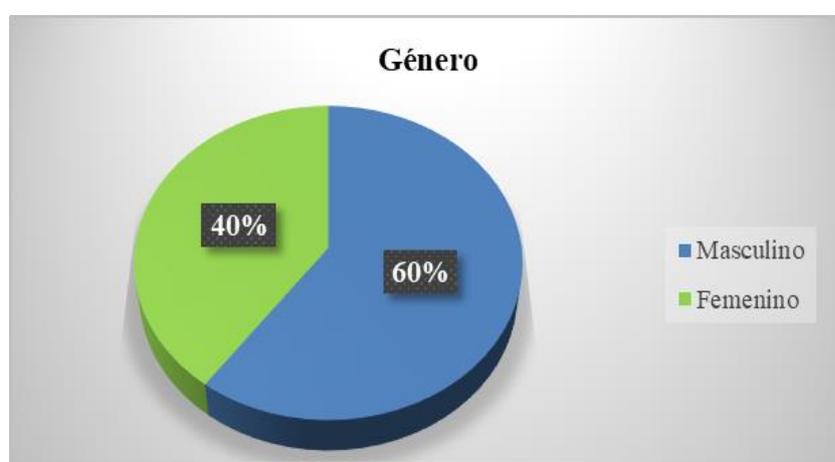


Ilustración 4-18: Género de los comerciantes

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

De los 10 comerciantes encuestados el 60% pertenecen al género masculino, mientras que el 40% corresponde al género femenino, brindándonos una información clara para establecer en la creación del centro de acopio.

Edad

Tabla 4-19: Rango de edad de los comerciantes

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
20-30 años	1	10%
20-30 años	3	50%
30-40 años	5	30%
Más de 40 años	1	10%

TOTAL	10	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.

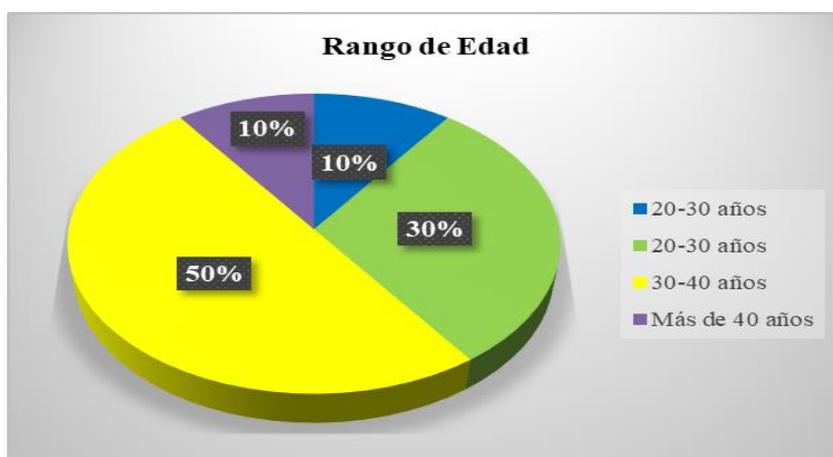


Ilustración 4-19: Rango de edad

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

En el rango de edad, el mayor porcentaje lo ocupan los de 30-40 años con un porcentaje de 50%, seguido por los de 20-30 años con un 30%, y por último tenemos los de 20-30 años y los que tienen más de 40 años con un porcentaje del 10%. Según el análisis de los datos obtenidos de las encuestas realizadas nos dice que el rango de edad de los comerciantes de maracuyá está en la edad de treinta a los cuarenta años, lo que nos indica cual es nuestro segmento de mercado en cuanto a la comercialización de este producto.

Pregunta 1: ¿Qué cantidad de maracuyá compra usted a la semana?

Tabla 4-20: Cantidad de maracuyá que compran a la semana

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
De 240 a 280 kg	1	10%
De 280 a 320 kg	3	30%
De 320 a 360 kg	2	20%
De 360 kg en adelante	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.

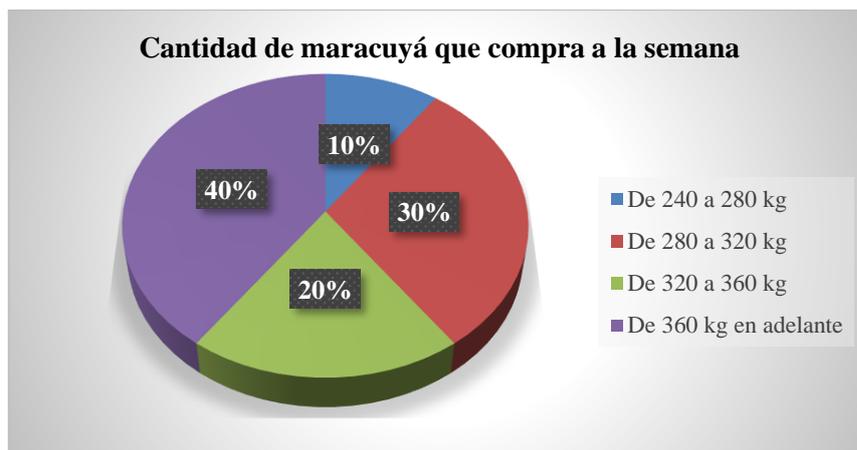


Ilustración 4-20: Cantidad de maracuyá que compran a la semana

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

El mayor porcentaje de los encuestados nos manifestaron que compran de 360 kg en adelante de maracuyá, lo cual representan a un porcentaje del 40%, de 280 a 320 kg tiene un porcentaje del 30%, de 320 a 360 kg es del 20% y por último de 240 a 280 kg es del 10% que adquieren este producto para la venta a las familias ecuatorianas.

Mediante el análisis de los datos que arrojó la encuesta aplicada a los comerciantes de maracuyá en el cantón Quinindé se supo que de los encuestados la mayoría adquiere más de ochenta kilogramos de maracuyá para abastecer a las familias de este cantón de este producto ya que obtiene beneficios saludables para la salud.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de maracuyá compra usted?

Tabla 4-21: Tipo de maracuyá que compran

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Maracuyá amarilla	10	100%
Maracuyá morada	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-21: Tipo de maracuyá que compran

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

El mayor porcentaje es del 100% que los comerciantes adquieren el maracuyá amarillo para su comercialización, y del 0% es del maracuyá morado. A partir de los datos obtenidos se puede evidenciar que los comerciantes de este producto más adquieren el maracuyá amarillo para la comercialización, mientras que el maracuyá morado nos manifestó que viene mezclada ya que esta no compra mucho porque algunos moradores del cantón no la conocen.

Pregunta 3: ¿Dónde suele comprar el maracuyá?

Tabla 4-22: En donde compran el producto

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Mercado local	4	10%
Productor	4	50%
Ferias	0	0%
Comerciantes	2	40%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.

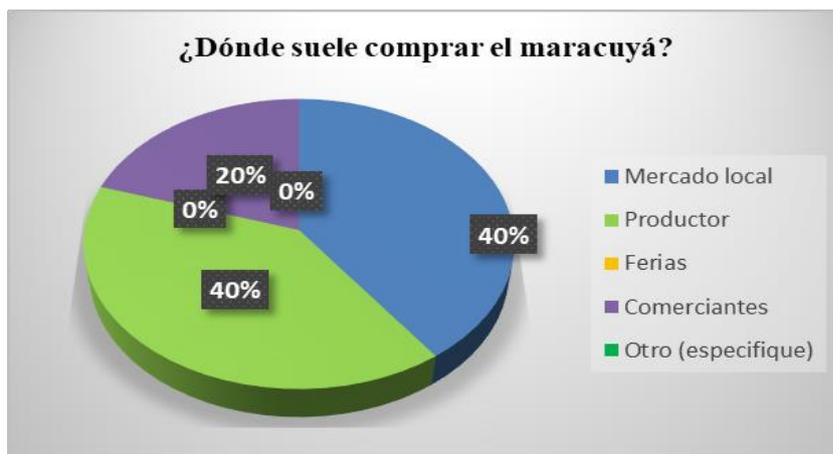


Ilustración 4-22: En donde compran el producto

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

De un total de 10 comerciantes encuestados en el cantón de Quinindé se pudo determinar que suele compra el maracuyá en los mercados locales y al productor con un porcentaje de 40%, y también lo adquieren a través de comerciantes son 20%. Cabe destacar que gran parte de los comerciantes del cantón adquieren el producto a través de los mercados locales y de los productores en donde manifestaron que les entregan el producto en buen estado y a un precio conveniente para la comercialización de la población.

Pregunta 4: ¿Cuáles son los precios que usted adquiere en el mercado el maracuyá por kg?

Tabla 4-23: Precios al que compran el maracuyá

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
De 0,50 a 0,60 USD	8	80%
De 0,60 a 0,70 USD	2	20%
De 0,70 en adelante	2	20%
TOTAL	12	120%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-23: Precios al que compran el maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

De un total de 10 comerciantes encuestados en el cantón se determinó que el precio que adquieren el maracuyá es de 0,50 a 0,60 USD con un mayor porcentaje que es del 90%, y por último esta los pecios de 0,60 a 0,70 USD con un 10% en la adquisición del producto.

Mediante el análisis de los datos de la encuesta se obtuvo que la mayoría de los comerciantes tienen una frecuencia de comprar el maracuyá en un valor de cincuenta centavos a sesenta centavos para así poder abastecer a las familias de Quinindé.

Pregunta 5: ¿Qué aspectos valora al comprar maracuyá por mayor?

Tabla 4-24: Aspectos que valoran al momento de comprar el producto

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Precio	1	20%
Calidad	5	40%
Frescura	3	40%
Variedad	0	0%
Tamaño	0	0%
Servicio de entrega	1	0%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-24: Aspectos que valoran al comprar el producto

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

El porcentaje mayor del aspecto que valoran al comprar el producto es la calidad con un 50%, seguido de la frescura con un 30%, por último, valoran el precio y el servicio de entrega con 10%, en donde determinan estos aspectos importantes para la comercialización. De los comerciantes que mencionaron la mayor parte dijeron que valoran la calidad del producto al comprarlo ya que este aspecto es importante porque así puedan tener más ventas y clientes, mientras que otros manifestaron que era la frescura, y por último también mencionaron que era el precio y la calidad de servicio de entrega que le ofrecen los proveedores del producto a los comerciantes.

Pregunta 6: ¿Está satisfecho con la calidad de maracuyá que compra?

Tabla 4-25: Se encuentra satisfecho con el producto comprado

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Muy satisfecho	3	50%
Satisfecho	7	50%
Insatisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-25: Se encuentra satisfecho con el producto que compra

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

Del total de los comerciantes encuestados se pudo determinar que el 70% de los comerciantes se encuentran satisfecho con la calidad del producto que les proveen, mientras que el 30% estas muy satisfecho de la calidad de producto que adquieren para su comercialización a las familias del cantón o a los dueños de restaurant.

Los datos obtenidos manifiestan que la mayor parte de los comerciantes están satisfecho con el maracuyá que compran ya que les entregan un producto de calidad y calidez, lo cual así pueden satisfacer a los clientes brindándoles un producto saludable y beneficio para su salud ya que es un producto libre de químicos.

Pregunta 7: ¿Ha tenido algún problema con el maracuyá que ha comprado?

Tabla 4-26: Tiene problema al momento de comprar el maracuyá

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Producto dañado	5	60%
Plagas o pesticidas	0	0%
Producto en descomposición	1	10%
Precios altos	4	30%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas s los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-26: Tiene algún problema al momento de comprar el maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

De los problemas que han tenido los comerciantes en la adquisición del producto la mayoría manifestaron con un 50% es de producto dañado, el 40% son de los precios altos, mientras que el 10% es de producto en descomposición ya en algunos casos los proveedores no les entregan a tiempo lo cual el maracuyá acude a descomponerse ya que debe de estar en un lugar fresco.

Mediante el análisis de los datos obtenidos en la encuesta aplicada a los comerciantes la mayoría mencionaron que el problema que han tendido en la adquisición del producto es que han llegado dañado, lo cual ellos tuvieron que devolverle al proveedor ya que los habitantes del cantón no los adquieren porque saben venir con sabores desagradables.

Pregunta 8: ¿Qué hace cuando encuentra un maracuyá defectuoso o en mal estado?

Tabla 4-27: Con el producto en mal estado que lo hace

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Lo devuelve en el lugar donde compro	6	60%
Lo deposita en la basura o compostaje	4	40%
Lo usa para otros fines que no sean alimenticios	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-27: Con el producto en mal estado o defectuoso que lo hace

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

De un total de 10 comerciantes encuestados en el cantón Quinindé se determinó que el 60% de los comerciantes cuando encuentran un maracuyá en mal estado lo devuelve al lugar donde compraron el producto, mientras que el 40% lo depositan en la basura, pero esto lo hacen con un descuento en su adquisición del producto de los proveedores. De los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes se puede determinar que la mayoría de los comerciantes devuelven el producto donde lo adquirió ya que si no realizan esto le puede causar una pérdida para el establecimiento comercial.

Pregunta 9: ¿Qué tipo de servicios le gustaría que le ofrezca el centro de acopio de maracuyá “CITRYMAR”?

Tabla 4-28: Servicios que le gustaria recibir del centro de acopio

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Convenio de comercialización	3	30%
Entrega del producto en su local	4	40%
Flexibilidad en el pago	2	20%
Seriedad y puntualidad en las entregas	1	10%
Otro (especifique)	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes.

Realizado por: Freire M., 2023.



Ilustración 4-28: Servicios que le gustaría recibir del centro de acopio

Realizado por: Freire M., 2023.

Análisis e Interpretación:

De un total de 10 comerciantes encuestados en el cantón de Quinindé se determinó que al 40% le gustaría obtener un servicio de entrega del producto en su local, el 30% respondió que le gustaría obtener un convenio de comercialización, el 20% requiere flexibilidad en el pago y por último el 10% le gustaría seriedad y puntualidad en las entregas del producto ya que esto es importante para el establecimiento comercial.

Los resultados de las encuestas demuestran que la mayor parte de los comerciantes de maracuyá quisieran obtener una entrega del producto en su local y esto debido a que muchos proveedores no les facilitan este servicio por lo cual deben de salir a los mercados locales a adquirirlos y en muchos casos no son frescos, lo cual la población busca un producto fresco y de calidad para su beneficio.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

Para presentar los diferentes estudios que determine la factibilidad de la creación de un centro de acopio de maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, es necesario seguir un procedimiento estructurado que abarque las diversas áreas de análisis requeridas como son:

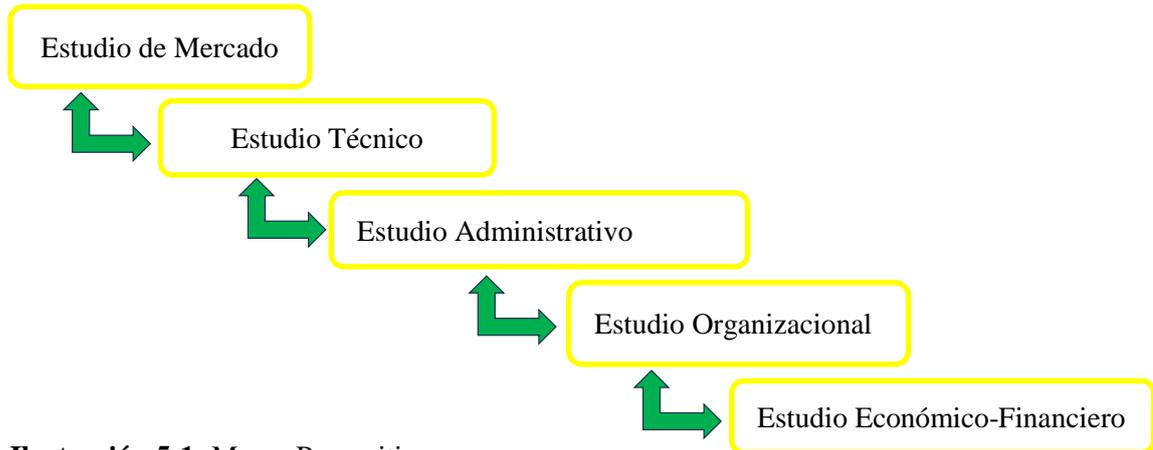


Ilustración 5-1: Marco Propositivo
Realizado por: Freire M., 2023.

5.1 Estudio de Mercado

En el presente proyecto de factibilidad, se pretende examinar los factores que puede influir en el servicio de la comercialización del maracuyá, de este modo se podría utilizar esta información para la toma de decisiones y así poder elaborar un plan estratégico que asegure un ingreso estable y en constante aumento con el tiempo.

El sector que se está estudiando se pudo determinar las variables prioritarias a través de las encuestas realizadas a una muestra representativa de los productores de maracuyá, dado que este proyecto se enfocara en clientes son un perfil específico y así poder delimitar la población en la que se puede llevar a cabo la actividad. En el estudio de la demanda, se busca determinar el mercado potencial, el mercado esperado y el mercado objetivo.

5.1.1 Tema

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ EN EL CANTÓN QUININDÉ, PROVINCIA DE ESMERALDAS, AÑO 2023.”

5.1.2 Descripción del producto



Ilustración 5-2: Maracuyá

El maracuyá es un fruto de la planta *passiflora edulis*, originaria de la amazonia ecuatoriana. Se considera una fruta exótica por su sabor agridulce y se cultiva en muchas regiones tropicales y subtropicales de todo el mundo, ya que es un fruto útil necesario en las familias ecuatorianas por su alto estándar en sabor. Sus principales características son:

- ✓ **Forma:** El maracuyá es una fruta de forma redonda u ovalada, con piel dura que, por lo que es capaz de conservar el contenido durante un largo tiempo.
- ✓ **Tamaño:** Su tamaño oscila entre los 5 y 20 cm de longitud, dependiendo de la especie del fruto.
- ✓ **Peso:** Su peso puede alcanzar un máximo de 300 gramos, de las dos variedades de maracuyá el amarillo pesa más que el morado.
- ✓ **Color:** La cascara suele ser amarilla o púrpura en su exterior, pero siempre es blanca en su interior.
- ✓ **Pulpa:** Es de color amarillo o naranja intenso.
- ✓ **Sabor:** Agridulce y muy aromático.

El maracuyá es una fruta variada que no solo es deliciosa sino también visualmente atractiva, lo que lo convierte en un componente popular en la gastronomía y la cultura de muchas regiones tropicales, con el siguiente contexto taxonómico:

Tabla 5-1: Taxonomía del maracuyá

Taxonomía	
Reino	Vegetal
División	Magnoliophyta
Tronco	Cormófitas
Clase	Magnoliopsida
Orden	Malpighiales
Familia	Passifloraceae
Genero	Passiflora
Especie	Edulis

Fuente: Google, 2023

5.1.2.1 Origen

La fruta proviene de Sudamérica, en particular de las regiones tropicales y subtropicales del Amazonas, y ha llegado a Centroamérica, África y Australia, y los aztecas la usaban para hacer bebidas refrescantes. En el siglo XVI, los misioneros españoles trajeron esta flor a Europa y la llamaron Passiflora después de ver las marcas de la pasión de Cristo en su flor. En la actualidad existen varios tipos de maracuyá, como la morada y la amarilla, debido a los diferentes climas y la composición del suelo donde se cultiva. El maracuyá tiene muchas ventajas nutricionales y económicas.

5.1.2.2 Composición química del maracuyá

Tabla 5-2: Composición química del Maracuyá

Composición	
Hidratos de carbono	2.4 g.
Calcio	5 mg
Fósforo	17 mg
Hierro	0.3 mg
Vitamina A	684 mg
Vitamina B	0.1 mg
Niacina	2.24 mg
Vitamina C	20 mg

Fuente: Bermeo, 2021

En la actualidad, se utiliza el maracuyá para hacer jugos debido a sus múltiples propiedades y ventajas saludables. Además, es una excelente fuente de provitaminas, lo que reduce el riesgo de enfermedades como las degenerativas, las cardiovasculares y, según algunos estudios, puede reducir el riesgo de padecer cáncer. Además, contiene compuestos antiinflamatorios.

5.1.3 *Análisis de la demanda*

El análisis de demanda en un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de maracuyá se enfocó en identificar las necesidades y preferencias de los consumidores del producto, así como en determinar la cantidad y calidad de maracuyá requerida. Factores como el precio, la calidad y la marca influyen en la decisión de compra de los consumidores. Este análisis es crucial para desarrollar estrategias de marketing efectivas, comprender las tendencias del mercado y satisfacer la demanda de manera adecuada.

En este contexto, el mercado objetivo para el maracuyá se define mediante la identificación de las necesidades insatisfechas, que representan a los consumidores que no pueden obtener el producto debido a la falta de disponibilidad, alta demanda u otros factores. Analizar estas necesidades insatisfechas puede revelar oportunidades de mercado y orientar la creación de estrategias de marketing específicas.

Por lo tanto, el mercado objetivo para el maracuyá en el área de estudio abarca tanto a los consumidores finales que buscan adquirir maracuyá fresco o procesado como a las industrias procesadoras que requieren maracuyá como materia prima para sus productos. La identificación de este mercado objetivo se basa en la comprensión de las necesidades y deseos de los consumidores, así como en proyecciones de la demanda futura, considerando factores como el crecimiento poblacional, tendencias del mercado, condiciones económicas e innovación tecnológica.

La información obtenida de la encuesta realizada a los productores de maracuyá en el Cantón Quinindé se analiza con el fin de evaluar la demanda existente. Según la pregunta número once de la encuesta dirigida a los productores de maracuyá, el 99% de las personas encuestadas utilizarían este servicio, lo que representa el mercado objetivo al que se dirige para ofrecer este servicio.

Tabla 5-3: Población y mercado objetivo

DETALLE	VALOR	UNIDAD
Población	72.364	Productores
Mercado objetivo	71.640	Productores

Realizado por: Freire M., 2023.

5.1.3.1 Demanda Actual

La interpretación de los datos presentados en la Tabla 5-4 permite dilucidar la distribución de la demanda de productos según sus diferentes rangos de peso, identificados entre "220 a 280 kg" y "360 kg y más". Esta segmentación es crucial para comprender la variabilidad de la demanda en función del peso del producto, ofreciendo una panorámica detallada de las preferencias del mercado. Se detalla la frecuencia de aparición de cada categoría de peso dentro de la muestra estudiada, así como su porcentaje relativo respecto al total, proporcionando una visión clara sobre el volumen de demanda que representa cada segmento de peso.

Adicionalmente, se estiman los consumos semanales, mensuales y anuales para cada categoría de peso, información que resulta fundamental para la planificación efectiva de la producción y distribución de los productos. Estos datos no solo facilitan la comprensión de la demanda en diferentes escalas temporales, sino que también son esenciales para la gestión logística y de inventarios, dado que se ofrece una proyección del volumen total de producto, medido en toneladas y kilogramos, que se espera distribuir a lo largo del año.

Tabla 5-4: Demanda Actual

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES	CONSUMO SEMANAL	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL EN Kg	CONSUMO ANUAL EN QQ
De 240 a 280 kg	1	10%	260,00	1040,00	12.480,00	124,80
De 280 a 320 kg	3	30%	300,00	1200,00	14.400,00	144,00
De 320 a 360 kg	2	20%	340,00	1360,00	16.320,00	163,20
De 360 kg en adelante	4	40%	380,00	1520,00	18.240,00	182,40
Total	10	100%	1280,00	5120,00	1.843.200,00	614,40

Realizado por: Freire., 2023

5.1.3.2 Demanda Proyectada

La Tabla 5-5 ofrece un análisis prospectivo del volumen de demanda, expresado en toneladas y kilogramos, para el periodo comprendido entre 2023 y 2028. Dicha tabla desglosa las estimaciones anuales de demanda, revelando una tendencia ascendente en el volumen proyectado

a lo largo de los años examinados. Esta progresión sugiere un crecimiento sostenido en las cifras estimadas de demanda, lo cual refleja un aumento en las necesidades de mercado previstas. Aunque una explicación más detallada sobre los métodos de cálculo y los parámetros empleados en estas estimaciones enriquecería el entendimiento de las proyecciones realizadas, es posible observar una pauta de incremento anual significativa.

La estimación de la demanda futura se basó en la tasa de crecimiento demográfico del cantón Quinindé, ubicado en la Provincia de Esmeraldas, la cual se extrajo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial elaborado por el GAD Municipal de Quinindé, lo cual se proyectará para los 5 años del proyecto.

✓ Fórmula para proyectar la demanda:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Datos

C_n = Cantidad futura

C_o = Cantidad actual

i = Tasa de crecimiento poblacional (0,023)

n = Año

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Tabla 5-5: Demanda Proyectada

Años	Co	(1+i) ⁿ	Proyección en Kg	Proyección en Kg (1 QQ=100 Kg)
Año 0		1.843.200,00		18.432,00
Año 1	1.843.200,00	1,02	1.885.593,60	18.855,94
Año 2	1.843.200,00	1,05	1.928.962,25	19.289,62
Año 3	1.843.200,00	1,07	1.973.328,38	19.733,28
Año 4	1.843.200,00	1,10	2.018.714,94	20.187,15
Año 5	1.843.200,00	1,12	2.065.145,38	20.651,45

Realizado por: Freire M., 2023.

5.1.4 Análisis de la oferta

La oferta posibilitará dar a conocer cuál es la aceptación de los productores actual y con ello identificar áreas de posible mejora en comparación con la competencia, ofreciendo un producto novedoso e innovador a los comerciantes.

5.1.4.1 Oferta actual

La evaluación pormenorizada de la producción anual de maracuyá, desglosada por rendimientos en toneladas por hectárea (kg/Ha) a través de tres distintas variedades, ofrece un panorama integral sobre la capacidad productiva y las posibilidades de distribución de este cultivo. Este nivel de producción subraya la potencialidad para incrementar el rendimiento por hectárea, abriendo avenidas para la mejora de prácticas agrícolas y la potenciación de la eficacia productiva.

Este segmento constituye la mayor proporción de la producción anual, evidenciando una producción de maracuyá altamente eficiente y de calidad superior. Tal desempeño sugiere la adopción de prácticas agrícolas avanzadas y la existencia de condiciones de cultivo óptimas. La elevada productividad observada en este rango destaca el amplio potencial del sector para contribuir de manera significativa al abastecimiento del mercado.

Tabla 5-6: Oferta Actual

DETALLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES	COSECH A SEMANAL	COSECH A MENSUAL	COSECH A ANUAL EN Kg	COSECH A ANUAL EN QQ
De 2000 a 3000 Kg/Ha	54	14%	2.500,00	10.000,00	120.000,00	1.200,00
De 3000 a 4000 Kg/Ha	91	24%	3.500,00	14.000,00	168.000,00	1.680,00
De 4000 Kg/Ha en adelante	237	62%	4.500,00	18.000,00	216.000,00	2.160,00
Total	382	100%	10.500,00	42.000,00	504.000,00	5.040,00

Realizado por: Freire M., 2023.

5.1.4.2 Oferta proyectada

Las previsiones de oferta de maracuyá de 2023 a 2028 muestran la tendencia de crecimiento de la producción (quintales y kilogramos) en función de diferentes tasas de crecimiento anual. Estas perspectivas optimistas apuntan a un aumento gradual de la productividad y, por tanto, de la disponibilidad de maracuyá debido a factores como la mejora de los métodos de cultivo, la introducción de tecnologías agrícolas avanzadas y las condiciones climáticas favorables

Tabla 5-7: Oferta Proyectada

Años	Co	(1+i)^n	Proyección en Kg	Proyección en QQ (1QQ=100Kg)
Año 0			504.000,00	5.040,00
Año 1	504.000,00	1,02	515.592,00	5.155,92
Año 2	504.000,00	1,05	527.450,62	5.274,51

Año 3	504.000,00	1,07	539.581,98	5.395,82
Año 4	504.000,00	1,10	551.992,37	5.519,92
Año 5	504.000,00	1,12	564.688,19	5.646,88

Realizado por: Freire M., 2023.

5.1.5 *Demanda Insatisfecha*

5.1.5.1 *En Quintales y Kilogramo*

Esta situación crea importantes desafíos para los productores de maracuyá, pero también oportunidades. Por un lado, enfrentan el desafío de aumentar la producción para satisfacer la creciente demanda, lo que significa no sólo ampliar las áreas de cultivo, sino también mejorar las técnicas de cultivo e intentar introducir innovaciones que puedan aumentar los rendimientos. Por otro lado, esta situación supone una clara oportunidad de inversión para el sector, donde las inversiones en infraestructuras, investigación y desarrollo y la introducción de métodos agrícolas más sostenibles se están convirtiendo en estrategias clave para cerrar la brecha entre oferta y demanda.

Además, para satisfacer eficazmente la demanda insatisfecha, es muy importante desarrollar estrategias de mercado destinadas no sólo a aumentar los niveles de producción, sino también a optimizar las cadenas de suministro y mejorar el acceso a los mercados para los productores. Esto es particularmente importante en regiones con alto potencial de crecimiento, donde una mejor infraestructura y condiciones de mercado pueden facilitar en gran medida el acceso de los consumidores y ayudar a satisfacer la demanda reprimida.

DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES= DEMANDA – OFERTA

(Año 1) DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES= 18.855,94 – 5.155,92=
13.700,02

(Año 2) DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES= 19.289,62 – 5.274,51=
14.015,12

(Año 3) DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES= 19.733,28 – 5.395,82=
14.337,46

(Año 4) DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES= 20.187,15 – 5.519,92=
14.667,23

(Año 5) DEMANDA INSATISFECHA EN QUINTALES= 20.651,45 – 5.646,88=
15.004,57

Tabla 5-8: Demanda Insatisfecha en Quintales

CANTIDAD (Quintales)	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Demanda Proyectada	18.855,94	19.289,62	19.733,28	20.187,15	20.651,45
Oferta Proyectada	5.155,92	5.274,51	5.395,82	5.519,92	5.646,88
Demanda Insatisfecha	13.700,02	14.015,12	14.337,46	14.667,23	15.004,57

Realizado por: Freire M., 2023.

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA EN KILOGRAMOS} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

$$(\text{Año 1}) \text{ DEMANDA INSATISFECHA EN KILOGRAMOS} = 82.977.741,28 - 80.456.904,00 = 2.520.837,28$$

5.1.5.2 En Kilogramo

Tabla 5-9: Demanda Insatisfecha en Kilogramo

CANTIDAD (Kilogramos)	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Demanda Proyectada	1.885.593,60	1.928.962,25	1.973.328,38	2.018.714,94	2.065.145,38
Oferta Proyectada	515.592,00	527.450,62	539.581,98	551.992,37	564.688,19
Demanda Insatisfecha	1.370.001,60	1.401.511,64	1.433.746,40	1.466.722,57	1.500.457,19

Realizado por: Freire M., 2023.

5.1.6 Distribución

La distribución del maracuyá en el centro de acopio generalmente sigue un proceso que involucra varias etapas, desde la cosecha hasta llegar al consumidor final, en donde este método o medio es utilizado para que el producto llegue a manos de los comerciantes, lo cual en la actualidad los productores se han visto perjudicados porque no tienen una distribución directa con los comerciantes, ya que el canal que más se ha utilizado es los intermediarios, es por ello que no obtienen una buena ganancia de su producción.

Por tal razón el producto del centro de acopio “Citrymar” será de manera directa con los comerciantes del cantón Quinindé que se dedican a comercialización de este producto a los consumidores, además también se les entregará a los negocios que se dedican al servicio de venta de jugo, mermelada, comida entre otros en el cantón Quinindé.

La distribución que se utilizará en el centro de acopio “Citrymar” es el que se muestra a continuación.



Ilustración 5-3: Distribución del maracuyá

Realizado por: Freire M., 2023.

5.2 Estudio Técnico

Dentro del estudio técnico examinaremos la determinación de la ubicación, el sector apropiado, la evaluación de los balances necesarios para la contratación de personal, la infraestructura física y la adquisición de maquinarias, con el fin de llevar a cabo la instalación del centro de acopio de maracuyá.

5.2.1 *Tamaño del proyecto*

Para establecer cuál será el tamaño de la microempresa se determinó la dimensión de productividad con la que contará el centro de acopio “Citrymar” en su tiempo de funcionamiento, la infraestructura dependerá del tamaño y capacidad de producción, así también se pretende cubrir la demanda insatisfecha existente en el mercado. Este ítem se refiere a la capacidad instalada que va a tener el centro de acopio “Citrymar” para almacenar el maracuyá diariamente. El centro de acopio tendrá un espacio físico 360^2 , el cual se podrá almacenar 15.000 kg.

5.2.2 *Localización del proyecto*

Para determinar la localización del centro de acopio “Citrymar” se realizó con el propósito de elegir el sitio idóneo para el correcto funcionamiento del centro de acopio, se tomaron en consideración aspectos importantes para la operatividad como son: vías de comunicación, acceso a servicios públicos como electricidad y agua, cercanía al cliente, mano de obra disponible, disponibilidad del producto, factores ambientales y el costo de edificación, con el anhelo de brindar un ambiente confortable para el agricultor, para lo cual se consideró el cantón Quinindé a lado de la vía que conduce a Esmeraldas, ya que así podrán tener una entrega inmediata de la producción de maracuyá.

5.2.3 Macro localización

En centro de acopio estará ubicado en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Quinindé.



Ilustración 5-4: Macro localización del Cantón Quinindé

5.2.4 Micro localización

El centro de acopio estará ubicado en un terreno comprado en el cantón Quinindé, lo cual se escogió este lugar debido a la cercanía de los cultivos de maracuyá, ya que los productores salen por esta vía y la cercanía a la industria y comerciantes de maracuyá en donde se pretende entregar la fruta, lo que nos ahorraría un porcentaje importante en el flete del transporte, además se tomó en consideración los resultados de las encuestas.



Ilustración 5-5: Micro localización del centro de acopio

5.2.4.1 Ingeniería del proyecto

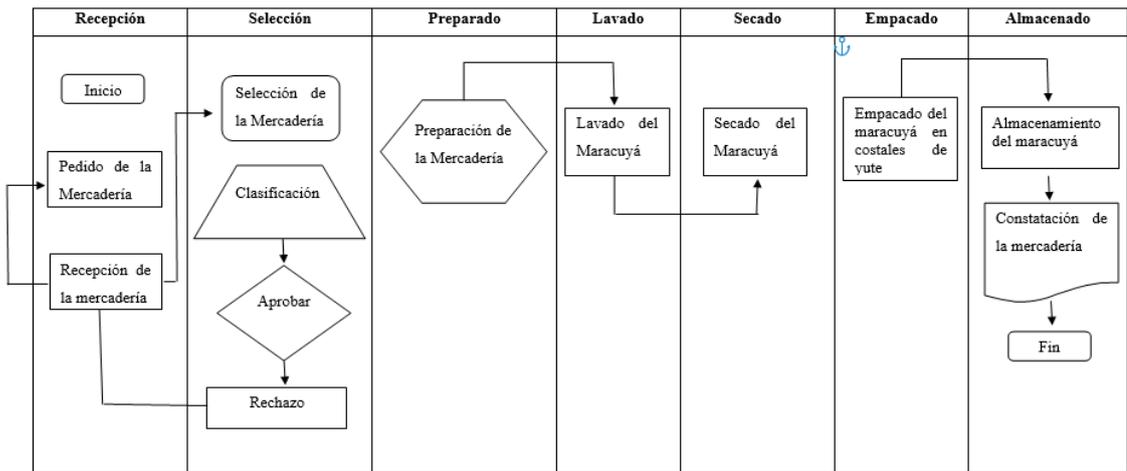
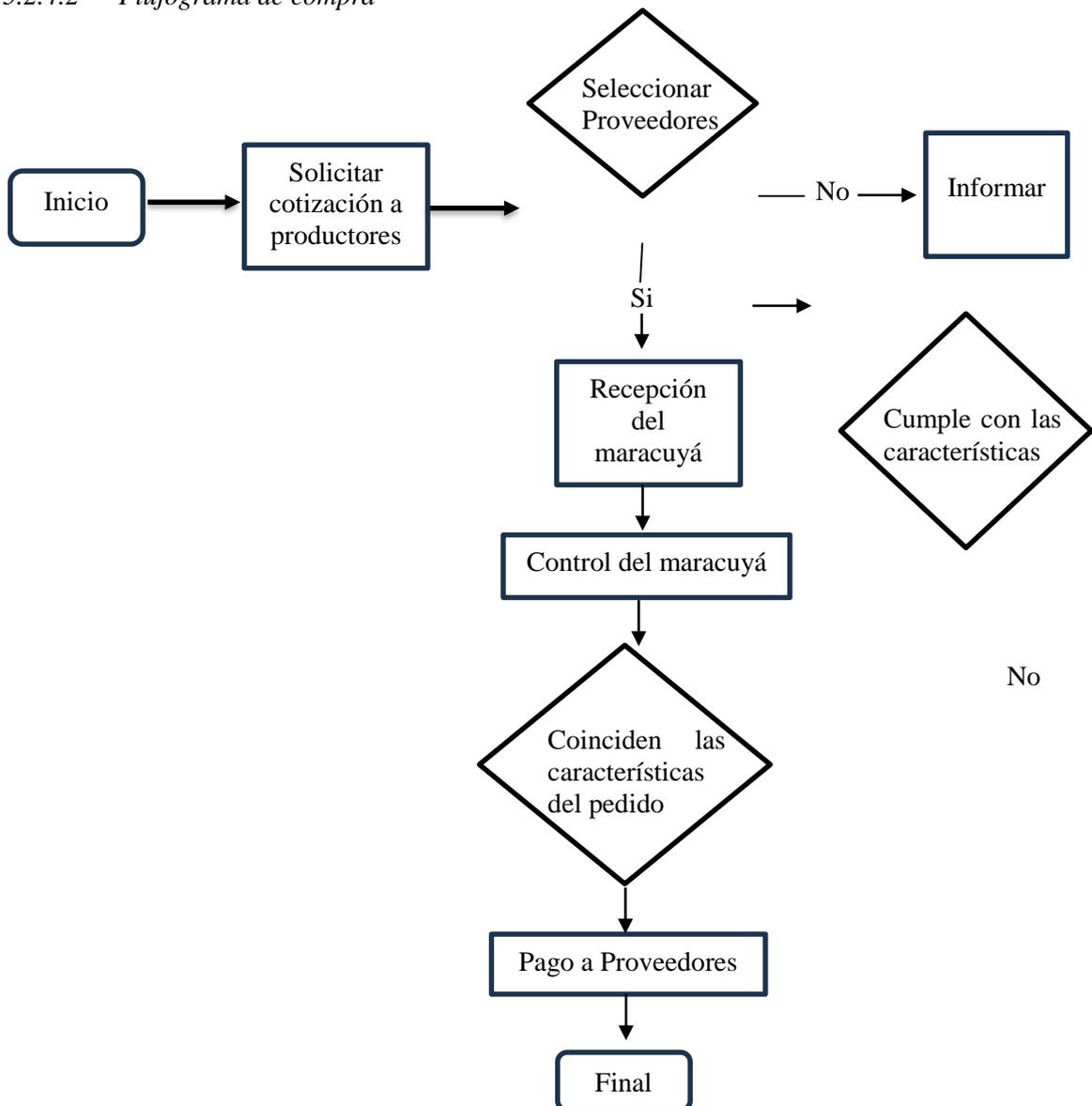


Ilustración 5-6: Flujograma del proceso interno del centro de acopio

Realizado por: Freire M., 2023

5.2.4.2 *Flujograma de compra*



5.2.4.3 Inversión Fija

La inversión fija estará compuesta por los activos-tangibles con los que constará la microempresa, ya que los mismos tendrán un valor representativo al momento de adquirirlos, además su vida útil sobrepasa el de un año.

5.2.4.4 Diseño de la infraestructura física

A continuación, se detallará como estará distribuido la planta del centro de acopio de maracuyá. El centro de acopio tendrá un diseño y una construcción de 373m², lo cuales estarán distribuidos en las áreas que tendrá la microempresa, para que exista un mejor proceso de comercialización contará con una estructura de una planta, la lo cual nos va a permitir tener un excelente proceso de compra y venta de maracuyá.

El centro de acopio tendrá una distribución equitativa acorde a las actividades que se van a desarrollar en cada una de las áreas, lo cual permitirá tener mejores resultados por parte de los colaboradores. El centro de acopio se encontrará distribuida de la siguiente manera:

Tabla 5-10: Infraestructura Física

INFRAESTRUCTURA FÍSICA			
Detalle	N° de Unidades	Dimensiones	Área cuadrada
Área de carga	1	9.28*9.28m	96.24m ²
Área de descarga	1	6.50*3.02m	29.63m ²
Área administrativa	1	8.86*2.90m	45.69m ²
Área de almacenamiento	1	1.98*8.78m	67.40m ²
Área de lavado y clasificado	1	1.87*8.78m	36.42m ²
Área empaquetado	1	4.78*8.78m	41.97m ²
Servicios Sanitarios /Vestidores	1	2.99*2.90m	15.67m ²
Garaje	1	8.79*3.22m	40,02m ²
Total, de áreas de la plata	8		373m²

Realizado por: Freire M., 2023.

5.3 Estudio Legal

Dentro del estudio legal y administrativo se determinan varios aspectos legales importantes que se deberán realizar para poner en marcha la creación del centro de acopio, al pertenecer al territorio ecuatoriano se deberá seguir las leyes que establece el país para el funcionamiento de este centro de acopio.

Los pasos por seguir son los siguientes:

- ✓ Se deberá seleccionar el tipo de personalidad natural
- ✓ Constituir la microempresa
- ✓ Usar patentes
- ✓ Registrarse por las leyes tributarias
- ✓ Obtener permiso de funcionamiento
- ✓ Realizar las contrataciones de una forma adecuada y legal

5.3.1 Ubicación

El centro de acopio estará ubicado en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, este se encargará de la compra y venta de maracuyá con el fin de mejorar la calidad económica de los agricultores y de sus familias, la producción se venderá a los comerciantes de este cantón, a los centros comerciales de víveres y a lugares que ofrezcan servicios de bebidas.

5.3.2 Base legal

Los permisos necesarios para la creación de un centro de acopio de maracuyá en el sector costero del Ecuador son:

1. Requisito para la otorgación del certificado de uso de suelo:

Comprar tasa administración ventanilla llenarla y adjuntar:

- a) Certificado de no adeudar al municipio
- b) Copia de cédula y certificado de votación.
- c) Copia de certificado de bombero entregar en secretaria de alcaldía con copia para su recibido.

2. Ruc Personas Natural:

Entregar los siguientes documentos al Servicio de Renta Internas:

- a) Escrituras de constitución.
- b) Nombramiento de Representante legal o agente de retención.
- c) Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal o agente de retención.
- d) Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del
- e) Representante Legal o Agente de retención.
- f) Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del dominio fiscal a
- g) nombre del sujeto pasivo.

3. Patente Municipal

Para la Patente Municipal los requisitos son los siguientes:

- a) Copia de la cedula vigente.
- b) Copia del certificado de votación.
- c) Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- d) Nombramiento del Gerente o del Representante Legal.

4. Certificado de Salud

Para obtener el permiso de Funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública se expone a continuación:

- a) Copia del registro único de contribuyentes
- b) Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del propietario del establecimiento.
- c) Permiso del cuerpo de bomberos.
- d) Copia de certificados de salud conferidos por los Centros de Salud del MSP.
- e) Pago de tasa

5. Permiso de Bomberos

- a) Solicitud de inspección.
- b) Informe de la inspección
- c) Copia del RUC.
- d) Copia de la cedula.
- e) Copia de la patente municipal.

6. Requisitos para obtener certificado de funcionamiento

Solicite inspección de establecimiento comercial, según sea el maracuyá:

- a) Primera vez
- b) Renovación
- c) Cambio de propietario
- d) Cambio de razón social
- e) Traslado del establecimiento
- f) Copia de certificado del funcionamiento del año anterior
- g) Original de copia de cedula del propietario o del representante legal
- h) Copia de RUC
- i) Original y copia de junta nacional de artesanos
- j) Presentar informe de inspección
- k) Original y copia de compra o de recarga de extintor (es) y otros.

5.4 Estudio Organizacional

5.4.1 Planificación Estratégica

5.4.1.1 Nombre

El nombre nace en base al producto “Citrymar:

- ✓ Citry: Por lo que el maracuyá es una fruta cítrica.
- ✓ Mar: En base al producto como el maracuyá.

Se pensó en este nombre ya que en una visión a futuro se buscaría continuar con la atracción de muchos más productores de maracuyá de los cantones o parroquias aledañas que deseen conocer, entregar este producto y también comercializar a los consumidores.

5.4.1.2 Logotipo de la Empresa

El logotipo nace del mismo nombre del producto demostrando confiabilidad a los productores y comerciantes de maracuyá.



Ilustración 5-7: Logotipo

Realizado por: Freire M., 2023

5.4.1.3 *Misión*

Somos una empresa comercializadora de maracuyá “Citrymar” que protege al productor; ofreciéndoles precios reales al día, con el fin de mejorar sus ingresos y conocimientos de su producto, generando riqueza con equidad social, pero sobre todo con profundo respeto ambiental. Porque un pueblo bien alimentado es más sano y es más productivo, más feliz.

5.4.1.4 *Visión*

Ser en el 2028 una empresa líder reconocida a nivel nacional e internacional por incentivar la comercialización justa de maracuyá, entregar productos y servicios de la más alta calidad a través de la mejora continua, la innovación de procesos y la conservación del medio ambiente y a su vez estimular la producción de nuevos agricultores, con un desarrollo económico constante, generando nuevas plazas de empleo y contribuyendo al crecimiento económico del Cantón Quinindé.

5.4.1.5 *Valores empresariales*

- ✓ **Respeto:** En el centro de acopio siempre predominará el respeto creando un ambiente laboral de cordialidad y seguridad, aceptando tanto virtudes como las ciertas limitaciones que cada uno de los trabajadores, empleados y clientes posea.
- ✓ **Responsabilidad:** Tanto el gerente como la persona encargada de recibir y entregar el producto mantendrán un cumplimiento en sus horarios y con el tiempo establecido en la empresa.

- ✓ **Ética:** Todos los actos y decisiones tanto administrativas como sociales están enfocadas en hacer lo mejor para la sociedad
- ✓ **Puntualidad:** La institución deberá ser puntual tanto para el pago a los proveedores como para la entrega del producto en el tiempo y espacio requerido, mostrando así el respeto con nuestros colaboradores internos y externos.
- ✓ **Excelencia:** El centro de acopio “Citrymar” desarrolla nuevos procesos para brindar productos de alta calidad, trabajando continuamente para lograr la excelencia.
- ✓ **Honestidad:** La institución deberá anteponer la sinceridad caracterizándonos como una entidad confiable y segura para nuestros clientes en nuestro centro de acopio.
- ✓ **Compromiso:** La institución tomará con madurez la toma de decisiones y se hará responsable de los compromisos y obligaciones adquiridas tanto con los productores que entreguen el producto como con los clientes que adquieran el producto.

5.4.1.6 Políticas

- ✓ El centro de acopio “Citrymar” pagara la compra del producto realizada en el tiempo y espacio por ambas partes.
- ✓ Los productores deberán entregar la fruta en buen estado, sin golpes, cortes o signo de enfermedad o plaga.
- ✓ El centro de acopio adquirirá productos garantizados por los productores de maracuyá con el compromiso de entregar un producto de calidad y calidez.
- ✓ Esta microempresa promoverá el desarrollo sostenible y social de la cadena productiva de maracuyá.
- ✓ El centro de acopio tendrá estándares de calidad para el maracuyá aceptada en la microempresa, incluyendo requisitos de tamaño y madurez.
- ✓ El personal de la microempresa trabajará con respeto y bajo los principios éticos establecidos dentro de la empresa.
- ✓ El centro de acopio pagará el precio justo por el producto entregados por los agricultores.
- ✓ Garantizar el cumplimiento legal en las operaciones de la empresa relacionada con la compra y venta del maracuyá.

5.4.1.7 Reglamentos

Los reglamentos del centro de acopio deberán ser respetados y acatados por todos los colaboradores de la microempresa ya sean internos o externos, en caso de no cumplirse se tomará las debidas sanciones del caso.

- ✓ El personal del centro de acopio tendrá un horario establecido el cual consiste que la hora de entrada será a las 8:00 am a 13:00 pm con un receso de 1 hora para la comida y el regreso a las actividades laborales será de 14:00 pm a 17:00 pm.
- ✓ Los colaboradores deberán laborar 5 días en la semana y descansar 2 días los cuales se determinará detalladamente en su contrato al momento de realizar la contratación.
- ✓ Los trabajadores deberán mantenerse en sus puestos de trabajo mientras dure su jornada laboral no se permite que los puestos de trabajo se encuentren abandonados.
- ✓ Los trabajadores del centro de acopio deberán clasificar la fruta según la calidad, tamaño y madurez y etiquetar correctamente para su comercialización.
- ✓ Los trabajadores deberán usar el uniforme y los equipos de protección personal adecuados para manipular la fruta, como guantes, botas, gorros y mascarillas.
- ✓ En caso de existir algún accidente laboral el desafortunado tendrá que presentar las pruebas correspondientes a su caso, para ser analizadas y otorgar la debida indemnización.
- ✓ Los salarios de los colaboradores se pactarán antes de firmar el contrato.
- ✓ En caso de inasistencia a la jornada laboral el trabajador deberá presentar su justificación si existiere caso contrario se le descontará el día laboral en el que se cometió la falta.

5.4.2 Matriz FODA

Tabla 5-11: Matriz FODA

01	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	02
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicado cerca de la carretera, lugar estratégico para la entrega inmediata del producto. ✓ Personal capacitado a cargo del centro de acopio. ✓ Infraestructura ✓ Producción de calidad y sin fertilizantes. 			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación tecnológica ✓ Mano de obra especializada en el sector. ✓ Excelentes vías de acceso. ✓ Tierra fértil y productiva 	
04	DEBILIDADES	FODA	AMENAZAS	03
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inversión mayor para la creación del centro de acopio. ✓ Influencia de los proveedores. ✓ Competencia agresiva. ✓ Bajo nivel de innovación y adaptación a las tendencias y demanda del mercado. 			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad en los precios. ✓ Pandemia y Desastres naturales ✓ La competencia de otros intermediarios que ofrecen mejores precios o condiciones a los productos. ✓ Inestabilidad del clima que puede afectar la calidad y cantidad de la cosecha de maracuyá. 	

Realizado por: Freire M., 2023

5.4.3 Analisis CAME

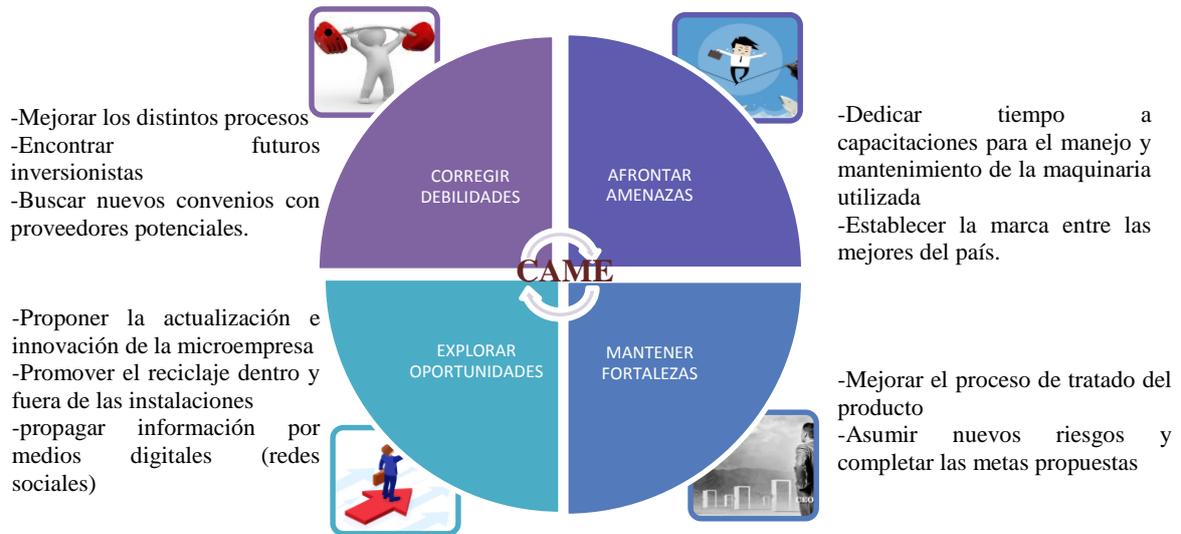


Ilustración 5-8: Análisis CAME

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.3 Estructura

El centro de acopio de maracuyá, según el tamaño de las empresas se encuentra como una microempresa, ya que contara con siete colaboradores que estarán distribuidos en las diferentes áreas de la institución.

5.4.3.1 Organigrama Estructural

Es importante contar con un organigrama estructural dentro de la microempresa, ya que cada colaborador de esta institución se encontrarán divididos en departamentos, además también conocerá las funciones que desempeñará en su puesto de trabajo.

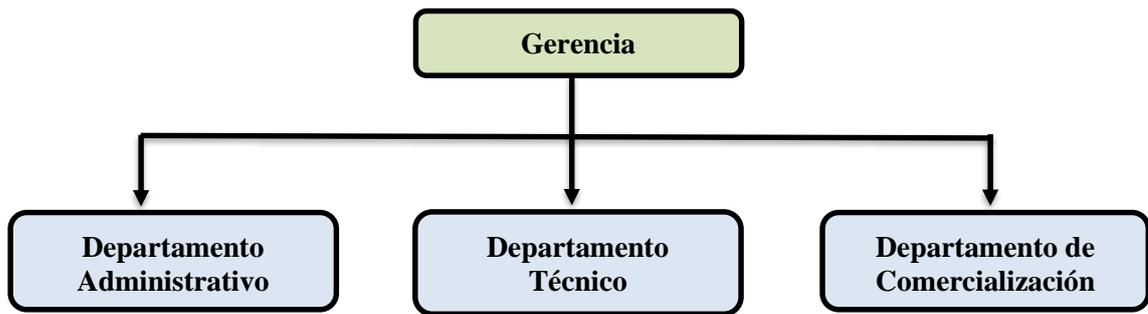


Ilustración 5-9: Organigrama Estructural

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.3.2 Organigrama Funcional

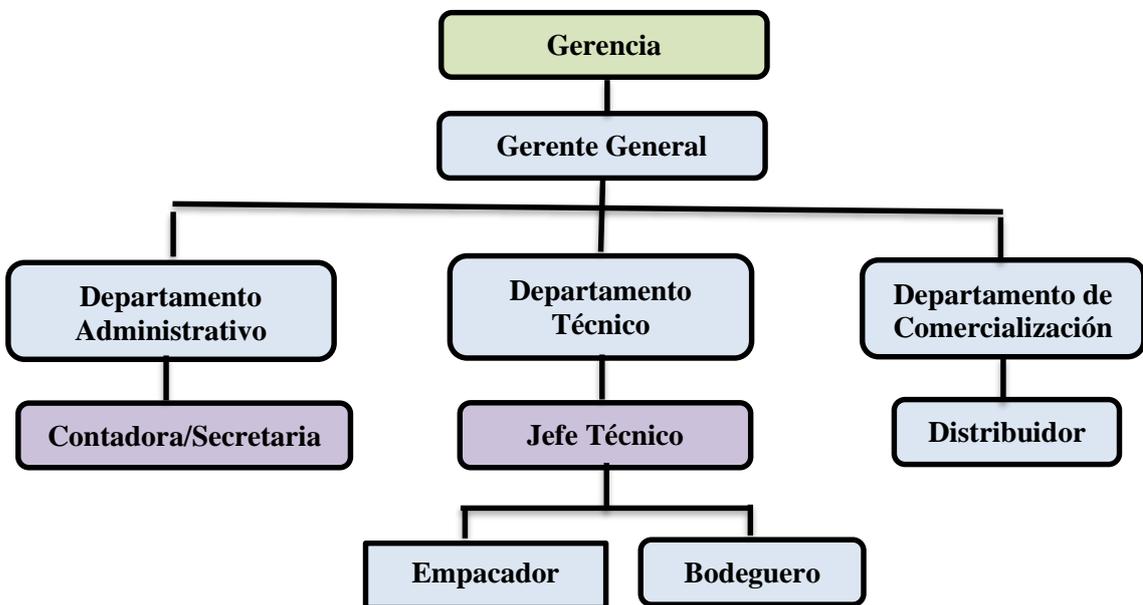


Ilustración 5-10: Organigrama Funcional

Realizado por: Freire M., 2023.

En este ítem se detallará los perfiles de trabajo que tendrán cada uno de los integrantes que conformarán la microempresa.

5.4.4.1 Perfil del Gerente General

Tabla 5-12: Gerente General


<p>Nombre del Cargo: Gerente General</p> <p>Naturaleza del cargo: Administración</p> <p>Lugar habitual de trabajo: Oficina</p>
<p>Perfil del puesto: El gerente será el encargado de gestionar y dirigir la microempresa, además de hacer frente a las responsabilidades que se contraigan ya sean con los clientes y proveedores, estará encargado de los demás departamentos y tendrá a su cargo el buen funcionamiento del centro de acopio.</p>
<p>REQUERIMIENTO DEL PERSONAL</p> <p>Perfil de la persona</p> <p>Experiencia mínima: 2 años en puestos similares</p> <p>Edad: 25 a 50 años</p> <p>Género: Masculino/Femenino</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Ejercer la responsabilidad de la microempresa.✓ Dirigir la empresa, y tomar las decisiones adecuadas en esta institución.✓ Garantizar en cumplimiento de los reglamentos, las políticas y las normas internas y seguir lo establecido por las entidades de regulación.✓ Coordinar y controlar la ejecución de procesos que tengan el centro de acopio.✓ Garantizar el manejo de los recursos adecuados. <p>Habilidades</p> <p>Idioma: Ingles</p> <p>Título: Licenciado en Finanzas</p> <p>Estudios complementarios: Administración, Contabilidad</p> <p>Cualidades</p> <p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Honesto</p> <p>Excelente comunicación</p> <p>Innovador</p>

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.4.2 Perfil del Contador/Secretaria

Tabla 5-13: Contador/Secretaria


Nombre del Cargo: Contador / Secretaria
Naturaleza del cargo: Administración
Lugar habitual de trabajo: Oficina
Perfil del puesto: Sera la persona encargada de llevar la contabilidad, y desempeñará el puesto de secretaria, lo cual deberá ser una persona con ética y llena de principios para llevar este cargo en el departamento administrativo y así poder mantener la información en confidencialidad.
REQUERIMIENTO DEL PERSONAL
Perfil de la persona
Experiencia mínima: 1 años en puestos similares
Edad: 25 a 40 años
Género: Masculino/Femenino
Funciones
<ul style="list-style-type: none">✓ Tener al día los libros contables de la microempresa.✓ Se encargará de realizar las facturas o enviar los documentos financieros al correo electrónico del cliente.✓ Deberán estar informado sobre las directrices y leyes que regulan la preservación de los documentos fiscales.✓ Atender de manera ágil las llamadas telefónicas y llevar el control de compras y ventas al día.✓ Mantener eficientemente toda la información que sea importante para el desarrollo del trabajo en la microempresa.
Habilidades
Título: Licenciado en contabilidad o en Administración de Empresas
Estudios complementarios: En programas de Microsoft Office, Finanzas, Conocimiento en contabilidad tributaria y Computación.
Cualidades

<p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Ética</p> <p>Excelente comunicación</p> <p>Innovador</p>

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.4.3 Perfil del Jefe técnico

Tabla 5-14: Perfil del Jefe técnico


<p>Nombre del Cargo: Jefe técnico</p> <p>Naturaleza del cargo: Área Técnica</p> <p>Lugar habitual de trabajo: Oficina</p>
<p>Perfil del puesto: El jefe técnico deberá ser un buen líder en su departamento y el encargado de vigilar la comercialización que efectúa la empresa, y supervisar el eficiente trabajo del personal a su cargo, para el cumplimiento de las metas y objetivos.</p>
<p>REQUERIMIENTO DEL PERSONAL</p> <p>Perfil de la persona</p> <p>Experiencia mínima: 2 años en puestos similares</p> <p>Edad: 25 a 40 años</p> <p>Sexo: Masculino/Femenino</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprobar el plan de trabajo y los programas asociados a su área. ✓ Dirigir el funcionamiento correcto de su área y gestionar el plan de trabajo para el cumplimiento de objetivos. ✓ Dirigir a su equipo de trabajo ✓ Llevar a cabo estrategias adecuadas para el correcto desarrollo de su área. ✓ Garantizar el cumplimiento de los reglamentos y las normativas de la empresa. <p>Habilidades</p> <p>Idioma: Ingles</p>

<p>Título: Profesional con título de tercer nivel</p> <p>Estudios complementarios: En programas de Microsoft Office y en Administración de Empresas.</p> <p>Cualidades</p> <p>Respeto</p> <p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Ética</p> <p>Dispuesto a trabajar en equipo</p>

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.4.4 Perfil del Empacador

Tabla 5-15: Empaquetador


<p>Nombre del Cargo: Empaquetador</p> <p>Naturaleza del cargo: Producción</p> <p>Lugar habitual de trabajo: En el departamento de empaquetado</p>
<p>Perfil del puesto: Tendrá a su cargo la responsabilidad de entregar un excelente producto hacia los clientes.</p>
<p>REQUERIMIENTO DEL PERSONAL</p> <p>Perfil de la persona</p> <p>Experiencia mínima: Sin experiencia</p> <p>Edad: 25 a 45 años</p> <p>Sexo: Masculino/Femenino</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar los pedidos de forma eficiente y eficaz, siguiendo los procedimientos de la empresa. ✓ Manipular las cargas con la carretilla elevadora. ✓ Responsable del área operativa ✓ Mantener un control adecuado para que el maracuyá se mantenga fresco. ✓ Mantener siempre el área de producción limpia.

<p>Habilidades</p> <p>Título: Bachiller Técnico</p> <p>Conocimiento: Tener conocimiento del empaquetado de productos agrícolas.</p> <p>Cualidades</p> <p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Dispuesto a trabajar en equipo</p>

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.4.5 Perfil del Personal de bodega

Tabla 5-16: Bodeguero


<p>Nombre del Cargo: Bodeguero</p> <p>Naturaleza del cargo: Custodiar la mercadería</p> <p>Lugar habitual de trabajo: Interior y exterior de la bodega</p>
<p>Perfil del puesto: Deberá decepcionar, chequear, registrar y mover la mercadería hacia la bodega, llevar un registro de las salidas y entradas de mercadería en la bodega.</p>
<p>REQUERIMIENTO DEL PERSONAL</p> <p>Perfil de la persona</p> <p>Experiencia mínima: 2 años en puestos similares</p> <p>Edad: 25 a 40 años</p> <p>Sexo: Masculino/Femenino</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Velar por el adecuado manejo, almacenamiento y conservación del maracuyá. ✓ Llevar un control de los productos entregados y comprados. ✓ Manejar y controlar el inventario de la bodega. ✓ Tener conocimiento sobre los tipos de movimiento, para realizar correctamente el documento del inventario. ✓ Organizar el movimiento interior del producto en la bodega. <p>Habilidades</p> <p>Título: Bachiller Técnico</p>

<p>Estudios complementarios: Contabilidad y Comercialización</p> <p>Cualidades</p> <p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Ética</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Dispuesto a trabajar en equipo</p>
--

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.4.6 Perfil del Vendedor y Distribuidor

Tabla 5-17: Vendedor y Distribuidor


<p>Nombre del Cargo: Vendedor y Distribuidor</p> <p>Naturaleza del cargo: Comercialización</p> <p>Lugar habitual de trabajo: Dentro y Fuera de la Organización</p>
<p>Perfil del puesto: Tanto el vendedor como el distribuidor deberán ser responsable en su rea de trabajo, y entregar a tiempo las ventas.</p>
<p>REQUERIMIENTO DEL PERSONAL</p> <p>Perfil de la persona</p> <p>Experiencia mínima: 1 años en puestos similares</p> <p>Edad: 25 a 40 años</p> <p>Sexo: Masculino/Femenino</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Relacionarse con los clientes. ✓ Administrar el área de comercialización. ✓ Entregar la mercadería a la hora y fecha seleccionada por el cliente. ✓ Acatar los procesos de venta del producto. ✓ Llevar un registro de las ventas. <p>Habilidades</p> <p>Idioma: Bachiller Técnico</p>

Estudios complementarios: Atención al cliente y Contabilidad.

Cualidades

Puntualidad

Responsabilidad

Persistencia

Optimista

Honesto

Innovador

Dispuesto a trabajar en equipo

Realizado por: Freire M., 2023.

5.4.5 Marketing Mix

El marketing mix, también conocido como variables importantes de la “4P” (Producto, Precio, Plaza y Promoción), es fundamental para el éxito del centro de acopio ya que nos permitirá promocionar nuestra empresa hacia los diferentes productores de maracuyá y así poder destacar en un mercado altamente competitivo, tomar decisiones basadas en datos para mejorar la producción del maracuyá, en donde los productores podrán tener un precio adecuado por su producto



Canales de distribución: Hace referencia al lugar en donde se a ofrecer el servicio ya que es de forma directa con el cliente, como mercados locales, restaurant, y venta directa con los comerciantes.

Ilustración 5-11: Marketing Mix
Realizado por: Freire M., 2023.

5.5 Estudio Económico-Financiero

5.5.1 Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto es el presupuesto técnico donde se requerirá de: capital de trabajo, el cual representa el 82,57%, seguido de activos fijos con el 13,35% y los activos diferidos con el 4,07% conformado de una inversión inicial de \$112.990,27.

Tabla 5-18: Inversión Inicial

Descripción	Valor	Porcentaje
Capital de Trabajo		
Materia prima directa	\$ 39.862,00	
Mano de obra directa	\$ 14.571,10	
Costos indirectos de producción	\$ 3.877,48	
Mano de obra indirecta	\$ 6.902,10	
Depreciación	\$ 2.793,73	
Amortización	\$ 200,50	
Servicios básicos	\$ 1.500,96	
Gastos administrativos	\$ 15.031,35	
Gastos de ventas	\$ 7.769,00	
Otros gastos	\$ 790,00	
Total de capital operacional	\$ 93.298,22	82,57%
Activos fijos		
Maquinaria y equipos	\$ 2.406,30	
Vehículo	\$ 10.000,00	
Muebles y Enseres	\$ 852,00	
Equipo de oficina	\$ 247,00	
Equipo de Computo	\$ 1.074,00	
Suministros de oficina	\$ 510,25	
Total de activos fijos	\$ 15.089,55	13,35%
Activo diferido		
Arriendo de local	\$ 3.600,00	
Gastos de constitución	\$ 390,00	
Gastos de organización	\$ 40,00	
Gastos de instalación	\$ 572,50	
Total de activo diferido	\$ 4.602,50	4,07%
Total Inversión	\$ 112.990,27	100,00%

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.2 Inversión de Activos Fijos

Esta inversión es necesaria para la creación del centro de acopio ya que tendrá un correcto funcionamiento y podrá brindar un servicio de calidad, el total de inversión de activos fijos es de \$ 15.089,55, los cuales se desglosan en la siguiente tabla con los montos respectivos.

Tabla 5-19: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipos	\$ 2.406,30
Vehículo	\$ 10.000,00
Muebles de oficina	\$ 852,00
Equipo de oficina	\$ 247,00
Equipo de Computo	\$ 1.074,00
Suministros de oficina	\$ 510,25
Total de activos fijos	\$15.089,55

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.3 Maquinaria y Equipos

Estas maquinaria y equipos serán necesarias para el centro de acopio, lo cual tiene una inversión de \$ 2.406,30

Tabla 5-20: Maquinaria y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesas de acero inoxidable	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Gavetas plásticas	200	\$ 5,00	\$ 1.000,00
Pallets de madera	50	\$ 4,25	\$ 212,50
Balanza electrónica de báscula	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Cosedora	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Manguera con aspersor plástico	4	\$ 17,20	\$ 68,80
Carretilla hidráulica	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Extintores Contra Incendio CO2	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Total	262	\$ 831,45	\$2.406,30

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.4 Vehículo

El vehículo se utilizará para la entrega del producto ya sea a los comerciantes del cantón o a los clientes de las diferentes ciudades a las que se comercializara, además también se ofrecerá a los restaurantes y servicios de comida que pidan nuestro servicio, el vehículo va a hacer comprado para la entrega del producto debido a que debemos de entregar un servicio de comercialización de calidad a los comerciantes.

Tabla 5-21: Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión Hino	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Total		\$ 10.000,00	\$ 10.000,00

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.5 Muebles de oficina**Tabla 5-22:** Muebles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios de oficina	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Silla Ejecutiva	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Sillas de espera de 3 puestos	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Archivadores de oficina	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Basurero	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Total	11	\$ 424,00	\$ 852,00

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.6 Equipo de oficina**Tabla 5-23:** Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Máquina Registradora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfonos	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Dispensador de agua	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Total	7	\$ 197,00	\$ 247,00

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.7 Equipo de computo**Tabla 5-24:** Equipo de computo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Laptop HP	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Mouse	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Computadora de Mesa	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Impresora EPSON	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL	5	\$ 1.062,00	\$ 1.074,00

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.8 Materiales y suministros de oficina

Tabla 5-25: Materiales y suministro de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Área de comercialización			
Botas de caucho (Pares)	5	\$ 12,50	\$ 62,50
Tanque de agua 1000 lts	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Escobas	5	\$ 1,50	\$ 7,50
Palas de plástico	5	\$ 1,25	\$ 6,25
Área de ventas			
Área administrativa y ventas			
Esferos	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Resma de papel bond	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Archivador	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Grapadoras	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Perforadoras	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Marcadores	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Resaltador	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Cuaderno	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Carpetas	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Total	41		\$ 510,25

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.9 *Inversión de activos diferidos*

Por otra parte, para la inversión en activos diferidos se cuenta con el e arriendo del local en donde se llevará a cabo el funcionamiento del centro de acopio, gastos de constitución, gastos de organización, y gastos de instalación conformando un total de \$ 4.602,50 desglosado en la siguiente tabla.

Tabla 5-26: Inversión de activos fijos

Descripción	Valor Total
Arriendo de local	\$ 3.600,00
Gastos de constitución	\$ 390,00
Gastos de organización	\$ 40,00
Gastos de instalación	\$ 572,50
Total de activos fijos	\$4.602,50

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.10 *Gastos*

5.5.10.1 *Gastos de Constitución*

Tabla 5-27: Gastos de constitución

Descripción	Valor Total
Notaría	\$ 20,00
Abogados	\$ 50,00
Registro sanitario	\$ 200,00
Patente municipal	\$ 50,00
Permisos de Bomberos	\$ 30,00
Trámites SRI	\$ 10,00
Registro de marca	\$ 50,00
Total	\$ 410,00

Realizado por: Freire M., 2023.

*5.5.10.2 Gastos de Organización***Tabla 5-28:** Gastos de organización

Descripción	Valor Total
Proceso de selección de personal	\$ 20,00
Convocatoria	\$ 20,00
Total	\$ 40,00

Realizado por: Freire M., 2023.

*5.5.10.3 Gastos de Instalación***Tabla 5-29:** Gastos de instalación

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Total
Material de instalación de tuberías de agua	80	Metros	\$ 1,20	\$ 96,00
Material de instalación de energía	10	Rollos	\$ 40,00	\$ 400,00
Equipos de vigilancia y seguridad	3	Unidades	\$ 25,50	\$ 76,50
Total	93		\$ 76,80	\$ 572,50

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11 Capital de Trabajo

En el cuadro adjunto del capital de trabajo en el primer año fue de \$ 68.813,00 , pero en el segundo año es de \$ 72.803,05 para el tercer año es de \$ 75.689,74, en el cuarto de \$ 78.240,23 y finalmente en el quinto año sigue aumentando a \$ 81.148,72.

Tabla 5-30: Capital de trabajo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	\$ 39.862,00	\$ 42.274,70	\$ 43.247,02	\$ 44.241,70	\$ 45.236,38

Mano de obra directa	\$ 14.571,10	\$ 15.886,51	\$ 17.201,91	\$ 18.517,32	\$ 19.832,72
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 15.274,77	\$ 15.897,86	\$ 16.520,94	\$ 16.786,03	\$ 17.409,12
Total de capital de trabajo	\$69.707,87	\$ 74.059,06	\$ 76.969,87	\$ 79.545,05	\$ 82.478,22

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11.1 Materia prima directa

Tabla 5-31: Materia prima directa

Materia prima	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maracuyá	104900	Kg	\$ 0,38	\$ 39.862,00	\$ 42.274,70	\$ 43.247,02	\$ 44.241,70	\$ 45.236,38
Total				\$39.862,00	\$ 42.274,70	\$ 43.247,02	\$ 44.241,70	\$45.236,38

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11.2 Mano de obra directa

Tabla 5-32: Mano de obra directa

Cargo	Sueldo mensual	Valor anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Valor Total al año 1	Valor Total al año 2	Valor Total al año 3	Valor Total al año 4	Valor Total al año 5
Jefe técnico	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ 669,00	\$ 7.669,00	\$ 8.361,32	\$ 9.053,64	\$ 9.745,96	\$ 10.438,28
Empacador 1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 602,10	\$ 6.902,10	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Total	\$ 950,00	\$ 11.400,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ -	\$ 1.271,10	\$ 14.571,10	\$15.886,51	\$17.201,91	\$18.517,32	\$19.832,72

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11.3 Costos indirectos de producción

Dentro de los costos indirectos de producción se tomó en cuenta la producción anual como se evidencia en la producción anual de los ingresos, lo cual ese valor se divide por 30 días que tiene un mes.

Tabla 5-33: Costos indirectos de producción

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Sacos de yute	9428	Unidades	\$ 0,40	\$ 314,27	\$ 3.771,20
Etiquetas	9428	Unidades	\$ 0,01	\$ 7,86	\$ 94,28

Guantes de látex	12	Pares	\$	1,00	\$	1,00	\$	12,00
Total			\$	1,41	\$	331,38	\$	3.877,48

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11.4 Mano de obra indirecta

Tabla 5-34: Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta											
Cargo	Sueldo mensual	Valor anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Valor Total al año 1	Valor Total al año 2	Valor Total al año 3	Valor Total al año 4	Valor Total al año 5
Bodeguero	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 602,10	\$ 6.902,10	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Total	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 602,10	\$6.902,10	\$7.525,19	\$8.148,27	\$8.771,36	\$9.394,45

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11.5 Depreciación

Tabla 5-35: Depreciación en línea recta de los activos fijos

Descripción	Valor en libros	Tiempo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Maquinaria y Equipos	\$ 2.406,30	10	\$ 240,63	\$ 240,63	\$ 240,63	\$ 240,63	\$ 240,63	\$ 1.203,15
Vehículo	\$ 10.000,00	5	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 852,00	5	\$ 170,40	\$ 170,40	\$ 170,40	\$ 170,40	\$ 170,40	\$ -
Equipo de computo	\$ 1.074,00	3	\$ 358,00	\$ 358,00	\$ 358,00			\$ -
Equipo de oficina	\$ 247,00	10	\$ 24,70	\$ 24,70	\$ 24,70	\$ 24,70	\$ 24,70	\$ 123,50
Total	\$ 14.579,30		\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.435,73	\$ 2.435,73	\$ 1.326,65

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.11.6 Amortización

Tabla 5-36: Amortización

Descripción	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de organización	\$ 40,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Gastos de constitución	\$ 390,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00
Gastos de instalación	\$ 572,50	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 114,50
Total	\$ 1.002,50	\$ 200,50				

Realizado por: Freire M., 2023.

*5.5.11.7 Servicios básicos***Tabla 5-37:** Servicios básicos

Descripción	Tiempo	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total
Luz eléctrica	1 año	\$ 46,08	\$ 46,08	\$ 552,96
Agua	1 año	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Teléfono	1 año	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet	1 año	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 264,00
Total			\$ 125,08	\$ 1.500,96

Realizado por: Freire M., 2023.

*5.5.12 Estructura de gastos***Tabla 5-38:** Gastos totales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 15.031,35	\$ 15.831,99	\$ 17.142,88	\$ 18.453,78	\$ 19.764,67
Gastos del personal administrativo	\$ 14.521,10	\$ 15.831,99	\$ 17.142,88	\$ 18.453,78	\$ 19.764,67
Suministros	\$ 510,25				
Gastos de ventas	\$ 7.769,00	\$ 8.306,81	\$ 9.144,61	\$ 9.682,42	\$ 10.520,22
Gastos del personal de ventas	\$ 7.619,00	\$ 8.306,81	\$ 8.994,61	\$ 9.682,42	\$ 10.370,22
Publicidad	\$ 150,00		\$ 150,00		\$ 150,00
Otros gastos	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00
Total	\$23.590,35	\$24.928,80	\$27.077,50	\$28.926,19	\$31.074,89

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.13 Gastos administrativos

Según la tabla de honorarios del personal administrativo indicada, la tarifa total de cinco años es de \$20,7440. Esta cantidad se divide en varias categorías. El Gerente General y el Secretaria Contador reciben cada uno un salario mensual de \$500.00, lo que equivale a un salario anual de \$6,000.00 para cada puesto y un salario anual total de \$12,000.00 para ambos puestos.

Además, ambas partes recibirán una tarifa adicional por los Días Festivos XIII y XIV a un costo adicional de \$500.00 y \$450.00 por persona, respectivamente. La contribución del empleador es del 11.15%, lo que resulta en una contribución por persona de \$669.00. Por otro lado, el valor total acumulado en cinco años muestra una tendencia creciente. En el primer año, el monto total por posición es \$7619.00, pero el valor aumenta gradualmente hasta llegar a \$10.3722 por posición en el quinto año. En general, cada parte de los costes de personal administrativo tiene su propio peso. La gestión eficaz de estos gastos es esencial para el éxito financiero de una empresa. Por lo tanto, las empresas necesitan gestionar estos gastos de forma eficaz para mantener inversiones diferidas saludables.

Tabla 5-39: Gastos del personal administrativo

Cargo	Sueldo Mensual	Valor Anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15 %	Valor Total al Año 1	Valor Total al Año 2	Valor Total al Año 3	Valor Total al Año 4	Valor Total al Año 5
Gerente general	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 669,00	\$ 7.619,00	\$ 8.306,81	\$ 8.994,61	\$ 9.682,42	\$ 10.370,22
Contadora /Secretaria	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 602,10	\$ 6.902,10	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
	\$ 950,00	\$ 11.400,00	\$ 950,00	\$ 900,00	\$ -	\$ 1.271,10	\$ 14.521,10	\$ 15.831,99	\$ 17.142,88	\$ 18.453,78	\$ 19.764,67

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.14 Gastos Ventas

Según el plan de gastos del personal de ventas, los gastos totales al final del quinto año fueron de \$10,370.22. Esta cantidad se divide en varias categorías. El salario mensual del vendedor es de \$500,00, lo que equivale a un valor de producción anual de \$6000,00. Son gastos fijos en los que la empresa debe incurrir cada año. Estos son beneficios adicionales que las empresas brindan a sus empleados. El aporte patronal es del 11.15%, lo que equivale a \$669.00. Se trata de costes adicionales que las empresas deben pagar para cumplir con las obligaciones legales y fiscales.

Por otro lado, el valor total acumulado en cinco años muestra una tendencia creciente. El total del primer año es \$7,619.00 y el total del quinto año es \$10,370.22. En pocas palabras, cada componente del gasto de un vendedor tiene su propio peso. La gestión eficaz de estos gastos es esencial para el éxito financiero de una empresa. Por lo tanto, las empresas necesitan gestionar estos gastos de forma eficaz para mantener inversiones diferidas saludables.

Tabla 5-40: Gastos del personal de ventas

Carg o	Sueldo Mensual	Valor Anual	XIII	XIV	Vaca cione s	Apor te Patro nal 11,15 %	Valor Total al Año 1	Valor Total al Año 2	Valor Total al Año 3	Valor Total al Año 4	Valor Total al Año 5
Distri buido r	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 669,0 0	\$ 7.619,00	\$ 8.306, 81	\$ 8.994, 61	\$ 9.682, 42	\$ 10.370 ,22
Total	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 669,0 0	\$ 7.619,00	\$ 8.306, 81	\$ 8.994, 61	\$ 9.682, 42	\$ 10.370 ,22

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.15 Publicidad

Tabla 5-41: Publicidad

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tarjetas de presentación	1000	\$ 0,03	\$ 30,00
Publicidad en Redes Sociales	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Televisión	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Radio	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Total	1003	\$ 120,03	\$ 150,00

Realizado por: Freire M., 2023.

5.5.16 Otros Gastos

Tabla 5-42: Otros Gastos

Descripción	Cantida d	Valor Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimient o	3	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Combustible	6	\$ 40,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Imprevistos	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Total	10	\$ 390,00	\$ 790,00				

Realizado por: Freire M., 2023.

5.6 Financiamiento del proyecto

El monto total de la inversión del proyecto es de \$ 112.990,27, del cual se divide en capital propio con una inversión de \$ 37.990,27 que representa el 34% del total y, por otro lado, tenemos el capital ajeno con un monto de \$ 75.000,00 representando el 66%.

Tabla 5-43: Financiamiento total

Descripción	Valor	Porcentaje
Inversión total	\$ 112.990,27	100%
Capital propio	\$ 37.990,27	34%
Capital ajeno	\$ 75.000,00	66%
Total de la inversión		
Inversión fija	\$ 15.089,55	13%
Capital de Operativo	\$ 93.298,22	83%
Inversión diferida	\$ 4.602,50	4%
Total inversión	\$112.990,27	100%

Realizado por: Freire M., 2023.

5.6.1 Amortización del préstamo

Para el préstamo se tomó en consideración el método de amortización francés, el cual tenemos la siguiente aplicación de la siguiente ecuación para el cálculo de las cuotas:

$$a = co \frac{i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

Donde:

- a: cuota periódica constante.
- Co: capital prestado.
- i: tasa de interés efectiva correspondiente a la capitalización del préstamo.
- n: número de períodos.

El financiamiento del centro se realizara por medio del sector financiero nacional (SFN) específicamente el sector bancario privado, en donde se ha escogido al Banco BanEcuador por su preferencia de financiamiento de empresas para su posterior funcionamiento, además de tener una tasa preferencial de 10,70% para el segmento microempresarial, al cual se va a aplicar para obtener el capital inicial en su totalidad de \$ 40.000 por lo mismo la empresa ha realizado dicho préstamo a 5 años plazo, se utilizaran garantías hipotecarias otorgadas por la dueña de este centro de acopio y se va a utilizar el sistema de amortización francés que nos permitirá realizar los pagos de dicho préstamo en cuotas fijas en periodos mensuales, a continuación se presentara la tabla de amortización que se va a aplicar en base a los datos previamente descritos:

Tabla 5-44: Banco BanEcuador

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
PRESTAMO A LARGO PLAZO				
Préstamo		Banco BanEcuador		
Monto		\$	40.000,00	
Tasa de interés anual		10,70%		
Tasa de interés mensual		0,89%		
Períodos		60		
Cuota		\$	863,72	
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 40.000,00
1	\$863,72	\$ 356,67	\$507,06	\$ 39.492,94
2	\$863,72	\$ 352,15	\$511,58	\$ 38.981,36
3	\$863,72	\$ 347,58	\$516,14	\$ 38.465,22
4	\$863,72	\$ 342,98	\$520,74	\$ 37.944,48
5	\$863,72	\$ 338,34	\$525,39	\$ 37.419,09
6	\$863,72	\$ 333,65	\$530,07	\$ 36.889,02
7	\$863,72	\$ 328,93	\$534,80	\$ 36.354,23
8	\$863,72	\$ 324,16	\$539,57	\$ 35.814,66
9	\$863,72	\$ 319,35	\$544,38	\$ 35.270,28
10	\$863,72	\$ 314,49	\$549,23	\$ 34.721,05
11	\$863,72	\$ 309,60	\$554,13	\$ 34.166,92
12	\$863,72	\$ 304,66	\$559,07	\$ 33.607,85
13	\$863,72	\$ 299,67	\$564,05	\$ 33.043,80
14	\$863,72	\$ 294,64	\$569,08	\$ 32.474,72
15	\$863,72	\$ 289,57	\$574,16	\$ 31.900,56
16	\$863,72	\$ 284,45	\$579,28	\$ 31.321,28
17	\$863,72	\$ 279,28	\$584,44	\$ 30.736,84
18	\$863,72	\$ 274,07	\$589,65	\$ 30.147,18
19	\$863,72	\$ 268,81	\$594,91	\$ 29.552,27
20	\$863,72	\$ 263,51	\$600,22	\$ 28.952,05
21	\$863,72	\$ 258,16	\$605,57	\$ 28.346,49
22	\$863,72	\$ 252,76	\$610,97	\$ 27.735,52
23	\$863,72	\$ 247,31	\$616,42	\$ 27.119,10
24	\$863,72	\$ 241,81	\$621,91	\$ 26.497,19
25	\$863,72	\$ 236,27	\$627,46	\$ 25.869,73
26	\$863,72	\$ 230,67	\$633,05	\$ 25.236,68
27	\$863,72	\$ 225,03	\$638,70	\$ 24.597,98
28	\$863,72	\$ 219,33	\$644,39	\$ 23.953,59
29	\$863,72	\$ 213,59	\$650,14	\$ 23.303,45
30	\$863,72	\$ 207,79	\$655,94	\$ 22.647,52
31	\$863,72	\$ 201,94	\$661,78	\$ 21.985,73
32	\$863,72	\$ 196,04	\$667,68	\$ 21.318,05

33	\$863,72	\$ 190,09	\$673,64	\$ 20.644,41
34	\$863,72	\$ 184,08	\$679,65	\$ 19.964,76
35	\$863,72	\$ 178,02	\$685,71	\$ 19.279,06
36	\$863,72	\$ 171,90	\$691,82	\$ 18.587,24
37	\$863,72	\$ 165,74	\$697,99	\$ 17.889,25
38	\$863,72	\$ 159,51	\$704,21	\$ 17.185,04
39	\$863,72	\$ 153,23	\$710,49	\$ 16.474,55
40	\$863,72	\$ 146,90	\$716,83	\$ 15.757,72
41	\$863,72	\$ 140,51	\$723,22	\$ 15.034,50
42	\$863,72	\$ 134,06	\$729,67	\$ 14.304,84
43	\$863,72	\$ 127,55	\$736,17	\$ 13.568,66
44	\$863,72	\$ 120,99	\$742,74	\$ 12.825,93
45	\$863,72	\$ 114,36	\$749,36	\$ 12.076,57
46	\$863,72	\$ 107,68	\$756,04	\$ 11.320,52
47	\$863,72	\$ 100,94	\$762,78	\$ 10.557,74
48	\$863,72	\$ 94,14	\$769,58	\$ 9.788,16
49	\$863,72	\$ 87,28	\$776,45	\$ 9.011,71
50	\$863,72	\$ 80,35	\$783,37	\$ 8.228,34
51	\$863,72	\$ 73,37	\$790,36	\$ 7.437,98
52	\$863,72	\$ 66,32	\$797,40	\$ 6.640,58
53	\$863,72	\$ 59,21	\$804,51	\$ 5.836,07
54	\$863,72	\$ 52,04	\$811,69	\$ 5.024,38
55	\$863,72	\$ 44,80	\$818,92	\$ 4.205,46
56	\$863,72	\$ 37,50	\$826,23	\$ 3.379,23
57	\$863,72	\$ 30,13	\$833,59	\$ 2.545,64
58	\$863,72	\$ 22,70	\$841,03	\$ 1.704,62
59	\$863,72	\$ 15,20	\$848,52	\$ 856,09
60	\$863,72	\$ 7,63	\$856,09	\$ -

Realizado por: Freire M., 2023.

Como segunda institución financiera se ha escogido la Cooperativa de Ahorro y Crédito Antorcha Ltda. Por su preferencia de financiamiento de empresas para su posterior funcionamiento, además de tener una tasa preferencial del 10% para el segmento comercial o productivo al cual se va aplicar para obtener el capital inicial en su totalidad por un valor de \$35.000 por lo mismo la empresa ha realizado dicho préstamo a 5 años plazo y se va a utilizar el sistema de amortización francés, lo cual este método nos permitirá realizar dichos pagos de manera fija en periodos mensuales, a continuación se presenta la tabla de amortización que se va a aplicar en base a los datos previamente descritos:

Tabla 5-45: Cooperativa Antorcha

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
PRESTAMO A LARGO PLAZO				
Préstamo		Cooperativa Antorcha		
Monto		\$ 35.000,00		
Tasa de interés anual		10,00%		
Tasa de interés mensual		0,83%		
Períodos		60		
Cuota		\$743,65		
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 35.000,00
1	\$743,65	\$ 291,67	\$451,98	\$ 34.548,02
2	\$743,65	\$ 287,90	\$455,75	\$ 34.092,27
3	\$743,65	\$ 284,10	\$459,54	\$ 33.632,73
4	\$743,65	\$ 280,27	\$463,37	\$ 33.169,36
5	\$743,65	\$ 276,41	\$467,24	\$ 32.702,12
6	\$743,65	\$ 272,52	\$471,13	\$ 32.230,99
7	\$743,65	\$ 268,59	\$475,05	\$ 31.755,94
8	\$743,65	\$ 264,63	\$479,01	\$ 31.276,92
9	\$743,65	\$ 260,64	\$483,01	\$ 30.793,92
10	\$743,65	\$ 256,62	\$487,03	\$ 30.306,89
11	\$743,65	\$ 252,56	\$491,09	\$ 29.815,80
12	\$743,65	\$ 248,46	\$495,18	\$ 29.320,62
13	\$743,65	\$ 244,34	\$499,31	\$ 28.821,31
14	\$743,65	\$ 240,18	\$503,47	\$ 28.317,84
15	\$743,65	\$ 235,98	\$507,66	\$ 27.810,17
16	\$743,65	\$ 231,75	\$511,90	\$ 27.298,28
17	\$743,65	\$ 227,49	\$516,16	\$ 26.782,12
18	\$743,65	\$ 223,18	\$520,46	\$ 26.261,66
19	\$743,65	\$ 218,85	\$524,80	\$ 25.736,86
20	\$743,65	\$ 214,47	\$529,17	\$ 25.207,68
21	\$743,65	\$ 210,06	\$533,58	\$ 24.674,10
22	\$743,65	\$ 205,62	\$538,03	\$ 24.136,07
23	\$743,65	\$ 201,13	\$542,51	\$ 23.593,56
24	\$743,65	\$ 196,61	\$547,03	\$ 23.046,53
25	\$743,65	\$ 192,05	\$551,59	\$ 22.494,93
26	\$743,65	\$ 187,46	\$556,19	\$ 21.938,74
27	\$743,65	\$ 182,82	\$560,82	\$ 21.377,92
28	\$743,65	\$ 178,15	\$565,50	\$ 20.812,42
29	\$743,65	\$ 173,44	\$570,21	\$ 20.242,21
30	\$743,65	\$ 168,69	\$574,96	\$ 19.667,25
31	\$743,65	\$ 163,89	\$579,75	\$ 19.087,50

32	\$743,65	\$ 159,06	\$584,58	\$ 18.502,92
33	\$743,65	\$ 154,19	\$589,46	\$ 17.913,46
34	\$743,65	\$ 149,28	\$594,37	\$ 17.319,09
35	\$743,65	\$ 144,33	\$599,32	\$ 16.719,77
36	\$743,65	\$ 139,33	\$604,32	\$ 16.115,46
37	\$743,65	\$ 134,30	\$609,35	\$ 15.506,11
38	\$743,65	\$ 129,22	\$614,43	\$ 14.891,68
39	\$743,65	\$ 124,10	\$619,55	\$ 14.272,13
40	\$743,65	\$ 118,93	\$624,71	\$ 13.647,42
41	\$743,65	\$ 113,73	\$629,92	\$ 13.017,50
42	\$743,65	\$ 108,48	\$635,17	\$ 12.382,33
43	\$743,65	\$ 103,19	\$640,46	\$ 11.741,87
44	\$743,65	\$ 97,85	\$645,80	\$ 11.096,07
45	\$743,65	\$ 92,47	\$651,18	\$ 10.444,89
46	\$743,65	\$ 87,04	\$656,61	\$ 9.788,29
47	\$743,65	\$ 81,57	\$662,08	\$ 9.126,21
48	\$743,65	\$ 76,05	\$667,59	\$ 8.458,61
49	\$743,65	\$ 70,49	\$673,16	\$ 7.785,46
50	\$743,65	\$ 64,88	\$678,77	\$ 7.106,69
51	\$743,65	\$ 59,22	\$684,42	\$ 6.422,26
52	\$743,65	\$ 53,52	\$690,13	\$ 5.732,14
53	\$743,65	\$ 47,77	\$695,88	\$ 5.036,26
54	\$743,65	\$ 41,97	\$701,68	\$ 4.334,58
55	\$743,65	\$ 36,12	\$707,53	\$ 3.627,05
56	\$743,65	\$ 30,23	\$713,42	\$ 2.913,63
57	\$743,65	\$ 24,28	\$719,37	\$ 2.194,27
58	\$743,65	\$ 18,29	\$725,36	\$ 1.468,91
59	\$743,65	\$ 12,24	\$731,41	\$ 737,50
60	\$743,65	\$ 6,15	\$737,50	\$ -

Realizado: Freire M., 2023

Estos préstamos deberán ser cancelados en su totalidad por la empresa hasta 2028 según lo estimado en esta tabla de amortización, en donde este crédito se transformará en el patrimonio neto de este centro de acopio para que así tenga un correcto funcionamiento.

5.7 Análisis de los costos

Con respecto a los costos de producción se tiene un costo de producción para el primer año de \$ 69.707,87, con un costo de producción por kg es de \$0,19.

Tabla 5-46: Costo de Producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	\$ 39.862,00	\$ 42.274,70	\$ 43.247,02	\$ 44.241,70	\$ 45.236,38
Mano de obra directa	\$ 14.571,10	\$ 15.886,51	\$ 17.201,91	\$ 18.517,32	\$ 19.832,72
CIF	\$ 15.274,77	\$15.897,86	\$ 16.520,94	\$ 16.786,03	\$ 17.409,12
Materiales indirectos	\$ 3.877,48	\$ 3.877,48	\$ 3.877,48	\$ 3.877,48	\$ 3.877,48
Mano de obra indirecta	\$ 6.902,10	\$ 7.525,19	\$ 8.148,27	\$ 8.771,36	\$ 9.394,45
Depreciaciones	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.435,73	\$ 2.435,73
Amortizaciones	\$ 200,50	\$ 200,50	\$ 200,50	\$ 200,50	\$ 200,50
Servicios Básicos	\$ 1.500,96	\$ 1.500,96	\$ 1.500,96	\$ 1.500,96	\$ 1.500,96
Total de costos de produccion	\$ 69.707,87	\$74.059,06	\$ 76.969,87	\$ 79.545,05	\$ 82.478,22
Produccion anual	362.614,15	357.215,23	365.431,18	367.039,08	356.059,55
Costo de produccion por kg	\$ 0,19	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,22	\$ 0,23

Realizado: Freire M., 2023.

5.7.1 Costo de producción por kg

Para el costo del kilogramo de maracuyá se tomó en cuenta el costo de producción, tomando en cuenta los costos y gastos operativos equivalentes al capital de trabajo, obteniendo así el costo del kilogramo del producto.

Tabla 5-47: Costo de producción por kg

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de produccion	\$ 69.707,87	\$ 74.059,06	\$ 76.969,87	\$ 79.545,05	\$ 82.478,22
Gastos administrativos	\$ 15.031,35	\$ 15.831,99	\$ 17.142,88	\$ 18.453,78	\$ 19.764,67
Gastos de ventas	\$ 7.769,00	\$ 8.306,81	\$ 9.144,61	\$ 9.682,42	\$ 10.520,22
Gastos financieros	\$ 8.025,00	\$ 6.728,71	\$ 5.293,72	\$ 3.705,18	\$ 1.946,67
Otros gastos	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00
Total costos de produccion	\$101.323,22	\$104.926,57	\$ 108.551,09	\$111.386,42	\$114.709,78
Produccion anual	362.614,15	357.215,23	365.431,18	367.039,08	356.059,55
Costos de producción por Kg	\$ 0,28	\$ 0,29	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,32

Realizado: Freire M., 2023.

5.7.2 Precio de venta al público

Tabla 5-48: Precio de venta al público

Precio de venta (PVP)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo unitario	\$ 0,28	\$ 0,29	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,32
Margen de utilidad 50%	\$ 0,14	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,16
Precio de venta al público por Kg	\$ 0,42	\$ 0,44	\$ 0,45	\$ 0,46	\$ 0,48
Precio de Venta al público por QQ	\$ 41,91	\$ 44,06	\$ 44,56	\$ 45,52	\$ 48,32

Realizado: Freire M., 2023.

5.8 Proyección de ingresos

Para el cálculo de los ingresos se basan en las cantidades a producir y el precio de venta estimado por año, según el tiempo del proyecto con un periodo de 5 años dándonos de cuanto debemos vender para cubrir los costos y gastos.

Tabla 5-49: Proyección de ingresos

Producción anual	Cantidad	PVP \$	Ingresos totales
2023	368640		
2024	419021	\$ 0,42	\$ 175.626,91
2025	428658	\$ 0,44	\$ 188.867,83
2026	438517	\$ 0,45	\$ 195.391,96
2027	492369	\$ 0,46	\$ 224.131,22
2028	491701	\$ 0,48	\$ 237.613,12

Realizado: Freire M., 2023.

5.9 Estados financieros

Tabla 5-50: Balance General

CENTRO DE ACOPIO "CITRYMAR"					
BALANCE GENERAL					
AL 01 DE ENERO DEL AÑO 1					
Activos			Pasivos		
Activos Corriente		\$ 98.410,97	Pasivos Corriente		\$ -
Capital de trabajo	\$ 93.298,22				
Suministros de Oficina	\$ 510,25				
Gastos de Constitución	\$ 4.602,50		Pasivos No Corriente		\$ 75.000,00
			Prestamos Bancarios	\$ 75.000,00	
Activos No Corriente		\$ 14.579,30	Total Pasivos		
Vehículos	\$ 10.000,00				
Equipos de Computo	\$ 1.074,00				
Maquinaria y Equipos	\$ 2.406,30		Patrimonio		\$ 37.990,27
Muebles y Enseres	\$ 852,00		Capital Social	\$ 37.990,27	
Equipo de Oficina	\$ 247,00				
Total Activos		<u>\$ 112.990,27</u>	Total Pasivos + Patrimonio		<u>\$112.990,27</u>

Realizado: Freire M., 2023.

5.9.1 Estado de resultados proyectado

Tabla 5-51: Estado de Resultado Proyectado

CENTRO DE ACOPIO "CITRYMAR"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Al 31 de diciembre de 2023 al 2028					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 175.626,91	\$ 188.867,83	\$ 195.391,96	\$ 224.131,22	\$ 237.613,12
(-) Costos de producción	\$ 69.707,87	\$ 74.059,06	\$ 76.969,87	\$ 129.999,22	\$ 135.199,93
(=) Utilidad bruta	\$ 105.919,04	\$ 114.808,76	\$ 118.422,08	\$ 94.132,00	\$ 102.413,19
Gastos operativos	\$ 33.619,08	\$ 33.661,24	\$ 34.374,94	\$ 34.277,10	\$ 34.667,29
(-) Gastos de administración	\$ 15.031,35	\$ 15.831,99	\$ 17.142,88	\$ 18.453,78	\$ 19.764,67
(-) Gastos de ventas	\$ 7.769,00	\$ 8.306,81	\$ 9.144,61	\$ 9.682,42	\$ 10.520,22
(-) Gastos financieros	\$ 8.025,00	\$ 6.728,71	\$ 5.293,72	\$ 3.705,18	\$ 1.946,67
(-) Gasto depreciación	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.435,73	\$ 2.435,73
+/- Otros ingresos, otros gastos					
Consultoría	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Otros Gastos	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00
(=) Utilidad operativa	\$ 72.509,96	\$ 81.357,53	\$ 84.257,14	\$ 60.064,89	\$ 67.955,90
(-) 15% participación trabajadores	\$ 10.876,49	\$ 12.203,63	\$ 12.638,57	\$ 9.009,73	\$ 10.193,39
(=) Utilidad después de participación trabajadores	\$ 61.633,47	\$ 69.153,90	\$ 71.618,57	\$ 51.055,16	\$ 57.762,52
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 15.408,37	\$ 17.288,47	\$ 17.904,64	\$ 12.763,79	\$ 14.440,63
(=) Utilidad Neta	\$ 46.225,10	\$ 51.865,42	\$ 53.713,93	\$ 38.291,37	\$ 43.321,89

Realizado: Freire M., 2023.

5.9.2 Flujo de caja proyectado

Tabla 5-52: Flujo de caja proyectado

CENTRO DE ACOPIO "CITRYMAR"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Al 31 de diciembre de 2023 al 2028						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas		\$ 175.626,91	\$ 188.867,83	\$ 195.391,96	\$ 224.131,22	\$ 237.613,12
(-) Costos de Producción		\$ 69.707,87	\$ 74.059,06	\$ 76.969,87	\$ 129.999,22	\$ 135.199,93
(=) Utilidad Bruta		\$ 105.919,04	\$ 114.808,76	\$ 118.422,08	\$ 94.132,00	\$ 102.413,19
(-) Egresos Operacionales						
Gastos administrativos		\$ 15.031,35	\$ 15.831,99	\$ 17.142,88	\$ 18.453,78	\$ 19.764,67
Gastos de ventas		\$ 7.769,00	\$ 8.306,81	\$ 9.144,61	\$ 9.682,42	\$ 10.520,22
Gastos financieros (Intereses)		\$ 8.025,00	\$ 6.728,71	\$ 5.293,72	\$ 3.705,18	\$ 1.946,67
Gastos depreciación		\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.435,73	\$ 2.435,73
Otros Ingresos y Gastos		\$ -210,00	\$ -210,00	\$ -210,00	\$ -210,00	\$ -210,00
Utilidad antes de Impuestos		\$ 72.509,96	\$ 81.357,53	\$ 84.257,14	\$ 60.064,89	\$ 67.955,90
(-) 15% participación trabajadores		\$ 10.876,49	\$ 12.203,63	\$ 12.638,57	\$ 9.009,73	\$ 10.193,39
(=) Impuesto a la Renta		\$ 61.633,47	\$ 69.153,90	\$ 71.618,57	\$ 51.055,16	\$ 57.762,52
(-) 25% Impuesto a la renta		\$ 15.408,37	\$ 17.288,47	\$ 17.904,64	\$ 12.763,79	\$ 14.440,63
Utilidad Neta		\$ 46.225,10	\$ 51.865,42	\$ 53.713,93	\$ 38.291,37	\$ 43.321,89
(+) Depreciación		\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.435,73	\$ 2.435,73
(+) Amortización		\$ 200,50	\$ 200,50	\$ 200,50	\$ 200,50	\$ 200,50
Pago del Préstamo (Capital)		\$ 12.114,86	\$ 13.411,15	\$ 14.846,14	\$ 16.434,67	\$ 18.193,19
(+) Valor de salvamento						\$ 1.326,65
(-) Inversiones						
Fija	\$ -15.089,55					
Diferida	\$ -4.602,50					
Operativa	\$ -93.298,22					
Flujo Neto del Efectivo	\$ 112.990,27	\$ 61.334,19	\$ 68.270,80	\$ 71.554,29	\$ 57.362,27	\$ 64.151,30

Realizado: Freire M., 2023.

5.10 Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta los costos fijos, costos variables totales y costo de ventas para determinar el valor del primer año para el desarrollo del proyecto.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

- CF= Costos fijos
- CVT= Costos variables totales
- CV= Costo de ventas

Tabla 5-53: Cuadro de resumen de los costos y ventas del primer año

Descripción	Valores
Ventas	\$ 175.626,91
Costos totales	\$ 101.833,47
Costos fijos	\$ 32.125,60
Costos variables	\$ 69.707,87

Realizado: Freire M., 2023.

$$PE = \frac{32.125,60}{1 - \frac{69.707,87}{101.833,47}}$$

$$PE = 101.957,41$$

Punto de equilibrio en unidades para el primer año.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos variables}}$$

$$PE = \frac{32.125,60}{175.626,91 - 69.707,87}$$

$$PE = 571.907,00$$

Tabla 5-54: Resumen del punto de equilibrio en dólares y unidades por kg

PE dólares	\$ 101.957,41
PE por kg	0,30

Realizado: Freire M., 2023.

5.11 Costos y gastos operacionales

Tabla 5-55: Costos y gastos operacionales

Costos operacionales	Valor total	Gastos	Costos
Ingresos de Ventas			
Materia prima directa	\$ 39.862,00		\$ 39.862,00
Mano de obra directa	\$ 14.571,10		\$ 14.571,10
CIF	\$ 15.274,77		\$ 15.274,77
Total de costos operacionales	\$ 69.707,87		
Gastos operacionales			
Gastos administrativos	\$ 15.031,35	\$ 15.031,35	
Gastos de ventas	\$ 7.769,00	\$ 7.769,00	
Gastos financieros	\$ 8.025,00	\$ 8.025,00	
Otros gastos	\$ 1.300,25	\$ 1.300,25	
Total de costos y gastos	\$ 101.833,47	\$ 32.125,60	\$ 69.707,87

Realizado: Freire M., 2023.

5.12 Análisis de rentabilidad (VAN, TIR, B/C, PRI)

5.12.1 VAN

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), es lo que evalúa el inversionista para ver si es razonable la inversión determinando así los beneficios y riesgos, evaluando las oportunidades que existen. Se tomo en consideración los siguientes datos para el establecimiento la tasa mínima de retorno.

TMAR

- Tasa de descuento 12%
- Tasa pasiva 7%
- Inflación 2.6%
- TMAR= 21,60%

Tabla 5-56: Cálculo del VAN

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$	\$ 46.225,10	\$ 51.865,42	\$ 53.713,93	\$ 38.291,37	\$ 43.321,89
- 112.990,27	+ 1,2160	+ 1,4787	+ 1,7980	+ 2,1864	+ 2,6587
- \$ 112.990,27	+ \$ 38.014,06	+ \$ 35.076,06	+ \$ 29.873,50	+ \$ 17.513,24	+ \$ 16.294,44
VAN= \$ 23.781,04					

Realizado: Freire M., 2023.

Para el calculo del VAN negativo se tomo en cuenta un interés del 34% para efectos del cálculo.

Tabla 5-57: Cálculo del VAN negativo

-	\$		\$		\$		\$		\$		\$
	112.990,27	+	<u>46.225,10</u>	+	<u>51.865,42</u>	+	<u>53.713,93</u>	+	<u>38.291,37</u>	+	<u>43.321,89</u>
			1,3400		1,7956		2,406104		3,22417936		4,320400342
	\$		\$		\$		\$		\$		\$
-	112.990,27	+	34.496,35	+	28.884,73	+	22.324,03	+	11.876,31	+	10.027,29
	VAN= \$ - 5.381,57										

Realizado: Freire M., 2023.

5.12.2 TIR

Tabla 5-58: Cálculo del TIR

			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5
	\$		\$		\$		\$		\$		\$
-	112.990,27	+	<u>46.225,10</u>	+	<u>51.865,42</u>	+	<u>53.713,93</u>	+	<u>38.291,37</u>	+	<u>43.321,89</u>
			1,3130		1,7241		2,2639		2,9727		3,9034
	\$		\$		\$		\$		\$		\$
-	112.990,27	+	35.203,74	+	30.081,52	+	23.725,73	+	12.880,85	+	11.098,44
	TIR= 35,70%										

Realizado: Freire M., 2023.

Utilizando el método de interpolación lineal se ha obtenido un valor de 35,70% tomando en cuenta que la tasa mínima aceptable fue de 31,31%, esto demuestra que el TIR es superior a la tasa mínima por lo que el proyecto es rentable.

5.12.3 Beneficios costos

A fin de obtener el beneficio costo con el fin de evaluar la rentabilidad del proyecto, aplicando la siguiente fórmula para el cálculo correspondiente.

$$BC = \frac{\text{Total ingresos}}{\text{Total costos operacionales}}$$

Donde:

Ingresos = \$ 175.629,91

Costos = \$ 101.833,47

$$BC = \frac{\$ 175.629,91}{\$ 101.833,47}$$

BC = \$ 1,72, por cada dólar invertido en el proyecto se ganará \$ 0,72 por el centro de acopio de maracuyá.

5.12.4 Período medio de recuperación

Para el cálculo de la PRI se utilizó los flujos de caja de los 5 años y los flujos del VAN positivo.

Tabla 5-59: Cálculo del período medio de recuperación

Partidas	1	2	3	4	5
Flujo Bruto	\$ 46.225,10	\$ 51.865,42	\$ 53.713,93	\$ 38.291,37	\$ 43.321,89
Flujo Libre	\$ 38.014,06	\$ 35.076,06	\$ 29.873,50	\$ 17.513,24	\$ 16.294,44
Flujo Acumulado	\$ 38.014,06	\$ 73.090,12	\$ 102.963,63	\$ 120.476,87	\$ 136.771,31

Realizado: Freire M., 2023.

$$PRC = a + \frac{b - c}{d}$$

$$PRC = 3 + \frac{112.990,27 - 102.963,63}{29.873,50}$$

$$PRC = 3 + \frac{10.026,64}{29.873,50}$$

$$PRC = 3 + 0,335636601$$

PRC = 3,335636601 años

Meses

$$PRC = 0,335636601$$

Tabla 5-60: Cálculo en meses

0,335636601 años	12 meses	4,0276 meses
	1 años	

Realizado: Freire M., 2023.

$$PRC = 4,0276 \text{ meses}$$

Días

$$PRC = 0,0276$$

Tabla 5-61: Cálculo de días

0,0276 meses	30 días	0,828 días
	1 mes	

Realizado: Freire M., 2023.

PRC = 1 días

PRC = 3 años 4 meses 1 día

La inversión inicial efectuada para instaurar el centro de acopio de maracuyá será recuperada en su totalidad a los 3 años, 4 meses y 1 día, de haber iniciado actividades, un lapso inferior a la vida útil del proyecto, por lo tanto, la puesta en marcha el centro de acopio es viable ya que nos permitirá obtener buenos ingresos.

5.13 Resumen del marco propositivo

Para este se determinó una inversión de 112.990,27 representado un 82,57% en inversión del capital de trabajo, seguido del 13,35% de los activos fijos y el 4,07% de los activos diferidos, el valor será financiado con el capital propio con un valor \$ 37.990,27 y ajeno que se realizara un préstamo al banco BanEcuador y a la cooperativa Antorcha de un monto de \$75.000 en ambas instituciones, obteniendo un crédito para cinco años, con una tasa de interés en el banco del 10,70%, pagando una cuota de \$863,72 y en la cooperativa con una tasa del 10,00% , cancelando una cuota mensual de %743,65.

Dentro de la inversión de activos fijos se tiene una inversión total del primer año es de \$ 15.089,55 en la cual encontramos: maquinaria y equipo que representa un valor de \$2.406,30, seguido del vehículo que es de \$10.000,00, muebles y enseres con valor de \$852,00, equipo de oficina con un valor de \$ 247,00, equipo de computo de \$ 1.074,00 y finalmente suministros de oficina con un valor de \$ 510,25.

Por otro lado, dentro de los activos diferidos del primer periodo representa un total de \$4.602,50, en la cual encontramos: arriendo de local con un 78%, gastos de constitución el 8%, gastos de organización 1% y gastos de instalación con un porcentaje de 12%.

Una vez realizada la evaluación económica financiera se determinó un punto de equilibrio en dólares \$ 101.957,41, también obtuvimos un Van positivo, un beneficio costo de \$ 0,72 centavos vamos a tener de rentabilidad por cada dólar invertido, el periodo de recuperación de la inversión se la va a obtener en un lapso de 3 años, 4 meses y 1 día, lo cual con estos resultados podemos determinar que el proyecto para la creación del centro de acopio en rentable en el mercado ya que vamos a tener buenas ganancias.

CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye que a través de la investigación bibliográfica y teórica acerca de proyectos que exportan maracuyá a nivel global, se consideró la total factibilidad para el desarrollo de este proyecto, en especial por la zona geográfica y los beneficios que tiene distribución y comercialización, queda demostrado con herramientas contables, que desde el año 1 se registra utilidad y que esta implementación benefician no solo a los involucrados sino a su entorno por la generación de nuevas plazas de trabajo.

- ✓ También se concluye que estudios previos han demostrado lo rentable que es la creación y comercialización de frutas en Ecuador, por características demográficas y riqueza de suelo con minerales y nutrientes, miles de personas en la actualidad buscan mejorar su calidad de vida a través de la alimentación, por eso se hizo un diagnóstico de los beneficios que se consiguen al ingresar a este sector económico, Demostrando que la producción de maracuyá es una fuente de ingresos constante.

- ✓ Una vez realizado el análisis de todos los aspectos se determinó: el producto principal como giro del negocio es la compra y venta de maracuyá, dando a conocer el producto mediante la utilización de redes sociales .Con una metodología que se generó con información de primera mano, analizamos los escenarios externos e internos, lo cual estos demostraron que es factible, realizable, medible y beneficioso la creación del centro de acopio maracuyá en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas, y al analizar los datos proyectados se concluye que la inversión es totalmente recuperada, y empieza a ser un negocio sostenible y sustentable.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda, utilizar las estrategias de expansión a través de medios masivos como publicidad en puntos focalizados para llegar al nicho de mercado y poder realizar alianzas estratégicas con empresas que transformen la materia prima en producto finalizado, y siendo un eje de economía cíclica, que genere beneficio para todas las partes.

- ✓ Como investigadora, se recomienda que este estudio tenga una continuidad, para establecer metas a corto, mediano y largo plazo no solo a nivel local, al contrario, con este estudio se demuestra que es un producto cotizado.

- ✓ Para finalizar, se recomienda, generar conciencia sobre la producción local y el beneficio que causa a los sectores económicos, el mantener la liquidez dentro del Ecuador, que se valore los productos que la patria genera, y sean pagados con un precio justo para poder seguir desarrollando más plazas de mercado en las zonas rurales. De forma paralela, resulta esencial ejercer un control riguroso sobre los costos operativos y de gestión. Se aconseja la adopción de un sistema contable de gestión de costos que permita la identificación y minimización de gastos superfluos, así como el incremento de la eficiencia operacional mediante la automatización de procesos y la formación continua del personal. La proyección de costos financieros subraya la necesidad de una administración cautelosa de las obligaciones financiera.

BIBLIOGRAFÍA

- Agricultura, O. d. (2020). *FAO*. Obtenido de <https://www.fao.org/markets-and-trade/commodities/frutas-tropicales/es/>
- Aguilar Veintimilla, M. A. (2023). La imagen corporativa como factor determinante de la marca PLASTIFAMA en el mercado ferretero de la ciudad de Ambato. *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/39106>
- Altieri, D., Martínez Mirau, E., & Perri, M. (2020). *Análisis e interpretación de un Balance General*. Universidad Nacional de San Martín. doi:<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/814/1/TFPP%20EEYN%202018%20A-DL-MMEN-PMN.pdf>
- Angulo, U. G. (2022). *Estados financieros de una empresa, NIIF*. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Plan_de_cuentas_Contextualizado_con_NIIF/oRp_EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=estado+de+resultado+2022&pg=PA190&printsec=frontcover
- Bermello Angulo, K. D., & Mero Romero, Y. V. (2022). Factores determinantes en la producción de los pequeños productores de banano del cantón la Maná, 2022. *Universidad Técnica de Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9120>
- Bocher, N. (2019). *Importancia del Estudio Legal*. Proyectos UNTREF. doi:<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-del-estudio-legal>
- Cabascango Cabascango, M. B. (2022). Estudio de mercado para la producción y comercialización de abono orgánico en el Cantón Pedro Moncayo de la provincia de Pichincha. *UPEC*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/2048>
- Calderón, A. I. (2019). La elaboración de proyectos de inversión como estudio de casos de estudio para lograr aprendizajes significativos. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 12(1)(5-29).
- Calvopiña Osorio, O. F. (2021). Estudio de factibilidad para la creación de una Academia de Arte dirigida a niños y jóvenes del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. *Universidad Técnica de Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8397>

- CAMAE, C. M. (13 de Diciembre de 2022). Obtenido de <http://www.camae.org/ecuador/ecuador-duplico-su-produccion-de-maracuya-en-2022/>
- Canive, T. (Sinnaps). *Estudio financiero de un proyecto*. Gestor De Proyectos Online. doi:<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto-excel>
- Casas-Casas, E. C. (2018). (2018). El desarrollo económico local, el enfoque de desarrollo humano y la economía social y solidaria al servicio de la persona. *Revista Perspectiva*, 19(2). Obtenido de http://mail.upagu.edu.pe/files_ojs/journals/27/articles/582/submission/proof/582-133-2095-1-10-20180822.pdf
- Chavarría Miranda, H., Montero Vega, M., Rodríguez, V., Aramendis, R., Riveros, H., Blanco, M., & Productivo, D. (2021). Guía para el análisis de las posibilidades de negocios de la bioeconomía en las cadenas agroindustriales. *repositorio.iica.int*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/handle/11324/18904>
- Córdoba, M. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. CO, Ecoe. Obtenido de <https://www.repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1206/1/Córdoba-evaluación%20de%20proyectos%20da%20ed.pdf>
- Fernández, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 6. Obtenido de <https://www.espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/207/275>
- Finanzas, M. d. (2023). *Ciclo del Proyecto*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/mefportal35/index.php?option=com_content&view=article&id=876&Itemid=100884&lang=es#:~:text=El%20Ciclo%20de%20Proyecto%20contempla,la%20de%20mayor%20rentabilidad%20social.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Colombia. McGraw-hill.
- Franco Fandiño, J. A. (2019). Análisis jurídico de la violación al principio constitucional de la doble instancia en el artículo 126 numeral 5° de la ley 1098 del 2006 sobre los efectos de la sentencia cuando se niega la adopción. *Repository.ugc.edu.co*. Obtenido de <http://repository.ugc.edu.co/handle/11396/5400>
- Garcete Rodríguez, A. D., Benítez, R., Pinto Roa, D. P., & Vazquez, A. (2017). Técnica de pronóstico de la demanda basada en Business Intelligence y Machine Learning. *In*

Simpósio Argentino sobre Tecnología y Sociedad (STS). Retrieved from <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/64728>

Garrafa, C. V. (2021). Metodología para la formulación y evaluación de proyectos de inversión del sector agroindustrial. *Ciateq.repositorioinstitucional.mx*. Obtenido de <https://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1020/653/1/GarrafaCalderonVictorH%20MDGPI%202021.pdf>

Giannuzzo, A. (2019). *Los estudios sobre el ambiente y la ciencia ambiental*. Revista Scielo. Vol. 8.

Granda, R., & Eugenio, X. (2023). Estudio de factibilidad en la creación de una unidad productiva de ganado de ceba semiestabulado, en el municipio de Pereira, en el año 2023. *Corporación Universitaria Minuto de Dios*. Retrieved from <http://uniminuto-dspace.scimago.es:8080/handle/10656/18497>

Guasco Aucacama, C. V., & Luna Altamirano, K. A. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *8(1)(1071-1089)*. Retrieved from <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2541>

Guiz Chacua, J. B. (2020). Oportunidades de mercado para la comercialización de madera plástica en el cantón Tulcán. *UPEC*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/1110>

Herrera, A. G. (2023). Estudio de factibilidad para la apertura de un restaurante de comida por porciones. *Repositorio.uotavalo.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/942>

Jessica, B., Sara, B., Francis, G., Carlos, G., & Camilo, O. (2019). Estudio de factibilidad para la implementación de una solución tecnológica que permita facilitar la comunicación, gestión y pago a los propietarios e inquilinos de unidades residenciales. *Repositorio.unitec.edu.co*. Obtenido de <http://repositorio.unitec.edu.co/handle/20.500.12962/330>

Lemos, M. F. (2020). Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3019/1/109502.pdf>

- Loor, I. J. (2015). Obtenido de <http://www.camae.org/ecuador/ecuador-duplico-su-produccion-de-maracuya-en-2022/>
- López Gil, A. (. (2018). Estudio comparativo de metodologías tradicionales y ágiles para proyectos de Desarrollo de Software. *uvadoc.uva.es*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/32875>
- López Parra, M. E., Aceves López, J. N., & Claudia Puerta, A. P. (2016). *Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión* . doi:<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Lozada Ortiz, M. A. (2023). Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en la parroquia La Victoria. *Universidad Tecnica de Cotopaxi*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/11492>
- MAG. (2023). Obtenido de https://sipa.agricultura.gob.ec/biblioteca/rendimientos/informe_productividad_agricola_2021.pdf
- Mamani Bautista, E. &. (2018). Estudio Técnico Económico para la Producción de Placas de Yeso Laminado en la Empresa “YESERA PALACIOS”. *Repositorio.umsa.bo*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/21080>
- Martínez Álvarez, Ó., Iriondo-DeHond, A., Gómez Estaca, J., & & Castillo, M. (2021). Nuevas tendencias en la producción y consumo alimentario. *Digital.csic.es*. Obtenido de <https://digital.csic.es/handle/10261/253463>
- Melendez, J. R. (2021). Factores críticos de éxito y su impacto en la Gestión de Proyectos empresariales: Una revisión integral. *Revista de Ciencias sociales*, 27(4), 228-242. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229889>
- Melgarejo, A. M. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. . *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 11(25), 1. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7773473>
- Moreno Aranguren, A. K., Suárez Casas, A. D., & & Rios Joven, V. (2021). Formulación y evaluación de un proyecto para la creación de una clínica veterinaria para animales de campo en la ciudad de Yopal. *Repositorio.unbosque.edu.co*. Obtenido de <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/7188>

- Olmedo Vera, L. E. (2021). Plan de negocios para la implementación de un producto informático automatizando el sistema de monitoreo perlas en la COAC “Fernando Daquilema” Ltda. *dspace.esPOCH.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14858>
- Palacios, J. (2011). *Estudio de factibilidad para la implementación de una farmacia de autoservicio en el Cantón Pimampiro*. doi:<https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/83/1/T72487.pdf>
- Pérez, A. (2022). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. OBS Business . doi:<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Ramírez, H. B. (2021). *Indicadores Financieros*. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Indicadores_Financieros/eZtdxkK74iQC?hl=es&gbpv=1&dq=indicadores+financieros+a%C3%B1o+2021&printsec=frontcover
- Ramírez, P. (2022). *Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos*. Economía.
- Reyes, J. (2011). *Proyecto de inversión*. MX. UAEH. doi:http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administraci
- Rodríguez, E. M., Zurita, I. N., & Álvarez, J. C. (2020). Evaluación del proceso de planificación y del ciclo presupuestario para los Gobiernos Autónomos Descentralizados. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), (63-91.). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439113>
- Rodriguez, N. (2023). *Empresa y Diseño de organigramas de una empresa*. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Empresa_y_Dise%C3%B1o_de_Modelos_de_Negocio/0DGEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+un+organigrama+de+una+empresa+del+2023&pg=PA98&printsec=frontcover
- Santos, L. E. (2022). Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4897/3/UDLA-EC-TINI-2016-03.pdf>
- Sanz, N. E. (2020). Creación del departamento de recursos humanos para la empresa privada venezolana textiles hvpc. *Biblioteca2.ucab.edu.ve*. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAV5847.pdf>

- Sapag, N. (2021). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Pearson Education. p 123-141.
- Serrano, F. G. (2020). *Proyecto de Inversión*. México. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Proyectos_de_inversion/zJctEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=etapas+de+un+proyecto+a%C3%B1o+de+inversi%C3%B3n+2020&printsec=frontcover
- Sornoza Cantos, E. K., & Villacis Sánchez, A. P. (2020). Evaluación del riesgo financiero y su impacto en el desarrollo económico de UDO & Asociados SA. *Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55005>
- Solís, C. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la comercialización de maracuyá, Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4897/3/UDLA-EC-TINI-2016-03.pdf>
- Toro Culcay, C. E. (2017). Propuesta para el manejo de conflictos laborales en el área de Mantenimiento de la Universidad Central del Ecuador. *Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6151>
- Torres, C. A. (2020). *Metodología de la Investigación*. Colombia. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Metodolog_a_de_la_investigaci_n/h4X_eFai59oC?hl=es&gbpv=1&dq=metodos+sintetico&pg=PA56&printsec=frontcover
- Torres, J. (2020). *.Guía para formular y evaluar proyectos elaborando un plan de negocios*. doi:<http://www.gestiopolis.com/innovacionemprendimiento-2/guia-formular-evaluar-proyectos-inversion-elaboracionplan-de-negocios>.
- Torrez, M. (2021). *Análisis de inversiones y proyectos de inversión*. Madrid, ES. EOI. doi:http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67225/comp
- Tovar Hernández, I. M., & Parra Echavarría, L. C. (2022). Estudio de prefactibilidad para la producción de panela baja en químicos saborizada en el municipio de campamento Antioquia y comercialización del producto en el Valle de Aburrá. *Universidad EAFIT*. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/32084>
- Uribe López, J. C. (2020). Análisis técnico-financiero para determinar la factibilidad de la creación de una unidad de tratamiento renal en la Clínica Pajonal SAS de Cauca.

Universidad EAN. Obtenido de
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/9562>

Vásquez Pita, M. J. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de inglés en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6964>. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9146>

Vergara, O., Acevedo, Á., & González, Y. (2019). Marketing Responsable: Ventaja Distintiva en la Cadena de Valor de las Organizaciones. *Journal of Management & Business Studies*, 1(1), 44-74. Obtenido de <https://revistas.uautonoma.cl/index.php/jmabs/article/view/292>

Zamora Muñoz, D. C., & Calvo Lozano, A. F. (2019). Cambios empresariales y de consumo en la industria de alimentos y bebidas a partir de una nueva norma de etiquetado en Colombia. *Ciencia.lasalle.edu.co*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/544/

Zavaleta Ardiles, M. E. (2020). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor frente al uso de los aceites sintéticos de la empresa Vistony SA-Ancón, 2019. *Repositorio.upn.edu.pe*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23710>

Vizmanos, B., Mejía, J., Fránquez, Y., Cortéz, C., Betancourt, A., & Bernal, M. (2022). Bases para fundamentar un anteproyecto de investigación. *Revista de Educación y Desarrollo*, 61, 81-96

Total 62 referencias bibliográficas



19-06-2024

ANEXOS

ANEXOS A: ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES



epoch

**Facultad de
Administración
de Empresas**



ISO 9001:2015
BUREAU VERITAS
Certification



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS

Objetivo: Determinar el grado de producción para la creación de un centro de acopio de maracuyá, en el Cantón Quinindé, Provincia de Esmeraldas.

INTRUCCIONES:

- ✓ Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar.
- ✓ Marque con una sola X el casillero según corresponda su respuesta.
- ✓ Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Datos informativos:

GENERO:

Masculino

Femenino

EDAD:

- a) 18-30 (años)
- b) 30-42 (años)
- c) 42-54 (años)
- d) Más de 54 (años)

Nivel de instrucción:

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Universitaria
- d) Otro (especifique): _____

1. El terreno que utiliza para el cultivo de sus productos es:

- a) Propio
- b) Arrendado
- c) Al partido

2. **¿Cuántas hectáreas de tierra posee usted con plantación de maracuyá?**

De 0 a 3 hectáreas	
De 3 a 6 hectáreas	
De 6 a 9 hectáreas	
De 9 hectáreas en adelante	

3. **¿Qué tipo de maracuyá produce usted?**

Maracuyá Amarilla	
Maracuyá Morada	

4. **¿Cuál es la cantidad de maracuyá que produce por hectárea?**

De 2000 a 3000 Kg/Ha	
De 3000 a 4000 Kg/Ha	
De 4000 Kg en adelante	

5. **¿Con que frecuencia cosecha maracuyá?**

- a) Semanal
- b) Mensual
- c) Bimestral
- d) Trimestral
- e) Semestral

6. **¿Cuál es el precio promedio al que vende su producción de maracuyá?**

De 0,20 a 0,40 USD por Kg	
De 0,40 a 0,60 USD por Kg	
De 0,60 USD en adelante por Kg	

7. **¿Está usted de acuerdo con el precio al que vende el maracuyá?**

Si Totalmente	
Si parcialmente	
No	

8. **¿Qué dificultades tiene para comercializar su producto?**

Transporte	
------------	--

Distancia	
Inseguridad	
Pago de precio Justo	
Otro (especifique)	

9. ¿A quién vende su producción de maracuyá?

Mayoristas	
Intermediarios	
Industria nacional	
Industria exportadora	
Otro (especifique)	

10. ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro de acopio de apoyo para la comercialización de maracuyá en el Cantón Quinindé?

Si	
No	

Porque: _____

10 ¿Estaría dispuesto a vender su producción de maracuyá a este centro de acopio ubicado en el cantón Quinindé, si le paga un precio justo, le brindan mejor servicio y ayudan en su comercialización?

Si	
No	

11. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de capacitaciones para mejorar su producción?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

12. ¿Mediante que medios le gustaría obtener información acerca del centro de acopio?

a) Redes Sociales

- b) Radio
- c) Afiches
- d) Página Web
- e) Televisión
- f) Otro (especifique): _____

13. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que ofrezca el centro de acopio?

- a) Convenio de comercialización
- b) Capacitaciones
 - Educación Financiera
 - Cultivo y producción
 - Contabilidad y tributación
 - Gestión Financiera
 - Comercialización
- c) Otro (especifique): _____

AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN

ANEXOS B: ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES



esPOCH

**Facultad de
Administración
de Empresas**



ISO 9001:2015
BUREAU VERITAS
Certification



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS

Objetivo: Determinar el grado de aceptación que tiene el maracuyá en los comerciantes del Cantón Quinindé.

INTRUCCIONES:

- ✓ Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar.
- ✓ Marque con una sola X el casillero según corresponda su respuesta.
- ✓ Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Genero:

Masculino

Femenino

Edad:

a) 20-30 años

c) 30-40 años

b) 40- 50 años

d) Más de 50 años

1. ¿Qué cantidad de maracuyá compra usted a la semana?

De 240 a 280 Kg	<input type="checkbox"/>
De 280 a 320 Kg	<input type="checkbox"/>
De 320 a 360 Kg	<input type="checkbox"/>
De 360 Kg en adelante	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipo de maracuyá compra usted?

Maracuyá amarilla	<input type="checkbox"/>
Maracuyá Morada	<input type="checkbox"/>

3. ¿Dónde suele comprar el maracuyá?

Mercado local	
Productor	
Ferias	
Comerciantes	
Otro (especifique)	

4. ¿Cuáles son los precios que usted adquiere en el mercado el maracuyá por kg?

De 0,50 a 0,60 USD	
De 0,60 a 0,70 USD	
De 0,70 USD en adelante	

5. ¿Qué aspectos valora al comprar maracuyá por mayor?

- a) El precio
- b) La calidad
- c) La frescura
- d) La variedad
- e) El tamaño
- f) El servicio de entrega
- g) Otro (especifique): _____

6. ¿Está satisfecho con la calidad de maracuyá que compra?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Insatisfecho
- d) Muy insatisfecho

7. Ha tenido algún problema con el maracuyá que ha comprado

- a) Producto dañado
- b) plagas o pesticidas
- c) Producto en descomposición
- d) Precios altos
- e) otro problema (especifique): _____

8. ¿Qué hace cuando encuentra un maracuyá defectuoso o en mal estado?

- a) Lo devuelve en el lugar donde compro
- b) Lo deposita en la basura o compostaje
- c) Lo usa para otros fines que no sean alimenticios
- d) Otro (especifique): _____

9. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que le ofrezca el centro de acopio de maracuyá “CITRYMAR”?

- a) Convenio de comercialización
- b) Entrega del producto en su local
- c) Flexibilidad en el pago
- d) Seriedad y puntualidad en las entregas
- e) Otro (especifique): _____

AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA
NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO

Fecha de entrega: 22 / 07 / 2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR
Nombres – Apellidos: MARITZA JUDITH FREIRE CRUZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
 Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez Director del Trabajo de Titulación
 Ing. Gina Maricela Cedeño Ávila Asesora del Trabajo de Titulación