



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL  
ECUADOR SEDE ES MERALDAS  
(PUCESE)



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA DE CONTABILIDAD

**TESIS DE GRADO**

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACION DE UNA  
COOPERATIVA COMERCIALIZADORA DE FRUTAS EN LA  
PARROQUIA DE TABIAZO CANTÓN ES MERALDAS PROVINCIA DE  
ESMERALDAS”**

Previo al Grado Académico de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA  
CPA.

AUTORA:

MÓNICA MARINA ALCÀNTARA CAMPOS

ASESOR DE TESIS:

ING. RHUT QUIÑONEZ

ESMERALDAS - 2014



Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.

---

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

---

LECTOR 1

---

LECTOR 2

---

DIRECTOR DE ESCUELA

---

DIRECTOR DE TESIS

Esmeraldas, \_\_\_\_\_

**AUTORÍA**

Yo, MÓNICA MARINA ALCANTARA CAMPOS, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

.....  
Mónica Marina Alcántara Campos

C.I. 080185715-2

### **AGRADECIMIENTO**

El cumplimiento de este sueño tan anhelado es producto de la Bendición Divina, gracias Papito Dios por caminar junto a mí en todo momento y por el ángel que me enviaste en el momento que más lo necesite.

Expreso mi más profundo y sincero agradecimiento a la Ing. Ruth Quiñonez, Asesora de esta investigación, por la orientación, al seguimiento y la supervisión continúa de la misma, pero sobre todo por la motivación y ayuda recibida durante este proceso.

Especial reconocimiento merece el apoyo incondicional de mi esposo el Ing. Rafael Bastidas Heredia, a mi familia y amigos que con su paciencia y comprensión supieron darme fuerzas, para concluir con éxito este trabajo.

Mónica Alcántara C.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mi amado y recordado padre, el cual estaría muy orgulloso de mí, a mi madre bella que con amor y fortaleza me enseña día a día a luchar por mis sueños, y confiar en Dios; a mi familia por ser incondicionales.

Mónica Alcántara C.

## INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDOS	PAG	PÁGINAS
<b>PRELIMINARES</b>		
Presentación (Caratula)		i
Tribunal de graduación		ii
Autoría		iii
Agradecimiento		iv
Dedicatoria		v
Índice		vi
Resumen		x
Abstract		xi
Introducción		xii
<b>1. METODOLOGÍA</b>		<b>1</b>
<b>2. RESULTADOS</b>		<b>3</b>
2.1. Presentación		3
2.2. Interpretación de las encuestas		13
2.3. DEMANDA Y OFERTA		14
2.3.1 Demanda		14
2.3.2. Naturaleza de la demanda del proyecto		15
2.3.3. Estructura preferencial y gustos de la demanda	15	
2.3.4 Nivel de ingresos de la demanda		15
2.3.5. Precios de las frutas		15
2.3.6. El comportamiento de la demanda		16
2.3.7 Competencia perfecta		16
2.3.8. Cultivos de acuerdo a la época climática	17	
2.4. ESTUDIO DE MERCADO		17
2.4.1. Mercado proveedor		18
2.4.2. Cultivo de frutas en Tabiazo		19
2.4.3. Características de las frutas cosechadas	19	
2.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO		25

2.5.1. Mercado competidor	25
2.5.2. Posición del proyecto frente a la competencia	26
2.5.3. Mercado distribuidor	26
2.6. ANALISIS FODA DE LA PARROQUIA DE TABIAZO	26
2.6.1. Promoción y comercialización de las frutas	28
2.7. ESTUDIO TÉCNICO	30
2.7.1. Tamaño del Proyecto	30
2.7.2. Disponibilidad de recursos financieros	30
2.7.3. Disponibilidad de mano de obra	30
2.7.4. Materiales	31
2.7.5. Maquinaria	31
2.7.6. Localización del Proyecto	32
2.7.8. Macro localización	32
2.7.9. Micro localización	32
2.8. INGENIERÍA DEL PROYECTO	35
2.8.1. Descripción del proceso de selección de la fruta	35
2.8.1.1. Elección y conservación de las frutas	37
2.8.2. Distribución de la Planta	44
2.9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	46
2.9.1. Nombre del negocio	46
2.9.2. Logotipo	46
2.9.3. Misión	47
2.9.4. Visión	47
2.9.5. Objetivos	47
2.9.6. Estrategia Empresarial	48
2.9.7. Estrategia de Competitividad	48
2.9.8. Estrategia de Crecimiento	48
2.9.9. Estrategia de Competencia	48
2.9.10. Estrategia operativa	48
2.9.11. Estrategias de mercadotecnia	49
2.9.12. Estrategia de Precio	49
2.9.13. Estrategia de Promoción	49
2.9.14. Estrategia de Producto	49
2.9.15. Estrategia de Plaza	50
2.9.16. Estrategia de Distribución	50

2.9.17. Estructura orgánica	50
2.9.18. Organigrama funcional	51
2.9.19. Asamblea general de socios	51
2.9.20. Concejo de Administración	52
2.9.21. La junta de Control y Vigilancia	53
2.9.22. Gerente	53
2.9.23. Contador	54
2.9.24. Agricultor	54
<b>2.10. MARCO LEGAL JURÍDICA Y FISCAL</b>	<b>55</b>
<b>2.11. ESTUDIO ECONÓMICO</b>	<b>60</b>
2.11.1. INVERSIÓN INICIAL	60
2.11.2. Detalle de las maquinarias, equipos, muebles y enseres	61
2.11.3. Vehículo	62
2.11.4. Equipamiento del área administrativa	63
2.11.5. Costos de Infraestructura	63
2.11.6. Gastos Administrativos	64
2.11.7. Gastos Nómina Cooperativa	65
2.11.8. Gatos de Depreciación	66
2.11.9. Pronóstico de compras y ventas	71
2.11.10. Presupuestos de costos y gastos	73
2.11.11. Capital de trabajo	73
2.11.12. Balance de situación inicial	74
2.11.13. Indicadores Financieros del Proyecto	76
2.11.14. Punto de equilibrio	78
<b>2.12 IMPACTOS DEL PROYECTO</b>	<b>81</b>
2.12.1. Análisis de Impactos	81
2.12.2. Impacto Socio Cultural	82
2.12.3. Impacto Económico	83
2.12.4. Impacto Ambiental	84
2.12.5. Impacto General	85
<b>3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>86</b>
3.1 CONCLUSIONES	86
3.2 RECOMENDACIONES	88

**BIBLIOGRAFIA**

**89**

**ANEXOS**

**91**

# **“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACION DE UNA COOPERATIVA COMERCIALIZADORA DE FRUTAS EN LA PARROQUIA DE TABIAZO CANTON ESMERALDAS PROVINCIA DE ESMERALDAS”**

## **RESUMEN**

El presente proyecto explica de manera sistemática la creación de una Cooperativa comercializadora de frutas en la parroquia Tabiazo en la ciudad de Esmeraldas, que satisfaga las necesidades de sus socios fundadores y a la vez las de los compradores del producto que gustan de consumir frutos naturales tratados de la mejor manera antes de llegar a las mesas de sus hogares.

Con el estudio de mercado realizado para sustentar el proyecto, se demuestra que una gran parte de la población de Esmeraldas, estaría dispuesta a comprar el producto (frutas producidas en la parroquia Tabiazo), en la nueva cooperativa Frutícola que se pretende crear, para ofertar una variedad de frutas de la zona, ya que existe un número muy importante de personas que realmente desean obtener este producto alimenticio que es muy sano para su salud.

La inversión que se determina dentro del proyecto es de \$65.617,25 dólares y estará financiado en su totalidad por capital propio de los socios, ya que es una cifra que está dentro de los parámetros financieros normales para iniciar una actividad comercial que en la presente no busca fines de lucro sino el beneficio para los agricultores socios y los clientes potenciales de la cooperativa.

El presente estudio demuestra que el proyecto además de ser rentables por tener una TIR 21,13%, se recuperaría la inversión dentro de los dos primeros años, situación que habla muy bien del éxito del negocio.

Para proyectar las ventas se tomó como referencia la población de la provincia de Esmeraldas, puesto que es el mercado donde en primera instancia se pretende penetrar y posicionar como una asociación seria y comprometida con sus socios y sus clientes.

# **“ESTUDY OF MARKET IN ORDER TO HER CREATIONS OF ONE COOPERATIVE SOCIETY COMERCIALIZADORA OF FRUITS ON THE PARISH OF TABIAZO CANTONAL ESMERALDAS PROVINCE OF ESMERALDAS”**

## **Abstract**

In this project systematically explains the creation of a marketing cooperative of fruit on Tabiazo parish in the city of Esmeraldas, which meets the needs of its founders and also the buyers of the product you like to eat natural fruits treated in the best way before arriving at the tables of their homes.

With the market study that was performed to support the project, it is shown that if there is much of the population would be willing to buy the product ( Tabiazo fruit produced in the parish) , the new Fruit cooperative to be created , for offer a variety of fruits in the area, as there is a very significant number of people who really want to get this food product that is very healthy for your health.

The investment is determined within the project is \$ 65,617.25 and will be funded entirely by equity partners because it is a number that is within the normal financial parameters to start a business in this no seeking profit but the benefit to farmers and members of the cooperative potential customers.

The present study demonstrates that the project will not be profitable to have an TIR of 21.13%, the investment would be recouped within two years, a situation that speaks highly of the success of the business.

To project sales took as reference the population of the province of Esmeraldas, as is the market where first instance is to penetrate and position as a serious and committed partnership with his partners Clients Worldwide.

## INTRODUCCIÓN

En la provincia de Esmeraldas, existen un sin número de agricultores que han hecho de esta actividad su forma de vida, los cuales deberían estar mejor organizados en algún tipo de asociación agrícola ya sea; gremios, cooperativas, entre otros; porque en la actualidad existen pocas asociaciones de este tipo, principalmente en lugares donde existe el potencial agrícola. Uno de estos sitios es la parroquia Tabiazo donde nace la necesidad de establecer una forma de organización para la venta de sus productos.

Es importante tomar en cuenta que por la falta de organización de los agricultores al momento de comercializar sus productos se presenta la inconformidad por las pérdidas que estos obtienen, todo por la falta de asesoramiento de conservación y comercialización del producto.

Los habitantes de la parroquia Tabiazo como el resto de campesinos de la zona, se encuentran en un momento de transición en su modo de vida; la economía de subsistencia está dando paso a la economía de mercado, eso determina que la cultura de estos pueblos se encuentra cambiando de manera significativa y ahora sus objetivos personales y como comunidad son diferentes y con mayores perspectivas hacia el futuro.

Las creencias y tradiciones propias de los pueblos se están perdiendo por la modificación de las relaciones entre la naturaleza, el ser humano y el contacto con otras culturas. La urgencia de satisfacer las necesidades básicas ha dado paso a su inserción dentro del mercado el que se ha convertido en el principal punto de referencia de la comunidad. Cuando mayor es el contacto con el exterior, mayor es el grado de transformación de sus valores. Debido a la crisis económica, los dueños de las fincas prefieren no utilizar el jornal por su alto costo y es así que los pobres de la comunidad se prestan ayuda a través de esta práctica.

Viviendo la necesidad de no poder comercializar sus frutas con rapidez y que no sean canceladas al precio justo por sus clientes nace la inquietud de realizar un Estudio de Mercado sobre la creación de una Cooperativa Comercializadora de frutas, con el interés de establecer beneficios económicos y sociales

destinados al progreso de la parroquia y de cada uno de sus habitantes. Con este estudio se daría la pauta necesaria para que sus habitantes se organicen y miren desde otro punto de vista la forma como tienen que desempeñarse en este campo, mediante una Cooperativa que ayude a mejorar su producción y sus ventas.

Ante toda esta situación se plantea la siguiente problemática: ¿Es factible la creación de una Cooperativa Comercializadora de frutas en la parroquia de Tabiazo cantón Esmeraldas provincia de Esmeraldas?, interrogante que se pretende despejar a través del presente estudio, cuya investigación se dirige de manera general al campo de la agricultura, en el área de la comercialización y específicamente el aspecto que existe una deficiente comercialización de la producción (frutas) en la parroquia Tabiazo, cantón y provincia de Esmeraldas. Este trabajo se justifica por cuanto:

<sup>1</sup>La Parroquia Tabiazo del Cantón Esmeraldas, tiene tierras prodigiosas y fértiles, donde se producen frutas como: banano, caña de azúcar, naranjas, mandarinas, papaya, mangos, maracuyá, aguacate, pepinos, zapallos, melón, sandía, zapote, entre otras variedades. Cuyas cosechas se convierten en el sustento diario de sus agricultores habitantes de esta zona; que se ven afectados por la escasez de ventas, por la falta de conservación de los productos; notándose obligados a botar y desperdiciar sus sacrificios, deslindando a una carestía económica del sector, observándose pobreza, y nivel de educación bajo; efecto de la incomodidad de la mala organización nace la inquietud de realizar un estudio de mercado para la creación de una Cooperativa Comercializadora de frutas con la que se pueda obtener los siguientes beneficios:

- Mejorar el poder negociador
- Reducir costos
- Obtener un excelente producto dentro de adecuados para cada tipo de fruta.

---

<sup>1</sup> <http://www.municipio-esmeraldas.org>

- Expandir los límites de ventas en mercados ya existentes
- Garantizar el abastecimiento necesario, según las temporadas de producción de cada fruta, ofreciendo productos de calidad bajo ciertas normas favorables para el agricultor.

Para este análisis se estudiaría las frutas más cosechadas por sus agricultores que son: aguacate, mango, papaya, mandarina, toronja y naranja.

Con el objetivo general de realizar un estudio de mercado para conocer la perspectiva del mismo en cuanto a la creación de una Cooperativa Frutícola Comercializadora de frutas en la Parroquia Tabiazo del cantón Esmeraldas. Y a la vez con objetivos específicos como: Identificar las características particulares del consumidor del producto (frutas); realizar un análisis técnico, operativo, administrativo y jurídico; y por último elaborar un análisis financiero del presente proyecto.

## **GENERALIDADES<sup>2</sup>**

En el sector agroalimentario las cooperativas agrarias de comercialización tienen una gran importancia económica aportando cerca del 38% de la producción final agraria. Pero su relevancia no es solo económica o como generadora de empleo, sino también por el papel que juegan al hacer posible el acceso a muchos agricultores a comercializar sus productos entre distintas alternativas y condiciones adecuadas.

Desde el punto de vista organizativo y de gobierno, estas alternativas difieren en su grado de integración, suponiendo la cooperativa un paso intermedio entre la transacción libre en el mercado a través de depósitos de ventas, donde no existe ningún tipo de integración.

La cooperativa frutícola se aprovisiona casi en su totalidad de las producciones de sus socios, los cuales además son también sus propietarios, usuarios de sus servicios y supervisores de una organización que distribuye el beneficio de forma

---

<sup>2</sup>

[www.corpei.org.ec](http://www.corpei.org.ec)

igualitaria sobre la base del uso o volumen comercializado por el agricultor (Barton, 1989).

Dicho esto, el estudio se centrará en cómo dicha relación de aprovisionamiento que mantiene la cooperativa con sus socios agricultores determina el desempeño de mercado de la sociedad cooperativa y, consecuentemente, sus posibilidades de supervivencia en el mercado (Bijman, 2002). Dada la relevancia que tienen las cooperativas dentro de la comercialización de productos agrarios, resulta de especial interés estudiar los factores que influyen en su desempeño (Vargas y García, 2003), más aún en un sector cada vez más competitivo como es el de la cadena de suministro de productos frutícolas.

Un estudio de mercado<sup>3</sup> consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes:

- Análisis del consumidor
- Análisis de la competencia
- Análisis de la Estrategia

Los mercados<sup>4</sup> son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto, son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

El mercado está compuesto de vendedores y compradores que vienen a representar la oferta y la demanda.

Se realizan relaciones comerciales de transacciones de mercancías.

Los precios de las mercancías tienden a unificarse y dichos precios se establecen por la oferta y la demanda.

---

<sup>3</sup> S. Miguel, E. Bisque, J.P. Lenin, Antonio C. Investigación de Mercado

<sup>4</sup> ARMSTRONG, Gary y KOTLER, Philip. Mercadotecnia. México. Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos que se pueden aplicar en la práctica en cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a examinar, como son:

- ✓ El consumidor
- ✓ El producto
- ✓ El mercado
- ✓ Medios de comunicación

### **Asociación o Cooperativa<sup>5</sup>**

Dentro del presente Es aquella Organización autónoma de personas que se unen voluntariamente con el objetivo de hacerle ellos mismos frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales a través, entonces, de la conformación de una estructura democrática, cuya gestión y administración se llevará a cabo tal como lo acuerden todos los socios que la integran. Es decir, a diferencia de muchas empresas que presentan un único dueño y una sola persona que se encarga de la toma de decisiones importantes, en las cooperativas, todos los socios son poseedores de ella y todos toman decisiones en el marco de la más absoluta democracia. Existen tipos de cooperativas<sup>6</sup> de conformidad al objeto u objetos que pretenden desarrollar, las cooperativas pueden agrupar pescadores artesanales, campesinos, agricultores, mineros, comerciantes, artesanos, escolares, etc.

### **Ciudad de Esmeraldas**

La ciudad de Esmeraldas es la capital de la provincia homónima, está situada en la parte central de la misma; en cuyo territorio la mayoría de su población es

---

5

<http://www.decoop.cl/Inicio/FomentoCooperativo/CursosenL%C3%ADnea/DEFINICI%C3%93NYTIPODECOOPERATIVAS/tabid/128/Default.aspx>

6 ANDRADE RUBEN DARIO, Legislación Económica del Ecuador

afrodescendientes; pero, también existen mestizos, mulatos y otras etnias como los Chachis.

Aquí se concentra el folclor esmeraldeño, con manifestaciones particulares de música, danza y coplas.

La marimba es el instrumento por excelencia, que va acompañada de otros instrumentos como el cununo y el guazá, y que se ha convertido en el símbolo de la negritud.

La comida esmeraldeña se basa en los mariscos, verde y coco, lo que la hace muy particular y sabrosa entre la gastronomía de las otras provincias del país. Uno de los principales platos típico esmeraldeño es el "encocao de pescado", preparado con el zumo del coco, lo que lo hace muy exquisito y popular entre moradores y viajeros; entre otros platos típicos encontramos: el tapao, a base de pescado y plátano, patacones, empanadas, bolas y bolones de verde, también con el plátano como base.

En esta ciudad están localizados:

- El Terminal petrolero de Balao, primer puerto marítimo ecuatoriano de alta mar por el que se exporta el crudo de la Amazonía;
- La Refinería Estatal, principal productora de derivados del petróleo, y
- La Central térmica Esmeraldas, la más importante del país, que genera 132,5 megavatios de energía.

La ciudad y la provincia en sí están servidas por el Aeropuerto Carlos Conchas Torres en Tachina, el cual tiene una pista de 2.400 metros.

La ciudad de Esmeraldas tiene 175.000 habitantes Urbanos y 228.612 Rurales, y se considera que alberga al 80% de la población negra del Ecuador.

En el cuadro a continuación se puede ver algunos índices demostrativos de su situación:

ÍNDICES	ESMERALDAS
Tasa Desempleo %	10,5
Tasa Subempleo %	65,9
INDICADORES DE EDUCACIÓN	
Analfabetismo (% mayores de 15 años)	11,60%
Escolaridad (promedio de años de estudio)	6
Primaria completa (%mayores de 12 años)	56,40%
Secundaria completa(%mayores a 18 años)	17,90%
Instrucción superior (%mayores a 24 años)	14,70%

**Fuente:** INEC, 2011

**Elaborado por:** Mónica Alcántara

Esta provincia septentrional se sitúa en tierras bajas, en donde las mayores altitudes no sobrepasan los 600 metros sobre el nivel del mar; está atravesada por varias estribaciones que son prolongaciones de la cordillera occidental de los Andes; al este se encuentran las cordilleras de Cayapas y Toisán; y al oeste las montañas de Muísne, Atacames y Cojimíes.

El sistema hidrográfico es importante ya que varios de sus ríos se han convertido en vías de acceso natural para el transporte de productos a distintos lugares, tanto al interior como al exterior de la provincia. Entre los principales están: Cayapas, Santiago, Esmeraldas y Blanco.

Existen dos climas definidos "tropical monzón", con una temperatura promedio de 21°C, y "tropical húmedo", en las cuencas centrales y costa externa septentrional, cuya temperatura promedio es de 25 °C.

El puerto de Esmeraldas es importante para la zona norte del Ecuador; aquí se exporta principalmente madera y astilla; también se exporta el banano y otros productos agrícolas.

De la misma forma encontramos: Balao, que constituye el puerto petrolero de Ecuador, el cual influye en gran parte a la economía local y nacional.

Dentro de la ciudad se puede destacar su playa (Las Palmas), la cual es muy hermosa y tiene fines de semana con atención culinaria, vida nocturna y bastante diversión.

Su suelo permite la producción de arroz, maíz, palma africana, abacá y una gran variedad de frutas tropicales.

Entre las principales especies forestales están: chanul, balsa, laurel, sande, guayacán y tangaré.

La crianza de ganado vacuno y porcino es importante. Los recursos marinos de peces (corvina, pargo, lisa, atún, etc.), son abundantes y variados constituyéndose en rubro importante de su economía.

En cuanto a su estructura vial está constituida básicamente por una carretera que bordea la costa uniendo La Tola, Lagarto, Montalvo, Rocafuerte, Río Verde, Camarones, Tachina y San Mateo; otras vías son: Esmeraldas - Atacames - Súa - La Unión - Muísne - Esmeraldas - Quinindé (Rosa Zarate) con rumbo a la nueva provincia de Santo Domingo de los Tsachilas y la ciudad de Quito; esta última en el sector de la Independencia se une a la nueva vía que viene desde la provincia de Pichincha y además pasa por San Miguel de los Bancos y Pedro Vicente Maldonado.

Entre sus parroquias rurales del cantón Esmeraldas, se encuentra Tabiazo.

### **Tabiazo<sup>7</sup>**

A 25 minutos de la ciudad de Esmeraldas, está ubicado el balneario de agua dulce de Tabiazo, donde a más de sus cálidas aguas el visitante puede degustar de ricos platos típicos preparados con la sazón de la zona.

Entre la gastronomía que se ofrece están: encocados de camarón de río, de guanta y gallina ahumada. También caldos de gallina criolla y la tradicional rellena.

### **Diversión**

Para los espectadores del fútbol, actualmente los fines de semana se juega el campeonato invernal con la participación de varios clubes, en la cancha situada cerca de la vía principal de acceso al pueblo.

---

<sup>7</sup>

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Tabiazo 2012 - 2022

Quienes gustan de los juegos de salón en la comunidad existen dos billares. Otra de las alternativas de distracción son las peleas de gallos.

### **Balnearios Tabiazo**



**Fuente:** imágenes Rio

Tabiazo

### **Actividades económicas principales de Tabiazo**

Los pobladores de estos sectores en su mayoría tienen parcelas para la producción agropecuaria, ya que poseen grandes extensiones de tierras que se utilizan para la agricultura, entre los principales frutos que se da en estas tierras se tiene: café, cacao, plátano, banano, naranja, mamey, caimito, caña de azúcar, aguacate, zapote, mandarina, limón criollo, papaya, mango y ciclo corto.

Para la comercialización de sus productos los agricultores cuentan con un centro de acopio donde existen intermediarios que ocasionan que los agricultores salgan perjudicados, cuando sus productos son recibidos en precio y peso con beneficio a los revendedores.

Otra actividad que genera recursos en la zona es la extracción de la madera y la producción de carbón mediante la quema de la madera.

En cuanto a las mujeres de esta parroquia encuentran generación de recursos en prestar sus servicios como empleada doméstica.

El turismo en el balneario de Tabiazo, también es una fuente de ingresos para el sector, debido a sus hermosos paisajes, apacible río e incomparable comida típica preparada con la sazón que solo el campo y la naturaleza le da.

## **Población económicamente activa**

En Tabiazo la agricultura según el Plan de desarrollo territorial desarrollado para el entorno, cubre el 45% de las actividades económicas de la zona y genera un 60% de los ingresos familiares de acuerdo a los datos recopilados en las mesas participativas.

Se entiende que las edades en las que fluctúa la población activa esta entre los 18 hasta los 75 años.

En lo referente a la actividad ganadera constituye un 20% de la producción de la zona y genera un 20% del sustento económico familiar de la zona; y el resto de actividades con menor porcentaje de generación sería, la crianza de animales menores, la pesca, la extracción de la madera y la actividad turística.

## **Seguridad y convivencia**

En la cabecera parroquial existe un UPC, con elementos policiales encargados de dar seguridad a la parroquia.

## **Servicios Básicos**

El agua que recibe la cabecera parroquial de Tabiazo y Suberé es entubada, extraída de un pozo para ser distribuida a través de la red pública, de la cual solo el 21% de la población recibe agua, según censo del INEC 2010.

Alcantarillado, se expresa que solo el 13% de los pobladores de la parroquia cuentan con este servicio el resto no posee este servicio.

Energía eléctrica, la mayoría de sus pobladores cuentan con este servicio importante para el desarrollo de sus vidas y economía sectorial.

En lo referente a telefonía e internet, Tabiazo está conectado con el mundo a través del servicio que presta la empresa CNT.

## **1. METODOLOGÍA**

Para efectivizar este trabajo de investigación se consideró los niveles o tipos de investigación crítico - positivo porque se inició con un diagnóstico que conllevó a la realización de un análisis crítico sobre la situación actual del problema, a la vez que permitió elaborar una propuesta de negocio para la creación de una Cooperativa agrícola que se dedique a la comercialización de frutas en el mercado de Esmeraldas.

Para determinar la factibilidad y aceptación del producto se realizó una investigación en la parroquia Tabiazo, ciudad de Esmeraldas, en un periodo de 4 meses iniciando en septiembre y finalizando en diciembre de 2013, a través de la investigación exploratoria de campo, ya que este tipo de investigación se define como la recolección de información mediante diferentes mecanismos no estructurales e informales.

Para hallar el número de familias a encuestar, se aplicó la fórmula estadística para obtención de la muestra, la cual de acuerdo a los datos ya obtenidos según el censo de población y vivienda del 2010, existen en el área urbana, de la ciudad de Esmeraldas 44.023 hogares, para lo cual se procedió a realizar su despeje obteniendo como resultado el tamaño de la muestra de 139 encuestas.

En esta investigación la información primaria se la recopiló a través de encuestas, entrevistas y observación.

Las encuestas fueron dirigidas a los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Esmeraldas, los cuales aportaron con información importante para la elaboración del proyecto.

Las entrevistas se las realizaron a los posibles socios de la Cooperativa objeto del estudio, y a los potenciales clientes consumidores en grandes volúmenes del producto que se comercializa (heladerías, hoteles, restaurantes despensas, Mini market, Fruterías, etc.), obteniendo así una visión más clara de la realidad en el mercado que se pretende penetrar.

Y por último la observación que sirvió de mucho ya que con ella se pudo constatar de manera directa y en el lugar de los hechos todos los acontecimientos relacionados con el proyecto, para tener una concepción más objetiva de la investigación realizada.

La información secundaria fue obtenida de libros, internet, revistas, etc.

Para la obtención de información en la presente investigación se utilizó el método deductivo ya que partimos de una concepción en general hasta llegar a conclusiones específicas del tema objeto del estudio. Se utilizó también el método inductivo, pues por medio de éste se analizó una problemática existente para luego proponer una nueva alternativa de trabajo.

## 2. RESULTADOS

### 2.1. Presentación

A continuación se presenta los resultados obtenidos en las encuestas dirigidas a las familias de la ciudad de Esmeraldas, con el fin de recabar información muy importante y de primera mano con respecto a gustos y preferencias entorno al proyecto que se pretende implantar.

### Pregunta 1

1. ¿Usted realiza compras de frutas?

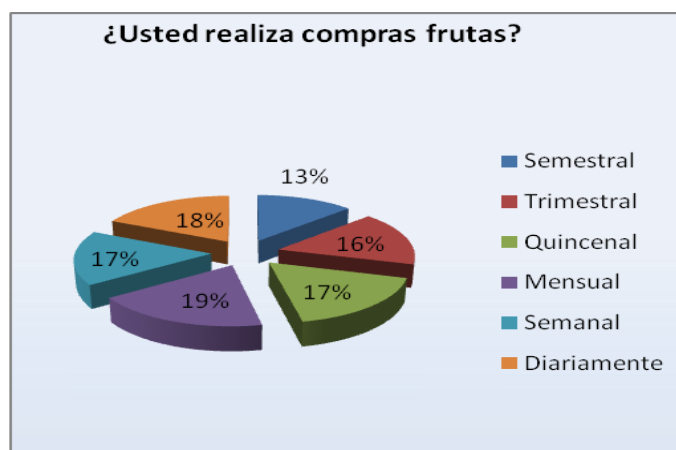
Tabla 1

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Semestral	18	13%
Trimestral	23	17%
Quincenal	24	17%
Mensual	26	19%
Semanal	23	17%
Diariamente	25	18%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 1



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Existe una frecuencia mensual alta de personas que realizan sus compras y que por ende son potenciales compradores de frutas principales dentro de la dieta del hogar.

## Pregunta 2

2. ¿Usted compra frutas por?

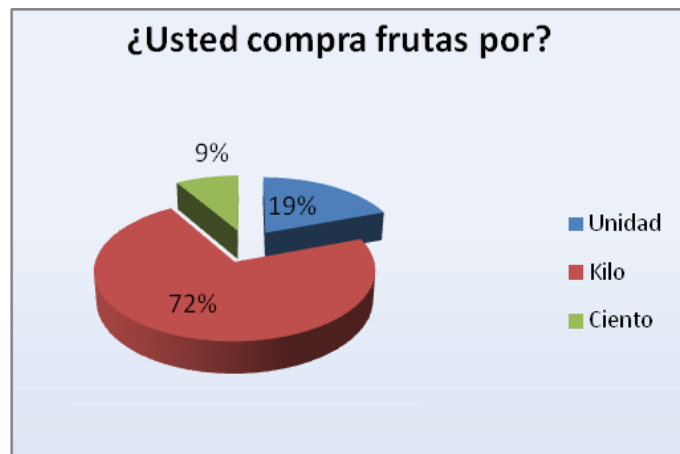
Tabla 2

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Unidad	27	19%
Kilo	100	72%
Ciento	12	9%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 2



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Esta pregunta corrobora lo antes dicho en la interrogante, puesto que las personas realizan compras de frutas; pero, en su mayoría por kilos, lo que hace pensar que adquieren una cantidad considerable del producto.

### Pregunta 3

3. ¿Qué tipo de frutas compra?

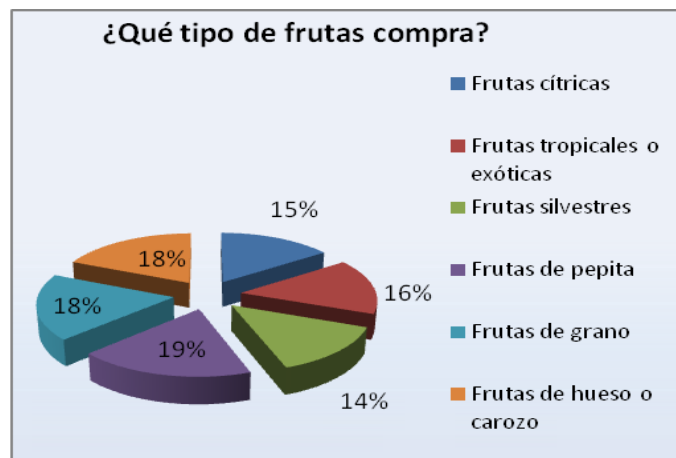
Tabla 3

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Frutas cítricas	99	15%
Frutas tropicales o exóticas	101	16%
Frutas silvestres	89	14%
Frutas de pepita	120	18%
Frutas de grano	120	18%
Frutas de hueso o carozo	120	18%
<b>TOTAL</b>	<b>649</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 3



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

La población encuestada tiene una preferencia por todas las frutas que se encuentren en temporada, ya que en base a los resultados se obtuvo una respuesta homogénea.

## Pregunta 4

4. ¿Usted estaría dispuesto a comprar en una nueva Cooperativa comercializadora de frutas en la ciudad de Esmeraldas?

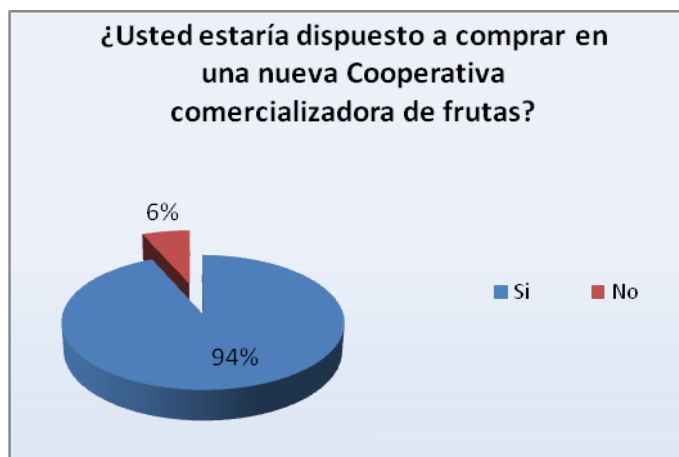
Tabla 4

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	130	94%
No	9	6%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 4



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Se obtuvo una respuesta positiva considerablemente en su mayoría, entorno a la idea de acudir a realizar sus compras a un establecimiento específicamente creado para comercializar este tipo de producto.

## Pregunta 5

5. ¿Por qué servicios usted compraría en la nueva Cooperativa comercializadora de frutas en la ciudad de Esmeraldas? Escoja en orden de prioridad del 1 al 9, teniendo en cuenta que el número 9 es el más importante.

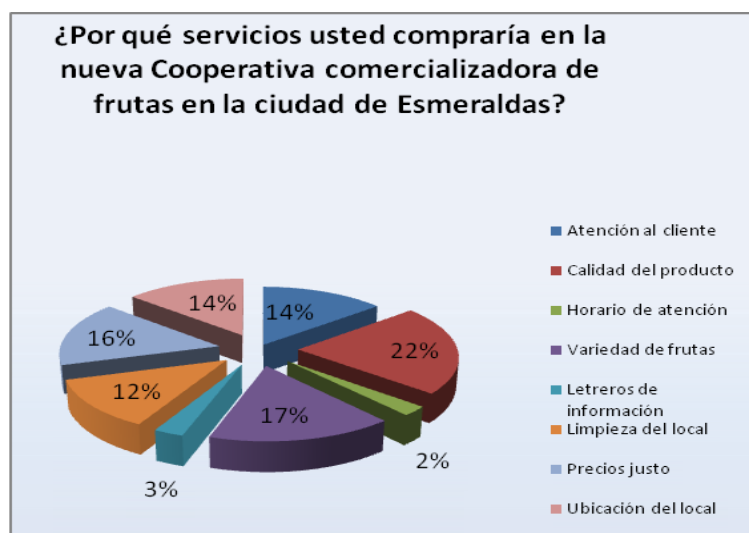
Tabla 5

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	87	14%
Calidad del producto	139	22%
Horario de atención	15	2%
Variedad de frutas	105	17%
Letreros de información	17	3%
Limpieza del local	78	12%
Precios justo	101	16%
Ubicación del local	85	14%
<b>TOTAL</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 5



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Se obtuvo una respuesta concreta y lo cual se deberá tener muy en cuenta al momento de poner en marcha en proyecto: Calidad del producto, variedad de frutas y precio justo.

## Pregunta 6

6. ¿En qué parroquia de Ciudad de Esmeraldas vive?

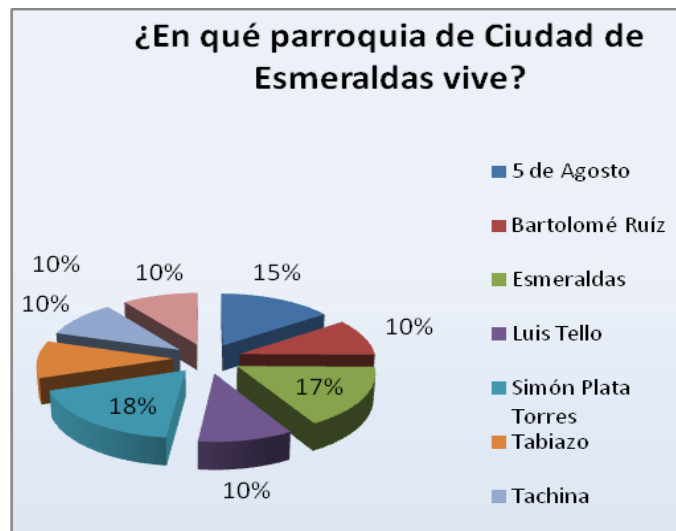
Tabla 6

Variables	Frecuencia	Porcentaje
5 de Agosto	21	15%
Bartolomé Ruíz	14	10%
Esmeraldas	23	17%
Luis Tello	14	10%
Simón Plata Torres	25	18%
Tabiazo	14	10%
Tachina	14	10%
Vuelta Larga	14	10%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 6



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

De acuerdo al presente resultado se realizó una encuesta en lo posible equitativa en cuanto a la cobertura en la aplicación de la misma, todo esto con el fin de obtener información más fidedigna y apegada a la realidad de todos los habitantes.

## Pregunta 7

7. ¿Dónde realiza sus compras habitualmente?

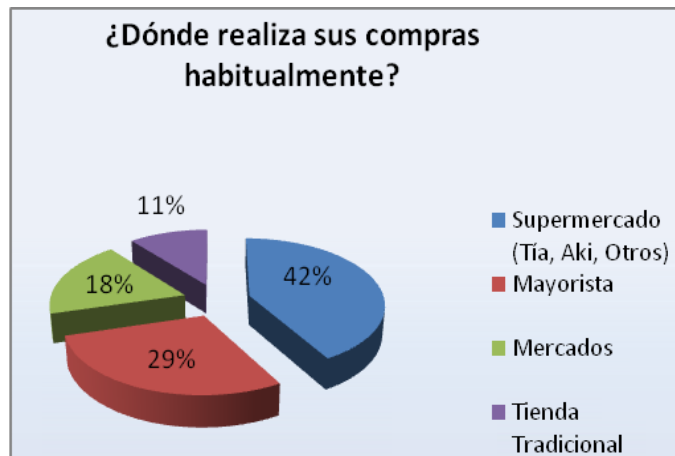
Tabla 7

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado (Tía, Aki, Otros)	58	42%
Mayorista	40	29%
Mercados	26	19%
Tienda Tradicional	15	11%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 7



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

La mayoría de las personas realizan sus compras en los supermercados y mayorista ya que en cada uno de ellos encuentran una de las distintas características y cualidades que buscan en su proveedor de frutas. (Calidad del producto, variedad de la fruta y precio justo), aspectos que se deben tener para captar este mercado.

## Pregunta 8

8. ¿Le gustaría que las frutas fueran entregadas a domicilio?

Tabla 8

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	21%
No	110	79%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 8



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Los encuestados prefieren estar presente al momento de la adquisición de su producto, en este caso las frutas, ya que es una costumbre o cultura escoger de la variedad lo que se va a llevar a la mesa.

## Pregunta 9

9. ¿Aproximadamente cuánto es la cantidad de dinero que destina para la compra de frutas?

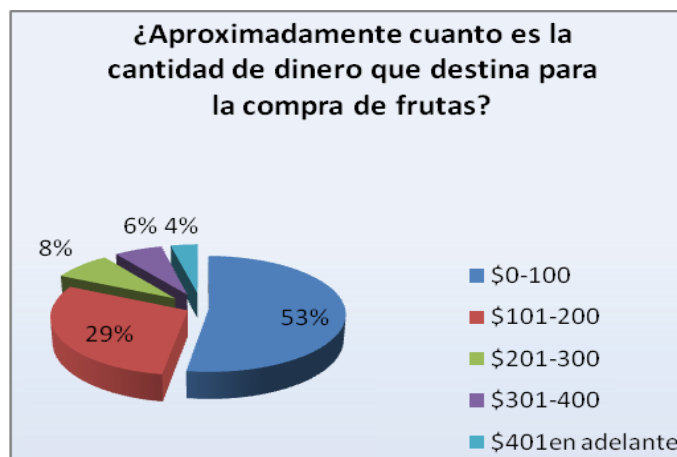
Tabla 9

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$0-100	73	53%
\$101-200	41	29%
\$201-300	11	8%
\$301-400	9	6%
\$401en adelante	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 9



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Regularmente la población encuestada destina una considerable cantidad de dinero en la adquisición de frutas ya sea semanal o mensualmente, lo que habla muy bien del comercio que se quiere implementar en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

## Pregunta 10

10. ¿El pago por adquisición de las frutas lo hace en?

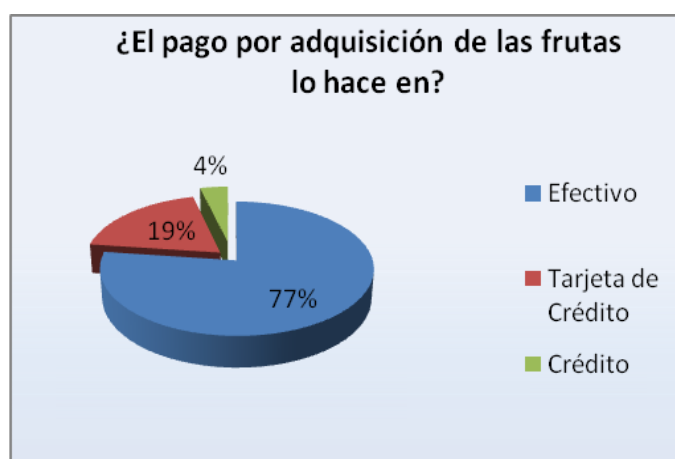
Tabla 10

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	101	77%
Tarjeta de Crédito	25	19%
Crédito	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

Gráfico 10



Fuente: encuestas

Elaborado por: Mónica Alcántara

De acuerdo al volumen de la transacción y a las condiciones o comodidades que pueda prestar su proveedor de frutas, las personas en su mayoría lo hacen en efectivo.

### 2.2. Interpretación de los resultados

Luego de recopilar toda la información y filtrar los datos más importantes y fundamentales para el acertado desarrollo del presente proyecto, se pudo

constatar que el comercio de la fruta, es uno de los que mejor aceptación está teniendo en la sociedad hoy en día, ya que los habitantes están tomando en cuenta una alimentación sana para sus familias, donde la fruta ocupa uno de los primeros puesto en la mesa de los hogares, es por eso que el proyecto en estudio mantiene una aprobación positiva en el mercado.

El mercado de la ciudad de Esmeraldas según la investigación realizada tiene una preferencia equitativa por las frutas del medio, gusta de realizar sus compras en proveedores donde les brinden calidad en el producto, variedad y precio justo, motivo por el cual acuden a mayoristas y supermercados que aunque no son específicamente comercializadores de frutas tienen una línea de ventas orientadas a esta gama y cumplen con algunas de las característica y cualidades que buscan los consumidores potenciales de frutos.

En cuanto a la cantidad de dinero que destinan al consumo de frutas en su mayoría está en el rango de 0 a \$100 dólares (pregunta N. 9), con una frecuencia mensual (pregunta N. 1).

En lo que se refiere a los habitantes productores de la zona de Tabiazo, están de acuerdo en pertenecer a la Cooperativas para comercializar sus productos y mejorar su nivel de vida, ya que la agricultura es una de las principales fuentes de empleo.

En las entrevistas realizadas a los productores socios y clientes potenciales de la cooperativa frutícola en Tabiazo, se pudo recabar información muy importante para el proyecto.

En la aplicada a los socios potenciales se encontró que en la zona no existe ningún tipo de organización constituida con fuerza orientada a la comercialización de las frutas en la localidad de Tabiazo, y que en la zona la capacidad productiva de frutas es muy considerable que podría llegar a satisfacer una gran parte de la demanda en la ciudad de Esmeraldas.

Por todo lo anteriormente dicho los entrevistados concluyen con una actitud positiva en cuanto a deseo de querer pertenecer a una asociación que los organice y fomente su actividad agrícola.

En las entrevistas dirigidas a los propietarios de negocios relacionados con el objeto del proyecto en estudio, se pudo conocer que una gran parte de ellos no se encuentran a gusto con el actual proveedor de frutas y que estarían dispuestos a cambiar de abastecedor si las frutas que se les ofrecerían posean características fundamentales como: frescura, tamaño y variedad.

En la información obtenida mediante la técnica de la observación, se constató que hace falta un mecanismo de tratamiento de la cosecha y comercialización de la misma en el sector de Tabiázo, y que sus habitantes mantienen una actitud abierta en cuando a la idea de organizarse para obtener mayor beneficio de su actividad.

## **2.3. DEMANDA Y OFERTA**

### **2.3.1 Demanda**

Actualmente en la provincia de Esmeraldas existe una importante y gran demanda de toda clase de frutas, ya que se puede observar la considerable cantidad de personas que día a día consumen mucha fruta, ya sea por deseo, alimentación o por recomendación médica, las mismas que acuden con gran frecuencia al mercado a proveerse de este producto; no siempre encontrando lo que se desea, y si se lo encuentra tienen precios muy elevados; debido a que la mayoría de frutas a veces son traídas de otras partes o existen intermediarios, situación que influye de manera directa en el incremento de su valor de venta.

Entre los sectores de mayor consumo de las frutas que se comercializaran están las heladerías, hoteles, restaurantes, mini market, despensas, etc.

### **2.3.2. Naturaleza de la demanda del proyecto**

La demanda de las frutas en el mercado de la provincia de Esmeraldas, es alta, ya que son parte de la canasta familiar, por los beneficios que la salud tiene al consumirlas.

Tabiazo es una de las parroquias que tiene una buena producción, ya sea por su calidad o por el volumen de sus cosechas, sin dejar de lado la variedad de productos que producen estas fértiles tierras.

### **2.3.3. Estructura preferencial y gustos de la demanda de consumo**

De acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas, a los habitantes de la ciudad de Esmeraldas entre las frutas que tienen un alto consumo estarían: Naranjas, Mandarinas, Aguacate, Papaya, Toronja.

### **2.3.4 Nivel de ingresos de la demanda**

Para el consumo de las frutas no se necesita mayores ingresos, ya como se lo pudo constatar en el estudio de mercado realizado que todas las familias encuestadas destinan un rubro de sus ingresos al consumo de frutas, en su dieta diaria de alimentación. Es por eso que al formar parte de la canasta familiar en la mayoría de hogares esmeraldeños y ecuatorianos, no es necesario tener un ingreso extra para su adquisición.

### **2.3.5. Precios de las frutas**

Los productores de frutas venden sus productos de acuerdo a la libre oferta y demanda, ya que para obtener ganancias fijan los precios de las diferentes frutas considerando los del mercado y la disposición de pago del consumidor. A continuación precios que oscilan en el mercado esmeraldeño de las frutas a comercializar.

Cuadro N° 1: Cuadro precios frutas en el mercado ciudad Esmeraldas

<b>Frutas</b>	<b>Unidad Medida</b>	<b>precio</b>
NARANJA	UNIDAD	\$ 0,19
PAPAYA	UNIDAD	\$ 0,75
GUINEO	KILO	\$ 0,79

MANDARINA	UNIDAD	\$ 0,10
LIMÓN	KILO	\$ 1,74
MANGO	UNIDAD	\$ 0,24
TORONJA	UNIDAD	\$ 0,20
AGUACATE	UNIDAD	\$ 0,40

**Fuente:** Mercado Municipal Esmeraldas

**Elaborado por:** Mónica Alcántara

### **2.3.6. El comportamiento de la demanda**

La demanda que posee el presente proyecto de creación de una cooperativa frutícola en el Recinto Tabiazo es inelástica, debido a que las variaciones que se presentan en el precio no afectará representativamente en la decisión de compra, por lo que las personas con regularidad adquieren diferentes variedades de frutas sin importar el precio, pues siempre existirá la necesidad de consumo de estos aunque sea mucho o poco.

### **2.3.7 Competencia perfecta**

Es aquella donde existen varios demandantes y varios oferentes, por lo tanto la competencia es totalmente libre y justa.

La cooperativa de comercialización de frutas, se encuentra en una competencia perfecta con otros mercados del medio donde el consumidor también las puede adquirir a buen precio, buena calidad, variedad y cantidad requerida.

Podemos tener como competencia a la cooperativa de frutas:

- En el mercado municipal, (Olmedo y Pichincha), donde se ubican camiones, vendiendo al por mayor y menor frutas.
- Según las encuestas realizadas, normalmente se ubican a los alrededores del mercado municipal 12 carros a realizar sus ventas, de distintas frutas, En el sector del centro de la ciudad hay 10 lugares estables que realizan este tipo de venta, en carretas ubicadas en las esquinas de las calles.

### 2.3.8. Cultivos de acuerdo a la época climática

La zona corresponde a un clima húmedo tropical por la exuberancia de sus bosques nativos del sector, por lo cual los meses más fríos son de Agosto a diciembre en las épocas de verano y los de mayor calor son de enero a julio que es la época donde se presentan las lluvias y los meses más secos son octubre y noviembre que es la temporada donde corre el viento en toda dirección.

La producción agrícola en la zona está compuesta por dos aspectos fundamentales que dividen la forma de producción de acuerdo a las épocas climáticas que se somete la región.

Cuadro N°2: Cultivos permanentes meses de cosecha

Frutas	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
NARANJA												
PAPAYA												
BANANO												
MANDARINA												
LIMÓN												
MANGO												
TORONJA												
AGUACATE												

Fuente: Entrevistas Parroquia Tabiazo

Elaborado por: Mónica Alcántara

## 2.4. ESTUDIO DE MERCADO

El presente apartado tiene como finalidad apoyar las bases necesarias para la creación de una cooperativa en la parroquia Tabiazo, por lo que es necesario entonces, definir los productos en el mercado, sus características, usos, importancia y el área del mercado; además del comportamiento de la oferta, la demanda y precios tanto en el ámbito local como nacional de la producción y comercialización.

Este estudio consiste en el análisis de la producción y de los productores de la parroquia de Tabiazo, Cantón Esmeraldas, Provincia de Esmeraldas, para analizar la comercialización de sus productos, en el precio y mercados a

venderse; en este caso las frutas de ciclos cortos y permanentes como: mandarina, naranjas, aguacate, papaya, mango, etc., estudiando los siguientes aspectos:

- Características de las frutas cosechadas
- Análisis de la oferta y capacidad de producción
- Análisis de la demanda, (mercado que se desea cubrir)
- Análisis de comercialización de las frutas, precios en unidades
- Análisis de Cultivo, cosecha, almacenamiento y duración de frutas cultivadas.

#### 2.4.1. Mercado proveedor

El mercado con el que contara la Cooperativa serán los agricultores de la zona rural de Tabiazo, ya que en esta región se producen las mejores variedades de frutas y de calidad, tales como; naranja, mandarina, toronja, aguacate, papaya, coco, mango, maracuyá y banano, las cuales son muy apetecidas en el mercado esmeraldeño.

En esta parroquia según datos obtenidos del MAGAP, se encuentran registradas en el 2014, 32 fincas con una extensión y capacidad de producción detallada en la siguiente tabla.

Tabla N° 11: Tabla capacidad de producción por productos en la parroquia Tabiazo

FRUTAS	SUPERFICIE (HA)	PRODUCCIÓN TM	% PARTICIPACIÓN SUPERFICIE
NARANJA	840	201	5%
PAPAYA	724	182	5%

BANANO	1245	1868	51%
MANDARINA	648	325	9%
LIMÓN	885	245	7%
MANGO	553	187	5%
TORONJA	778	285	8%
AGUACATE	654	402	11%
<b>TOTAL</b>	<b>6327</b>	<b>3695</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Parroquia Tabiazo  
**Elaborado por:** Mónica Alcántara

#### **2.4.2. Cultivo de frutas en Tabiazo**

En Tabiazo, el 90% de las familias habitantes de esta parroquia se dedican a la producción agrícola, teniendo mayor sembrío las frutas, las cuales son cultivadas en parcelas, fincas en pequeñas cantidades, puesto que no tienen motivación, para la cosecha y producción.

En el mercado de la provincia estas frutas son muy aceptadas, vienen de un suelo sano, limpio, y sin mucha tecnología, lo que permite que el consumidor ingiera productos buenos para su salud. La falta de organización en la comercialización de sus frutas cosechadas ha permitido que esta parroquia no crezca económicamente, teniendo la oportunidad de ser reconocida por sus frutas.

#### **2.4.3. Características de las frutas cosechadas**

Las frutas cosechadas a nivel de la provincia de Esmeraldas, en el país son consideradas muy buenas por su calidad, poseen propiedades físicas y orgánicas, excelentes para la salud del ser humano, cabe notar que son la base del sostenimiento para el pequeño agricultor tanto en período de auge como de crisis.

Para efectos del tema de investigación como se mencionó anteriormente en este documento, tomaremos para estudio las frutas más cosechadas por sus agricultores que son: naranja, papaya, banano, mandarina, limón, mango, toronja y aguacate.

- **Naranja**

Originaria de China y Japón. Se utilizaban como decoración en los jardines por su belleza y aroma. Contiene vitaminas A, B2, B1, B6 y C; aluminio, calcio, bario, cadmio, cobre, cromo, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio, zinc.

La naranja posee unas características especiales que le ha hecho tener innumerables variedades naturales, debido a multitud de causas, como pueden ser variaciones importantes de las temperaturas a lo largo del año, polinización especial, sequías o abundantes aguas, etc. La mayoría de las variedades han surgido como mutaciones estables. Estas mutaciones son muy frecuentes en cítricos y se estabilizan rápidamente.



Fuente: Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Papaya**

Es originaria de México según unos autores y de los Andes peruanos según otros. Se cree que desde México, el cultivo de la papaya se extendió a todos los países tropicales. Actualmente se cultiva en Florida, Hawai, África Oriental, Sudáfrica, India, Islas Canarias, Malasia y Australia.

Es una fruta blanda, muy jugosa y de consistencia mantecosa. Pertenece a la familia de las Caricáceas, formada por 71 especies de árboles sin ramas que producen grandes frutos y crecen en regiones tropicales de África y Sudamérica. Existen otras especies que pertenecen al mismo género que el papayo común, del que procede la papaya, cuyos frutos no son comestibles. Esta fruta ocupa el primer puesto mundial en lo que a exportación se refiere.



**Fuente:** Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Banano**

El banano es una planta nativa de India, Australia y Africa tropical. Puede crecer hasta 20 pies o más. El banano es de la familia de las Musáceas, la cual incluye al guineo y al plátano (también conocido como plátano macho). Su cultivo se ha extendido a los países tropicales en Latinoamérica y el Caribe. Una de las ventajas del banano, además de su rico sabor y de sus beneficios para la salud, es que es una fruta que se puede conseguir durante todo el año.



**Fuente:** Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Mandarina**

La Mandarina es de forma esférica más deprimida por los polos, de olor intenso, sabor agradable, con cáscara delgada y con gajos que se separan con facilidad. Tiene un valor nutritivo muy similar al de la naranja, pero es un fruto más frágil y más expuesto a sufrir daños durante la manipulación.



**Fuente:** Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Limòn**

El limón así como muchos otros alimentos, llegaron a América por los mismos conquistadores. Fue introducida en Europa por los cruzados del siglo XII a través de Oriente Medio y África del Norte. Éstos no realizaban ninguna de sus travesías sin tenerlo entre sus provisiones pues, ya eran conocidas sus propiedades para prevenir y combatir el escorbuto. Enfermedad que se origina por falta de vitamina C. El árbol florece todo el año y se clasifican de acuerdo a la época de maduración de las distintas variedades. Tempranas, en otoño, intermedias, principio del invierno y tardías de principio de la primavera. Tiene diversas aplicaciones culinarias tanto para aderezar como para cocinar alimentos o realizar licores.

El limón ocupa un primer lugar entre los frutos curativos, preventivos y de aporte vitamínico, transformándolo en un gran eliminador de toxinas y un poderoso bactericida.



Fuente: Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Mango**

Es una fruta de la zona intertropical, de pulpa carnosa y semiácida. Ésta puede ser o no fibrosa, siendo la variedad llamada "mango de hilacha" la que mayor cantidad de fibra contiene. Es una fruta normalmente de color verde en un principio, y amarillo o naranja cuando está madura, de sabor medianamente ácido cuando no ha madurado completamente. De origen asiático, principalmente de la India, comprende numerosas variedades, muchas de ellas obtenidas por injerto.



Fuente: Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Toronja**

Es un árbol de la familia de las rutáceas, cultivado por su fruta. Es un híbrido, probablemente producido de forma espontánea entre la pampelmusa (Citrus

máxima) y la naranja dulce (*Citrus x sinensis*) en las plantaciones del mar Caribe alrededor del siglo XVII. No se conoce con exactitud el origen del pomelo, aunque numerosas investigaciones señalan que se trata de un cruce natural entre el naranjo dulce y el pummelo.



Fuente: Cultivos Parroquia Tabiazo

- **Aguacate<sup>8</sup>**

Las características generales son entre otras: Crece en la costa, sierra y oriente en bosque muy húmedo tropical a bosque montano bajo. Sus hojas son elípticas, apiñadas cerca de los extremos de la ramita. La corteza es de color café-anaranjado. Su propagación es por semilla o estaca. Las inflorescencias son numerosas, con flores de color amarillo verdoso, en muchos racimos laterales ramificados. El fruto es de color verde y comestible. La madera es utilizada como leña, en la construcción y para la fabricación de muebles.



Fuente: Cultivos Parroquia Tabiazo

## 2.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO

---

8

Al estudiar el mercado de la parroquia Tabiazo de la ciudad de Esmeraldas, se busca contribuir al desarrollo, empoderamiento y subsistencia viable de las familias campesinas de este sector, en donde se quiere ayudar a los agricultores a organizarse para una mejor incursión económica, desde el eslabón de la producción hasta el consumo para garantizar una correcta penetración del mercado meta.

El mercado agrícola en el Ecuador y en Esmeraldas adolece de grandes fallas en su estructura y funcionamiento, marginando a la agricultura familiar y evitando una adecuada generación de ingresos que sustente una vida digna.

La competencia de la agricultura empresarial basada en un uso desmedido de recursos y la inequidad de las relaciones de poder y negociación, excluyen a las familias campesinas de una justa remuneración en su quehacer agrícola. El precio de mercado de la gran mayoría de productos agrícolas no reconoce el esfuerzo y dedicación invertido por la familia ni los insumos utilizados en su producción, es por esto que se requiere de una adecuada organización entorno al comercio de la producción para que todos los participantes de la actividad queden satisfechos con lo recibido.

### **2.5.1. Mercado competidor**

Mediante el estudio realizado en el mercado a incursionar se evidencian fuerzas competitivas riesgosas que llaman a ser mejores y concentrarse en producir frutas de una alta calidad, para la total satisfacción de los clientes potenciales.

Como cooperativas se debe enfatizar y poner atención en la producción de la fruta, incluyendo todo el proceso de tratamiento desde el momento en que se siembra la semilla hasta su correcta cosecha y luego el adecuado traslado de las frutas hasta la cooperativa, para empezar con el siguiente proceso respectivo para su comercialización.

### **2.5.2. Posición del proyecto frente a la competencia**

Este proyecto tiene probabilidades altas de establecerse en el mercado de la comercialización de frutas mediante la creación de la cooperativa de acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas.

### **2.5.3. Mercado distribuidor**

La comercialización de frutas es un proyecto de importancia ya que genera fuentes de trabajo, promoviendo el desarrollo, e ingresos a las familias de pequeños productores que proveen la materia prima para sus siembra y cosecha

Para efectos de tomar una decisión conjunta acerca de las frutas con las cuales se podrían iniciar procesos de conformaciones productivas, y en base a experiencia de expertos en la materia, proponen los criterios siguientes:

- Colección de material genético
- Tecnología e infraestructura disponible
- Usos agroindustriales diversos
- Volúmenes comercializables
- Sistemas agroforestales y extractivismo sostenible
- Involucramiento de pequeños productores, con enfoque de género
- Mercados existentes y potenciales
- Costos de producción

## **2.6. ANÁLISIS FODA DE LA PARROQUIA DE TABIAZO, CANTÓN ESMERALDAS, PROVINCIA DE ESMERALDAS**

El análisis que se presenta a continuación es fruto de las reuniones y entrevistas realizadas con habitantes y agricultores de esta parroquia de Tabiazo.

Realizando el diagnóstico de la situación actual se puede determinar cuáles son las fortalezas, debilidades, y las posibles oportunidades y amenazas que se pueden presentar, para saber en qué situación competitiva se está.

## **FORTALEZAS**

- Produce buena calidad de frutas
- Posee buenas tierras para el sembrío y cosecha de frutas
- Sus frutas pueden ser comercializadas en cualquier parte de la provincia y del país.
- Sus productores poseen amplia experiencia en su sembrío y cosecha
- Los precios son justos en el mercado
- Imagen Corporativa

## **DEBILIDADES**

- Nuevos en el mercado
- Liquidez
- Ausencia de organización para sus cosechas
- Mal manejo para almacenamiento y mantenimiento del producto

## **OPORTUNIDADES**

- Población en crecimiento de ventas por una buena comercialización de sus frutas
- Apertura de mercados nuevos en la provincia y el país
- Visita de turistas para que la demanda de sus ventas crezcan
- Crecimiento de la parroquia en el ámbito comercial
- Apoyo del Estado en tecnología adecuada
- Campaña de salud mediante una buena alimentación consumiendo un alto porcentaje de frutas en la familia

## AMENAZAS

- Desastres naturales, como sequías, inundaciones, plagas, etc
- Deficiente accesibilidad vial para transporte de las frutas.
- Políticas económicas que afecten a los pequeños productores.

Básicamente se ha encontrado que en la parroquia Tabiazo existe un verdadero potencial al momento de pensar en un futuro prometedor entorno a su agricultura, puesto que como se puede constatar en el análisis FODA que se ha realizado existen grandes oportunidades para la creación de una cooperativa, lo cual vendría a justificar y a corregir los problemas que en este momento tienen los agricultores con la producción y comercialización de sus productos.

Es importante también no dejar a un lado las amenazas y debilidades que se han encontrado, ya que de una u otra forma son el riesgo que se tienen que correr al momento de la creación de la cooperativa, además de que da la pauta para dar soluciones a las debilidades que enfrenta la parroquia, para que estos no pasen a ser en un futuro un peligro para el buen desenvolvimiento de la cooperativa.

### **2.6.1. Promoción y comercialización de las frutas**

En los últimos 15 años, revisiones de las más importantes publicaciones científicas han vinculado el mayor consumo de frutas y verduras a un menor riesgo de desarrollar cáncer. El impacto podría alcanzar a una disminución del 35% de todos los cánceres. Más específicamente, tal reducción sería de 20% para los cánceres de la boca, esófago, pulmones, cerviz y vejiga; y de 50% para los cánceres de páncreas, vesícula, mama y útero. Además, el mayor consumo de fibra presente en frutas y verduras, y la presencia de ciertos fitoquímicos contribuyen a disminuir, hasta en 31%, el riesgo de cardiopatías isquémicas. Otros posibles beneficios de alcanzar un consumo ideal de frutas y

verduras, es que ayudan a crear sensación de saciedad y a disminuir la ingesta de calorías totales.

Se puede utilizar un conjunto de actividades que tenga como objetivo lograr incentivar al consumidor a comprar en los puntos de ventas de referencia, para que tengan la idea clara de los beneficios y la importancia del consumo de frutas. Se puede utilizar técnicas como:

- Exposiciones en ferias, para dar a conocer la existencia de la cooperativa, organización y beneficios.
- Charlas recordando los beneficios que se tiene al consumir frutas.
- Invitaciones de grupos de estudiantes a la cooperativa, para mostrarles el proceso de tratamiento y comercialización de las frutas; y
- Convenios con hoteles, restaurantes.

#### Diagrama de comercialización

##### Canal corto



##### Canal Intermedio



**Elaborado por:** Mónica Alcántara

## 2.7. ESTUDIO TÉCNICO

### **2.7.1. Tamaño del Proyecto**

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la mano de obra, suministros, tecnología y más insumos requeridos para la puesta en marcha del presente proyecto.

El tamaño para el presente proyecto será medido en base a la logística de producción, almacenamiento y distribución.

La importancia del dimensionamiento, en el contexto del presente estudio, radica en que sus resultados se constituyen en una parte fundamental para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que habrán de requerirse para satisfacer la demanda insatisfecha. Tales especificaciones serán requeridas, considerando la tecnología, tamaño del mercado y de acuerdo a las mismas se cuantificará y se valorará a cada uno de los activos considerando su ciclo de vida; lo cual dará como resultado el tamaño del proyecto.

### **2.7.2. Disponibilidad de recursos financieros**

El proyecto se financiará con el 35% a través de un préstamo al Banco Nacional del Fomento y el 65% con recursos propios que se obtendrá de la contribución de cada socio, es decir, cada uno aportará con un porcentaje de este monto.

### **2.7.3. Disponibilidad de mano de obra**

El talento humano es determinante para que el sistema operativo de la Cooperativa funcione correctamente. Es por ello que se contará con el talento humano necesario para el caso del presente proyecto.

CANTIDAD	FUNCIÓN
1	GERENTE - ADMINISTRADOR
1	CONTADOR
1	SUPERVISOR DE BODEGA
1	VENDEDOR
2	ESTIBADORES
<b>6</b>	<b>TOTAL</b>

#### 2.7.4. Materiales

Se necesitarán varios recursos materiales que permitan una presentación adecuada de las frutas.

PRODUCTOS	COSTO	INVENTARIO INICIAL	INVERSIÓN TOTAL INVENTARIO
BOBINA DE PLASTICO STRECH	\$ 21,00	10	\$ 210,00
CARTONES 55CM * 35CM	\$ 0,25	1.000	\$ 250,00
LONAS MALLA	\$ 0,05	300	\$ 15,00
PAPEL ETIQUETADO ROLLOS	\$ 10,00	60	\$ 600,00
CERA PARA FRUTAS GL	\$ 9,00	40	\$ 360,00
PIOLA ROLLO 18	\$ 1,25	50	\$ 62,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.497,50</b>

#### 2.7.5. Maquinaria

Para el presente proyecto, se dispondrá de la siguiente maquinaria, la misma que agilizará los procesos de enfriado, empaquetado, embalaje y etiquetado.

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Cuarto de frío 9 a 12m <sup>3</sup>
1	Bateas de lavado de 6 x 12m
1	Balanza eléctrica
5	Estanterías
1	Soplete de aire

### **2.7.6. Localización del Proyecto**

La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice en forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencia, etcétera.

### **2.7.8. Macro localización**

El sector geográfico en donde se pondrá en marcha el presente proyecto, será en la ciudad de Esmeraldas, la misma que se encuentra situada en el norte del país, esta bella ciudad costeña es conocida como Tierra Verde.

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Esmeraldas
- **Ciudad:** Esmeraldas

### **2.7.9. Micro localización**

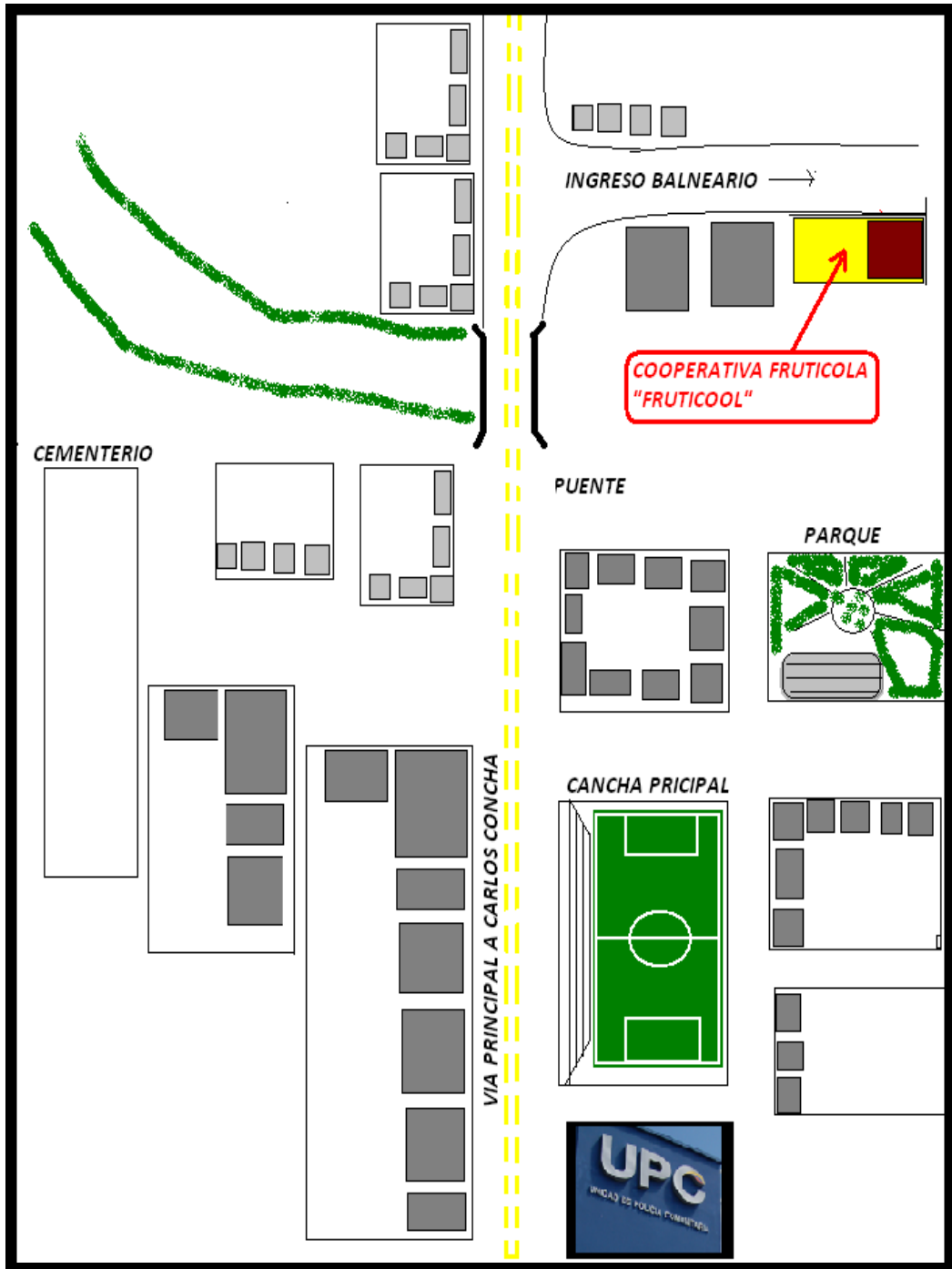
La Micro localización de la Cooperativa Frutícola será en la parroquia Tabiazo, de la ciudad y provincia de Esmeraldas.

**Parroquia:** Tabiazo

**Urbanización:** Las Acacias

**Sector:** Avenida Principal





Elaborado por: Mónica Alcántara

2.8. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo general del estudio de ingeniería de proyecto es resolver todos lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

### **2.8.1. Descripción del proceso de selección de la fruta**

La selección y clasificación de las frutas tendrá como objetivo su agrupación por tamaños para satisfacer los estándares de calidad del mercado de la ciudad de Esmeraldas. Para la eliminación de productos de muy baja calidad se recurrirá a la separación manual. La elección por tamaño, peso, longitud o diámetro, serán los parámetros a tomar en cuenta para separar y clasificar el producto de cada cultivo. En el proceso de clasificación para algunos productos también se los escogerá de acuerdo a su color o apariencia.

La clasificación por tamaño es opcional, pero puede ser útil si ciertos tamaños reciben un valor mayor que otros en el mercado.

#### Factores de clasificación

Las propiedades de los alimentos que se comercializaran en la Cooperativa se agruparan en 4 grupos:

- ❖ Aquellas que lo hacen adecuado para el proceso.
- ❖ Inocuo para el consumidor.
- ❖ Que sea conforme con las disposiciones legales
- ❖ Que sea aceptado por el consumidor.

Los patrones o estándares de calidad son tantos como productos a clasificar, para establecer se utilizan normalmente las siguientes características:

- ❖ Tamaño y forma: aceptabilidad para el consumidor.

- ❖ Madurez: fruta.
- ❖ Textura: viscosidad del productos.
- ❖ Aroma: sabor y otros

Cuadro N° 3: Características a cumplir por las frutas a ser escogidas para su comercialización por la Cooperativa.

Frutas	Tamaño / Diámetro	Peso	Textura	Color
NARANJA	6 a 10 cm diámetro medio	150 a 200 gr	Cascara Firme con vesículas oleosa	Amarillento o anaranjado
PAPAYA	10 a 25 cm largo y 7 a 15 cm diámetro medio	500 a 1000gr	Piel fina	Verde amarillento (Pintona)
BANANO	15 a 20 cm largo y 3,5 a 4,5 cm diámetro medio	150 a 200gr	Piel gruesa / fina	Verde / Amarillo
MANDARINA	5 a 10 cm diámetro medio	50 a 100gr	Cascara Firme con vesículas oleosa	Amarillento o anaranjado
LIMÓN	4 a 7 cm diámetro medio	20 a 50gr	Cascara Firme	Verde
MANGO	10 a 15 cm largo y 8 a 12 cm diámetro medio	150 a 500gr	Piel fina	Verde, amarillo, violeta, mate con brillo
TORONJA	9 a 13 cm diámetro medio	200 a 350gr	Cascara fina	Verde, amarillenta
AGUACATE	10 a 13 cm	150 a 300gr	Corteza, gruesa y dura con rugosidades	Verde pálido o blanco amarillento

Elaborado por: Mónica Alcántara

### 2.8.1.1. Elección y conservación de las frutas

#### Naranja

Las naranjas se comercializarán maduras, ya que son frutas no climatéricas y a diferencia de otras, no maduran una vez recolectadas.

Se han de desechar los ejemplares que suenen a hueco al golpearlos, presenten golpes o magulladuras o tengan olor a rancio. El color de la piel no indica con seguridad la calidad del fruto, pues hay naranjas maduras con la cáscara verde.

Si las naranjas se van a consumir en poco tiempo, se pueden dejar en un frutero a temperatura ambiente. Sin embargo, para conservarlas durante semanas conviene mantenerlas en el frigorífico. Las naranjas no se han de apilar unas sobre otras, sino que se han de disponer una al lado de la otra, manteniendo cierta separación entre ellas.

## **Papaya**

La época de recolección llega cuando los frutos empiezan a ablandarse y a perder el color verde del ápice. La madurez se alcanza a los 4 ó 5 días de la recolección y los frutos toman un color amarillo. Debido a su piel delgada, se trata de frutos muy delicados, por lo que se magullan fácilmente. Por ello, se deben envolver individualmente y empaquetarse con acojinado por todos los lados para su transporte y comercialización. Se deben mantener durante cortos periodos de tiempo a 10-12°C.

La fruta que es verde en un principio se encuentra en el momento óptimo para su consumo, cuando empieza a adquirir un tono amarillento. Es frecuente que algunas manchas marrones le afeen la piel, pero esto no afecta en absoluto a la calidad de su pulpa. El fruto maduro cede fácilmente a la presión de los dedos, desprendiendo la parte del tallo un suave aroma dulzón.

La papaya es una fruta bastante perecedera y muy frágil, debido a su suave y fina piel, por ello se la debe manipular con cuidado. Cuando está madura se ha de conservar en el frigorífico, dónde se mantendrá en buenas condiciones durante aproximadamente una semana. Si aún no ha madurado, se la debe dejar a temperatura ambiente hasta que la piel verde amarillee. Si esto no

sucede, es señal de que el fruto ha sido recogido demasiado pronto, y en este caso, se recomienda cocinarla a modo de verdura.

## **Banano**

Siempre han de estar intactos, sin golpes ni magulladuras.

Se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo y cuando empiezan a amarillear.

Con frecuencia, y especialmente en invierno, se anticipa la recolección y se dejan madurar los frutos suspendiéndolos en un local cerrado, seco y cálido, conservado en la oscuridad. El envasado se realiza en cajas de cartón con un peso aproximado de 12 kilogramos o de 15 kilogramos. El transporte de la fruta se realiza en vehículos refrigerados con una temperatura aproximada de 14°C. En el plátano de consumo crudo y el bananito, el color de la piel es indicativo del grado de madurez del fruto. Se han de descartar los ejemplares que están excesivamente blandos. La presencia de manchas y puntos negros o marrones en la piel no afecta a la calidad de la pieza.

Esta fruta no requiere unas condiciones especiales de conservación, basta mantenerlos en un lugar fresco, seco y protegido de la luz directa del sol. Si se conservan en el frigorífico, la cáscara del plátano se ennegrece por lo que se altera su aspecto externo, pero esto no afecta en absoluto a su calidad nutritiva. El oscurecimiento de la piel puede evitarse si se envuelven en papel de periódico.

Los plátanos también se pueden congelar, de forma que se conservan durante unos 2 meses. Los bananitos, además, se conservan mejor en racimo y no sueltos, y se han de consumir lo antes posible una vez han alcanzada su madurez.

## **Mandarina**

Se elegirá las mandarinas que tengan mayor peso respecto a su tamaño, lo cual es indicativo que están llenas de jugo. Las de mayor calidad son las que tienen la piel blanda pero no arrugada y bien adherida a los gajos. El pedúnculo debe estar cortado a ras y el mejor indicativo de su calidad no es tanto el color de la cáscara, sino su olor, más dulce e intenso cuanto más madura está la fruta.

Una vez recolectada, la mandarina se conserva perfectamente a temperaturas de refrigeración, entre 3 y 7°C, en la parte menos fría del frigorífico. Si se quiere conservar por un periodo de una a dos semanas se puede incluso refrigerar por debajo de 3°C; y si se desea conservar por un mes o más tiempo, no es recomendable bajar de 5°C. Las pérdidas de peso debidas a la evaporación de agua pueden ser considerables en un almacenaje prolongado si no se consigue mantener la humedad relativa del aire al 90%.

### **Limón**

Conviene elegir aquellos ejemplares que parezcan pesados para su tamaño, con la cáscara lisa, firme, brillante y de color verde intenso. Las pequeñas manchas marrones que pueden presentar en la cáscara, aunque les quite atractivo, no afectan al sabor. Se deben descartar las piezas blandas o desecadas.

Los limones sanos, carentes de defectos ocasionados por lesiones debidas al manejo y transporte, quemaduras de sol, heladas, virus, hongos causantes de podredumbre o mala conservación frigorífica (incorrecta temperatura, humedad o ventilación), se pueden conservar perfectamente y durante varias semanas a temperatura ambiente sin necesidad de utilizar el frigorífico. Si se utilizan fuentes de frío se pueden conservar en óptimas condiciones hasta un mes.

### **Mango**

La recolección del mango es manual. Se debe procurar siempre cortar el fruto con un poco de pedúnculo, ya que haciéndose a ras se derrama savia, lo que perjudica a la fruta haciendo que se arrugue y pierda valor comercial. La cosecha en las plantaciones necesita de gran cuidado en la selección de los

frutos que están maduros, pero que no han empezado a cambiar su color verde. El método más seguro que se suele aplicar consiste en cosechar unos cuantos frutos al principio de la temporada, tan pronto como su color verde empieza a aclararse y dejar que maduren en un lugar fresco y bien ventilado. Si alcanzan su punto de sazón en más o menos unos 10 días, la cosecha está lista para recolectarse. Los mangos recién recogidos, almacenados a 18-22° C alcanzan el estado blando comestible en 8-10 días.

Tras la cosecha, se deben mantener frescos, pero no a temperaturas demasiado bajas. En cuanto a su almacenamiento, la conservación mejora si los frutos son sometidos a un pre-tratamiento por calor, a 38°C, antes de aplicar bajas temperaturas (5°C). En caso contrario desarrollan daños por frío mucho más rápidamente.

Largos almacenajes, especialmente a bajas temperaturas, disminuyen el contenido de azúcar y ácidos de las frutas. Para su comercialización se empaquetan en capas delgadas y ventiladas de cartón especial o de madera cuyo fondo tenga un material esponjoso, con el fin de que no sufran ningún golpe para evitar su deterioro. Los problemas de calidad son evidentes tras el transporte de la fruta, cuando el tiempo transcurrido entre la recogida y el consumo alcanza los 35 días.

El fruto para estar en su punto óptimo punto debe ser flexible al tacto pero sin chafarse bajo la presión del dedo. Es importante adquirir mangos que desprendan buen aroma. Si se compran excesivamente verdes, la fruta no madurará correctamente. Si por el contrario presentan grandes zonas negras, esto puede ser indicativo de que ya están pasados. En ocasiones el mango presenta un aspecto externo con manchas, arrugado y su pulpa se encuentra en perfectas condiciones. También ocurre lo contrario, y mangos cuyo aspecto externo es inmejorable pueden tener la pulpa defectuosa.

El mango que aún está verde puede refrigerarse para retrasar su maduración; se mantiene en óptimas condiciones hasta 27 días si se somete a temperaturas de 8°C. Si se desea que madure, debe dejarse a temperatura ambiente para

que alcance el punto de sazón, a partir de lo cual se ha de consumir en un plazo máximo de 5 días.

## **Toronja**

La cosecha se realizará tomando en cuenta los siguientes parámetros:

Color: más de 2/3 de la superficie de la fruta en color amarillo; cociente sólidos solubles/acidez: mínimo de 5.5 ó 6, dependiendo de la zona de producción. La toronja no continúa madurando después de la cosecha por lo que se debe cortar completamente madura, cuando ya ha adquirido buen sabor.

### Índices de Calidad

- Uniformidad e intensidad del color
- Firmeza
- Tamaño
- Forma
- Grosor y tersura de la cáscara
- Ausencia de pudriciones y defectos tales como daños por congelación, manchado, picado, cicatrices y daños por insectos
- El sabor está relacionado con el cociente sólidos solubles/acidez y con la concentración de los compuestos que imparten un sabor amargo.

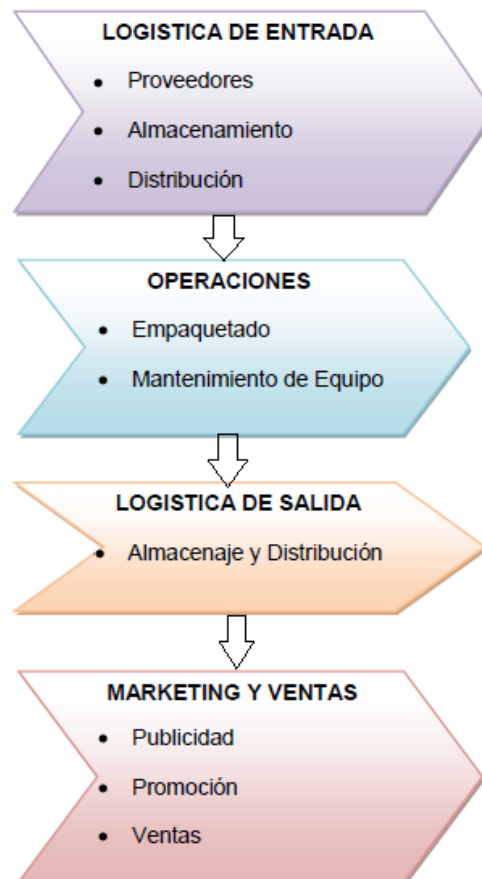
## **Aguacate**

La recolección generalmente se hace a mano, ya que es un fruto muy delicado. Se emplea una escalera y se corta el pedúnculo por encima de la inserción con el fruto. Los frutos no maduran en el árbol, sino que lo hacen una vez han sido recolectados, momento en el que tiene lugar una intensa actividad respiratoria (desprenden etileno), por lo que su almacenamiento por períodos largos es difícil. Dicha actividad respiratoria difiere según la variedad y el grado de madurez, las condiciones ambientales y de almacenamiento.

Se ha de comprobar que la piel no presente ningún tipo de defecto como manchas, puntos negros o signos de excesiva maduración.

El aguacate está maduro si al sacudirlo se nota que el hueso se mueve o cede a la leve presión con el dedo. Si no está del todo maduro, se debe dejar a temperatura ambiente durante el tiempo necesario, 1-3 días.

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE OPERACIÓN DE LA COOPERATIVA FRUTICOLA.



**Elaborado por:** Mónica Alcántara

## QUE HACER CON LAS FRUTAS QUE NO SE LOGRA VENDER?

Algunas de las alternativas de acuerdo a las opciones de varios de los entrevistados se puede implementar un plan luego que durante el proceso de de ejecución del proyecto no se lograra por algún motivo vender todas las frutas.

Las alternativas serían:

- **Jugos de frutas**

Con todas y cada una de los tipos de frutas se las clasificaría para proceder a a elaborar jugos de estas frutas el cual puede ser almacenado y comercializado como jugos naturales de pulpa de frutas frescas a clientes que apetecen de este tipo de producto.

- **Elabora composta con residuos orgánicos**

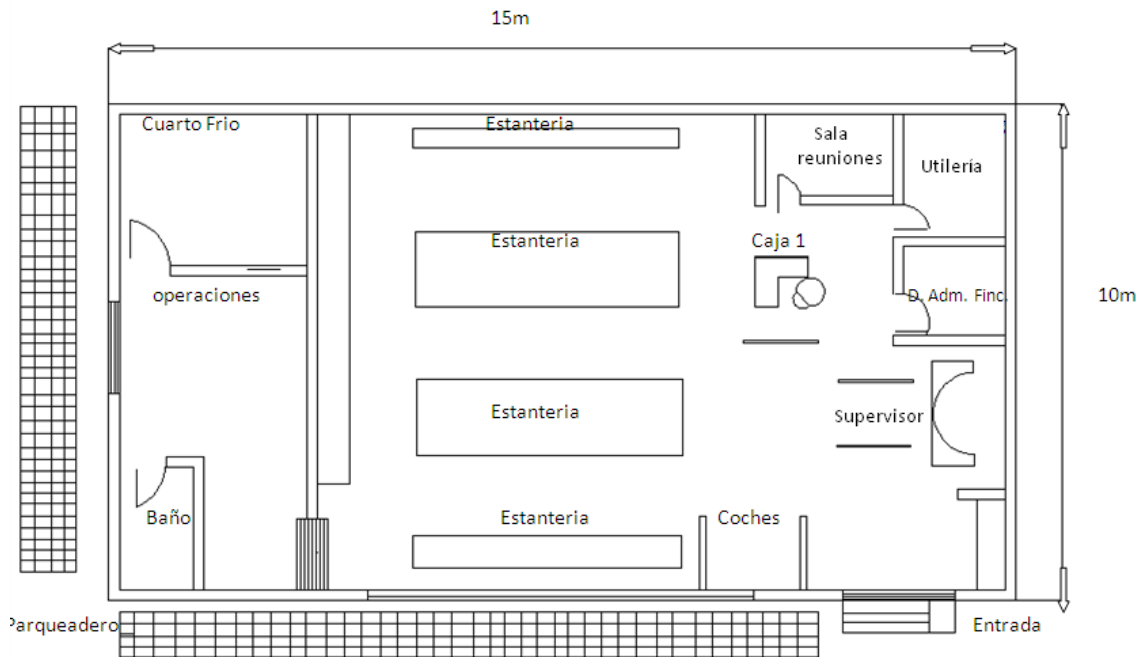
Mediante la elaboración de composta, a más de darle otro uso a la fruta sobrante y no dejar que se desperdicie en su totalidad, se estaría ayudando a reducir la contaminación mientras se obtiene fertilizante de excelente calidad que mejora la estructura de los suelos y evita su erosión.

Todos los residuos orgánicos que se generen en la Cooperativa como fruta golpeadas, o demasiado maduras, cáscara y demás sobrantes que se pudieren producir durante el proceso de comercialización de las frutas, se podrían colocar en botes compostero o huacales (cubierto por dentro con malla de mosquitero), junto con tierra común (que incluya varitas y hojas secas), donde se producirá abono o fertilizante que servirá para ser utilizados en los diferentes cultivos en las tierra o fincas de sus mismos socios.

- **Donación**

Otra alternativa de uso de la fruta que no se alcance a comercializar seria la donación a instituciones del medio como: el centro de rehabilitación de varones, guarderías, Habitantes del medio etc. Cabe recalcar que en esta opción la fruta a ser donada tendrá que estar apta para el consumo humano ya que se debe precautelar en primer lugar la salud de los consumidores y la reputación de la cooperativa.

## 2.8.2. Distribución de la Planta



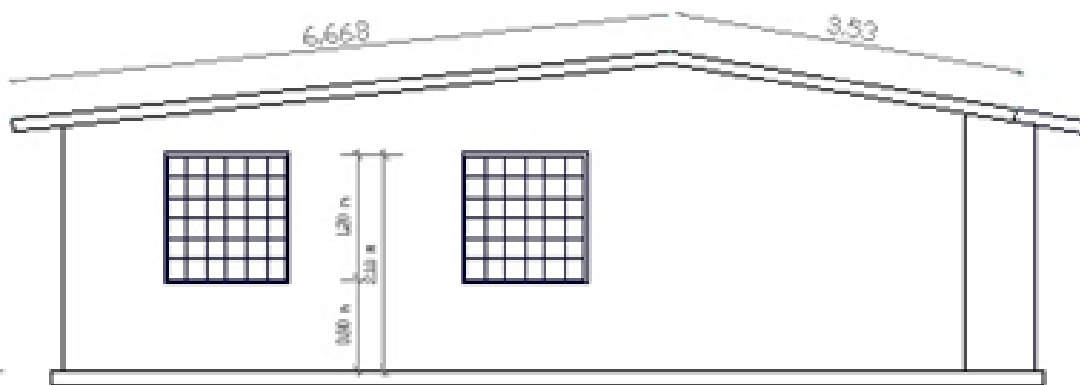
Fachada Principal Cooperativa Frutícola



Fachada Lateral Derecha Cooperativa Frutícola



### Fachada Lateral Izquierda Cooperativa Frutícola



## Fachada Posterior Cooperativa Frutícola



### 2.9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

#### 2.9.1. Nombre del negocio

El nombre de la Cooperativa Frutícola será "TABIFRUTAS"

#### 2.9.2. Logotipo



### **2.9.3. Misión**

Satisfacer las necesidades de los hogares esmeraldeños a través de la comercialización de frutas de la zona, apoyado en tres pilares fundamentales: frutas de calidad, variedad y precio justo, generando el crecimiento organizacional, satisfacción a los clientes, trabajadores y productores.

### **2.9.4. Visión**

Ser la mejor Asociación de productores de frutas dedicada a la comercialización en la zona, ofreciendo a los clientes productos de alta calidad y precios competitivos que permitan satisfacer la demanda, basándose en un desarrollo integral con la práctica de valores y principios enfocados a un crecimiento organizacional.

### **2.9.5. Objetivos**

Los objetivos estratégicos propuestos para la Cooperativa "TABIFRUTAS" se detallan a continuación:

- Ofrecer productos y servicios de calidad con el propósito de satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha.
- Diseñar planes de gestión enfocadas a la satisfacción de las expectativas del segmento escogido de mercado.
- Brindar a los socios y al personal un excelente ambiente laboral, con el fin de que desarrolle sus capacidades y actividades correctamente.
- Obtener posicionamiento de los productos de la Cooperativa Frutícola a nivel local.

### **2.9.6. Estrategia Empresarial**

La estrategia empresarial señala el camino a seguir para alcanzar con éxito aquella visión planteada.

### **2.9.7. Estrategia de Competitividad**

- Fortalecer la posición en el mercado ofreciendo un producto que garantiza su calidad a un precio justo.

### **2.9.8. Estrategia de Crecimiento**

- Diseñar un plan estratégico de merchandising para captar nuevos clientes y optimizar recursos.
- Introducir nuevos productos que se relacionen con las frutas, con la finalidad de incrementar las ventas.

### **2.9.9. Estrategia de Competencia**

- Evaluar permanentemente las políticas establecidas con los proveedores, a fin de evaluar la rotación de inventarios, stock, plazos de pago y precios de los mismos.

### **2.9.10. Estrategia operativa**

- Evaluar constantemente los procesos de embalaje, etiquetado y empacado a fin de disminuir costos innecesarios.
- Diseñar y poner en marcha un plan de incentivo y motivación para un buen desarrollo laboral del talento humano.

### **2.9.11. Estrategias de mercadotecnia**

Es indispensable realizar un análisis de mercadeo donde se examinen varios factores, los mismos que son el precio, promoción, producto, plaza y distribución.

### **2.9.12. Estrategia de Precio**

- Establecer una administración basada en optimización de procesos que permitan disminuir costos operativos.
- Realizar alianzas estratégicas con nuestros proveedores para obtener materiales a un costo competitivo.
- Conceder y realizar descuentos de acuerdo a la cantidad de fruta demanda por el cliente.

### **2.9.13. Estrategia de Promoción**

- Crear una base de datos que permita recordarle al cliente las promociones que dará la Cooperativa, mediante una comunicación directa.
- Diseñar spots publicitarios a fin de dar a conocer las bondades nutritivas que poseen las frutas.
- Diseñar y promocionar arreglos frutales en fechas especiales como el día de la madre, San Valentín o navidad.

### **2.9.14. Estrategia de Producto**

- Hacer un análisis periódico de la rotación de las frutas, para de esta manera cubrir las expectativas de cada uno de los hogares.

- Evaluar y controlar la calidad de las frutas para elaborar un reporte para realizar mejoras en dicho proceso.

#### **2.9.15. Estrategia de Plaza**

- Adoptar instalaciones apropiadas y accesibles para ofrecer al cliente frutas de calidad y atención personalizada.
- Mejorar los procesos de prestación de servicios o de la adquisición del producto, mediante el desarrollo del diagrama de flujo del proceso de la venta y el proceso de la compra, para identificar áreas de mejora, con la finalidad de valorar el servicio que se entrega al cliente.

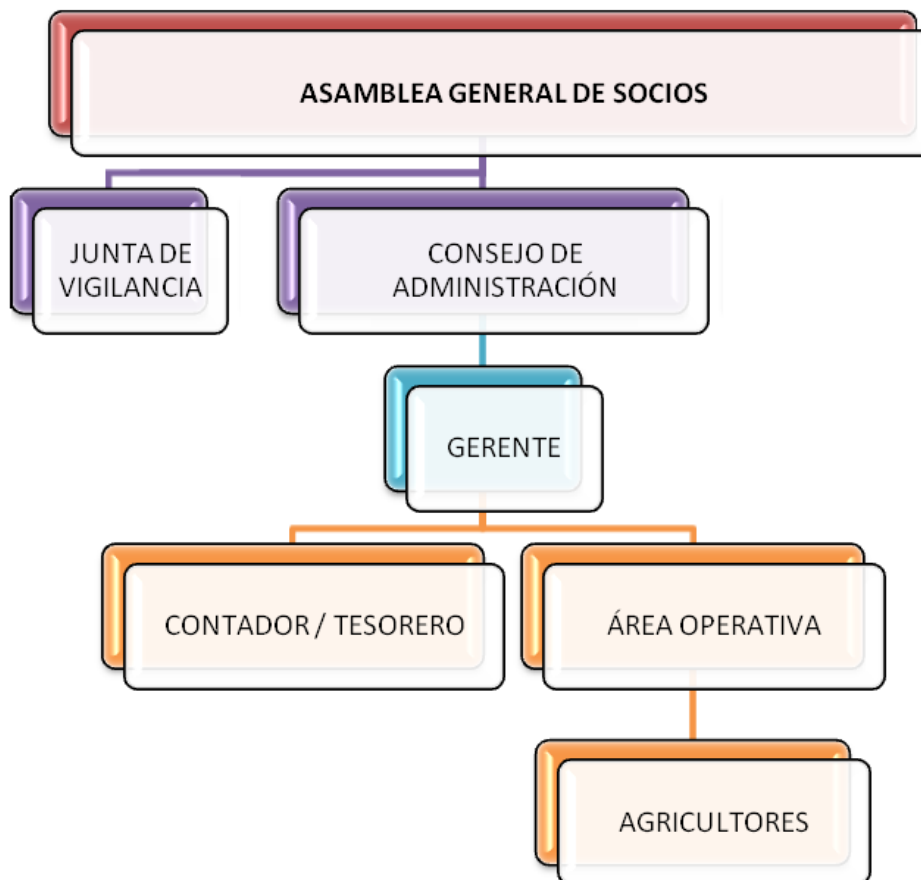
#### **2.9.16. Estrategia de Distribución**

- Distribuir los productos en base a normas de calidad, que permitan generar la confianza del cliente.
- Ofrecer al cliente un servicio complementario de entrega a domicilio, basado en brindar comodidad y facilidad al cliente.

#### **2.9.17. Estructura orgánica**

La estructura orgánica es la forma en que están cimentadas y ordenadas las unidades administrativas de una organización y la relación que guarda entre sí, dicho de otra manera se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la misma.

### 2.9.18. Organigrama funcional



Elaborado por: **Mónica Alcántara**

### 2.9.19. Asamblea general de socios

Es la máxima autoridad de la cooperativa ya que de ella dependen los demás organismos. Las decisiones que se tomen son de carácter obligatorio para todos los socios.

- Funciones de la Asamblea:
- Examinar, aprobar o desaprobar cuentas.
- Examinar, modificar, aprobar o desaprobar el Balance.
- Examinar, modificar, aprobar o desaprobar la distribución de los excedentes cooperativos.

- Atender las quejas en contra de los administradores o empleados con el fin de exigirles el cumplimiento de sus responsabilidades.
- Revisar y examinar los informes presentados por los organismos en cuanto al desarrollo de sus funciones.
- Elegir los miembros de la segunda rama del organigrama.
- Resolver la disolución cooperativa, la fusión o incorporación a otras organizaciones cooperativas.

### **2.9.20. Concejo de Administración**

Es quien ejecuta las decisiones y las políticas de la Asamblea.

Funciones del Concejo de Administración:

- Crear planes para el desarrollo de las actividades económicas y sociales de la cooperativa.
- Construir el presupuesto de ingresos y gastos.
- Reglamentar:
  - Los servicios de la cooperativa.
  - Las ventas a crédito.
  - La inversión de fondos.
  - Las medidas de seguridad para todo el personal.
- Elegir los miembros de la tercera rama del organigrama.
- Determinar los sueldos del Gerente y los demás empleados.
- Dictar resoluciones y acuerdos de la cooperativa.
- Decidir sobre el retiro y admisión de socios.
- Supervisar el desempeño del personal de la cooperativa.
- Elaborar y presentar ante la Asamblea General un informe anual sobre el desarrollo de sus funciones y de las actividades cumplidas en la cooperativa.

### **2.9.21. La junta de Control y Vigilancia:**

Es la encargada de controlar cómo funciona la cooperativa en cuanto a lo económico, social y cultural. Está integrada por dos socios.

Funciones de la Junta de Vigilancia:

- Velar porque el correcto funcionamiento y la eficiente administración de la cooperativa.
- Vigilar que los socios cumplan sus obligaciones y no violen las normas legales.
- Rendir un informe a la Asamblea General de Socios sobre el cumplimiento de sus funciones.
- El Fiscal es el encargado de la revisión fiscal y contable de la cooperativa. Depende de la Asamblea y es elegido por ésta.

Funciones del Fiscal:

- Chequear los fondos de la cooperativa.
- Velar porque los libros contables estén al día.
- Firmar los balances y demás cuentas que deben presentarse al gerente.
- Cumplir las demás funciones que le sean asignadas por la Asamblea General.

### **2.9.22. Gerente**

Es el representante legal de la cooperativa y es quien ejecuta las disposiciones y acuerdos del Concejo. Puede ser o no socio de la cooperativa. El que sea nombrado gerente debe contar con condiciones de honorabilidad e idoneidad en el manejo de fondos y bienes cooperativos.

Funciones del Gerente:

- Organizar la cooperativa.
- Nombrar empleados en común acuerdo con el Concejo de Administración.

- Dirigir y ubicar a los empleados.
- Ordenar el pago de gastos ordinarios.
- Exigir cumplimiento y responsabilidad.
- Supervisar el estado de las Cuentas, Caja y Bancos.
- Cuidar los valores de la cooperativa.

### **2.9.23. Contador**

Aunque en el presente proyecto estaría a medio tiempo éste profesional deberá cumplir las siguientes funciones:

- Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión.
- Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros
- Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen a la cooperativa.
- Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.
- Asesorar en aspectos fiscales y de financiamientos sanos a la gerencia.
- Presentar declaraciones por medio de sistema web al Servicio de Rentas Internas, periódicamente.

### **2.9.24. Agricultor**

Constituye uno de los pilares fundamentales de la cooperativa ya que sin la unión de ellos no existiría la organización.

Los agricultores a más de ser los socios formadores de la cooperativa tienen las siguientes funciones:

- Velar por los intereses de la cooperativa en común.

- Asistir a las reuniones para aprobar o rechazar propuestas.
- Cumplir con las disposiciones impuestas en sesión plena.
- Proveer de los productos cultivados en sus tierras y que serán comercializados en la cooperativa.
- Utilizar los mejores métodos y técnicas para garantizar la calidad de su producto.

## **2.10. MARCO LEGAL JURÍDICA Y FISCAL**

El presente proyecto está dado sobre la base legal de la LEY DE COOPERATIVAS DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR y la LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, y siguiendo los lineamientos de las mismas.

La Ley de Cooperativas en su TITULO II, De la Constitución y Responsabilidad sostiene en el “**Art. 6.-** Ninguna cooperativa se formará con menos de once personas naturales o naturales y jurídicas, o de tres personas jurídicas solamente, con excepción de las cooperativas de consumo de artículos de primera necesidad.” Para lo cual el proyecto con el que se tiene planeado ingresar estará conformado por 15 socios de la comunidad de Tabiazo.

Haciendo hincapié en lo que expresa la Ley de Cooperativa en su “**Art. 9.-** Para obtener la aprobación del estatuto de la cooperativa y su constitución legal, el Directorio Provisional deberá presentar ante el Ministerio de Previsión Social y Cooperativas toda la documentación correspondiente”. Al crearse la presente Cooperativa se presentaran toda la documentación solicitada al Ministerio para poder obtener vida jurídica.

De acuerdo al TITULO VI, De la Clasificación de las Cooperativas, que expresa en el “**Art. 61.-** En el grupo de las cooperativas de producción se puede organizar las siguientes clases: agrícolas, frutícolas, viti - vinícolas, de huertos familiares, de colonización, comunales, forestales, pecuarias, lecheras, avícolas, de inseminación, apícolas, pesqueras, artesanales, industriales, de construcción, artísticas y de exportación e importación.” El presente proyecto

estaría enmarcado en dentro de este artículo en la clasificación de Cooperativa Frutícola.

Otra ley que fundamenta jurídicamente este estudio es la LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, en su PRIMERA PARTE, DE LAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA TÍTULO PRIMERO, NORMAS GENERALES, CAPÍTULO PRIMERO, Formas de organización de la economía popular y solidaria

**Art.- 2.-** Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

**c)** Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo;

**d)** Las organizaciones cooperativas de todas las clases y actividades económicas, que constituyen el Sector Cooperativista;

Lo que hace que la presente investigación este inmersa por esta ley, ya que se cumple con lo dicho en los artículos expresados.

En cuanto a la denominación el artículo **Art.- 10.** En el articulado de la presente Ley, las denominaciones que a continuación se detallan, podrán enunciarse, en forma abreviada, de acuerdo con las siguientes expresiones:

- α)** Organizaciones asociativas y organizaciones cooperativas, simplemente como “asociaciones” o “cooperativas”
- β)** Consejo Nacional de la Economía Popular y Solidaria, simplemente como “Consejo Nacional”;

χ) Comisión Nacional de Apelaciones, simplemente como “Comisión Nacional”; Instituto Nacional.

δ) Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, simplemente como “Superintendencia”.

Lo que permite que se siga enunciando como Cooperativas más no limita a llamarles Asociación solamente, de acuerdo a la ley.

## **NORMATIVIDAD TÉCNICA, SANITARIA Y FISCAL**

Cada una de las normatividades es de gran importancia, ya que estas determinan las bases legales para el correcto y buen funcionamiento de la comercializadora de frutas en la ciudad.

### ***NORMATIVA TÉCNICA***

#### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

✓ RUC

#### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

**Impuestos de patentes y 1.5 por mil a los activos totales: nuevos ingresos naturales.**

Requisitos:

- Formulario de Declaración Inicial de Actividad Económica
- Copias de la cédula de identidad y certificado de votación
- Contrato o recibo de arriendo. En caso de ser propio copia de la carta de pago del predio.
- Copia del RUC Actualizado.
- Copia del Permiso de Bomberos
- Copias de las declaraciones de impuesto a la renta y formulario de actualización de datos para el pago de patentes y del impuesto del 1.5

por mil sobre activos totales por cada año que adeude en caso de haber iniciado en años anteriores.

#### **Adicionalmente según actividad y ordenanza**

- Permiso de medio ambiente
- Permiso de utilización de rótulos (Planificación)

#### **REGULACIÓN A LA INSTALACIÓN DE MEDIOS VISUALES DE INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PROPAGANDAS (RÓTULOS)**

- Solicitud para instalación y permiso para instalación de Anuncio Publicitarios
- Copia RUC
- Copia formulario inicio de actividad o copia de la Patente Municipal. Gráfico de ubicación exacta del predio
- Fotografía de la fachada del lugar donde se colocara el rotulo
- Grafico del rotulo a color con medidas a escala. Un original y tres copias.

#### ***NORMATIVA SANITARIA***

Según la “Ordenanza Municipal los requisitos necesarios son:

#### **REQUISITOS PERMISO DE HIGIENE MUNICIPAL DEL DUEÑO, EMPLEADOS Y AYUDANTES**

- Exámenes coproparasitarios VDRL, WIDAL- W
- Permiso anterior o RUC.
- Fotografía tamaño carnet actualizada
- Copia de la cedula de identidad
- Copia certificado de votación.

- Certificado de educación sanitaria (plazas y mercados)
- Catastro dirección servicios públicos

### ***NORMATIVA TÉCNICA***

#### ***REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE***

Según “Codificación de la ley de Registro Único de Contribuyentes, Capítulo 1, Artículo 3 de la inscripción obligatoria”<sup>15</sup>, los requisitos son:

Personas jurídicas: son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas, las personas jurídicas no existe físicamente pero si legalmente; también se las conoce como empresas.

Requisitos:

- Formulario RUC01 A y RUC 01 B llenos y suscritos por el representante legal o Agente de Retención
- Original y copia, o copia certificado, del nombramiento del representante legal o agente de retención avalado por su respectivo organismo regulador o protocolizado en la notaria.
- Identificación del representante legal o agente de retención. (Ecuatorianos: original y copia de la cedula de identidad y certificado de votación del último proceso electoral)
- Original y copia del documento que identifique la dirección de la matriz y de cada uno de los establecimientos donde se desarrollará la actividad, como planilla (máximo 3 meses atrás) de servicio eléctrico, agua, teléfono, o predio; a nombre del sujeto pasivo (sociedad), o a nombre del representante legal o agente de retención, o a nombre de cualquier socio o accionista que conste en la escritura de constitución o contrato de arrendamiento. Número del RUC del contador.

## **2.11. ESTUDIO ECONÓMICO**

En el estudio económico se determinó las cantidades, costos de cada uno de los requerimientos para poner en marcha el presente proyecto.

### 2.11.1. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial que se requiere para instalar el proyecto de creación de una Cooperativa Frutícola en la parroquia Tabiazo de la ciudad de Esmeraldas es de \$ 65.617,25

Cuadro 4: Resumen de inversión

<b>RESUMEN DE INVERSION TOTAL</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>Período</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total Inversión</b>	<b>TOTAL</b>
Recursos materiales y equipos			44.360,80	44.360,80
Recurso Humano	<b>3,00</b>	2.442,50		7.327,50
Gastos de Constitución				1.450,00
Capital de Trabajo	<b>3,00</b>	3.660,48		10.981,45
Materia Prima	<b>3,00</b>	499,17		1.497,50
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>65.617,25</b>

#### Requerimientos del negocio para iniciar su funcionamiento:

<b>1.- Activos Fijos</b>	44.360,80
<b>2.- Inventario</b>	1.497,50
<b>3.- Recursos Humanos</b>	7.327,50
<b>4.- Gastos de Constitución</b>	1.450,00
<b>5.- Capital de Trabajo</b>	10.981,45

**TOTAL DE INVERSION**  
\$ 65.617,25

**MATERIALES GENERALES DE EMBALAJE  
" COOPERATIVA FRUTICOLA "**

PRODUCTOS	COSTO	INVENTARIO INICIAL	INVERSIÓN TOTAL INVENTARIO
BOBINA DE PLASTICO STRECH	\$ 21,00	10	\$ 210,00
CARTONES 55CM * 35CM	\$ 0,25	1.000	\$ 250,00
LONAS MALLA	\$ 0,05	300	\$ 15,00
PAPEL ETIQUETADO ROLLOS	\$ 10,00	60	\$ 600,00
CERA PARA FRUTAS GL	\$ 9,00	40	\$ 360,00
PIOLA ROLLO 18	\$ 1,25	50	\$ 62,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.497,50</b>

El capital de trabajo está presupuestado para 3 meses, tiempo en el cual el proyecto podrá seguir en marcha sin obtener todavía mayor beneficio, puesto que se está aprovisionado los rubros para este periodo de inicio.

### 2.11.2. Detalle de las maquinarias, equipos, muebles y enseres

A continuación se detalla todos los equipos muebles y enseres necesarios para llevar a cabo el presente proyecto, con su debido costo previa cotización.

Cuadro 5: Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
15	Sillas plásticas	10,00	150,00
2	Mesas de plástico	80,00	160,00
1	Pizarra	50,00	50,00
1	Sofá espera	80,00	80,00
2	Manteles	22,00	44,00
2	Escritorios	125,00	250,00
1	Dispensador de Agua	120,00	120,00
	<b>TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES</b>		<b>854,00</b>

Cuadro 6: Maquinarias y Equipos

<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Cuarto de frio 9 a 12m3	6500,00	6.500,00
1	Bateas de lavado de 6 x 12m	520,00	520,00
1	Balanza eléctrica	250,00	250,00
5	Estanterías	80,00	400,00
1	Soplete de aire	65,00	65,00
	<b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>		<b>7.735,00</b>

Equipamiento necesario para un tratamiento optimo y de calidad para la frutas durante todo su proceso de llegada y comercialización.

### 2.11.3. Vehículo

Se incluye dentro de la inversión un transporte tipo camión que sería muy necesario para la transportación del producto tanto de la zona de producción un poco alejada hasta las instalaciones de la Cooperativa, así como también la transportación de las frutas en grandes cantidades hacia clientes compradores.

Cuadro 7: Vehículo

<b>VEHICULO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Camión tipo furgón Chevrolet DHX usado	12.500,00	12.500,00
	<b>TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS</b>		<b>12.500,00</b>

### 2.11.4. Equipamiento del área administrativa de la Cooperativa Frutícola

En este apartado se encuentran incluidos todos y cada uno de los equipos administrativos necesarios para llevar a cabo una buena gestión dentro de la asociación.

Cuadro 8: Equipos informáticos

<b>EQUIPOS INFORMATICOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Computadora (cpu, monitor, teclado)	650,00	650,00
1	Proyector	550,00	550,00
1	Impresora	90,00	90,00
	<b>TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS</b>		<b>1.290,00</b>

Cuadro 9: Equipo de oficina

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Teléfono/Fax	95,00	95,00
1	LCD 28"	356,00	356,00
1	DVD	65,00	65,00
1	Teléfono inalámbrico	40,00	40,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>556,00</b>

### 2.11.5. Costos de Infraestructura

Se tomaron en cuenta los valores por conceptos de terreno que aunque es un aporte más de uno de los socios se debe incluir dentro de la inversión del proyecto para que éste refleje su verdadero valor. A más de esto se expresa el valor total de la edificación de la Cooperativa Frutícola en Tabiazo, cabe recalcar que es una estructura poco compleja ya que lo que se necesita es espacio para el buen trato y acondicionamiento de la fruta.

Cuadro 10: Edificación

<b>EDIFICACIÓN DE INSTALACIONES COOPERATIVA FRUTICOLA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Edificación Cooperativa Frutícola	10.200,00	10.200,00
	<b>TOTAL EDIFICACIÓN COOPERATIVA FRUTICOLA</b>		<b>10.200,00</b>

Cuadro 11: Terreno

<b>TERRENO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
1	Terreno 625mt2	9.000,00	9.000,00
	<b>TOTAL TERRENO</b>		<b>9.000,00</b>

### 2.11.6. Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos se encuentran detallados todos los rubros para la compra de materiales de uso diario en la oficina, limpieza de las instalaciones y los valores que se incurrieron para la constitución de esta organización de productos frutales.

Cuadro 12: Suministros de oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
4	Resma Papel Bond	4,00	16,00
3	Perforadoras	4,50	13,50
3	Grapadoras	5,00	15,00
4	Cartuchos para impresoras	25,00	100,00
1	Cajas de Lápiz	5,50	5,50
1	Cajas de Esferos	6,00	6,00
12	Borradores	0,30	3,60
12	Papel carbón	0,25	3,00
2	Calculadora	9,00	18,00
2	Factureros	7,00	14,00
	<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA</b>		<b>194,60</b>

Cuadro 13: Suministros de limpieza

<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
2	Galones de Creso	14,00	28,00
4	Galones de ambiental	8,50	34,00
12	Jabón Tocador	0,85	10,20
3	Escobas	2,50	7,50
2	Trapeadores	3,50	7,00
10	Franela (metros)	0,80	8,00
5	Galones de cloro	4,00	20,00
24	Paquetes de fundas de basura	1,00	24,00

4	Fundas grandes de detergente	4,75	19,00
24	Papel Higiénico de 12 unidades	6,25	150,00
12	Ambientales	6,25	75,00
12	Mascarillas	3,00	36,00
2	Palas metálicas	12,00	24,00
2	Carretas	45,00	90,00
5	Tachos para Basura	5,00	25,00
3	Palas plásticas para Basura	1,50	4,50
2	Cepillo de baño	2,00	4,00
12	Guantes	1,25	15,00
	<b>TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>		<b>581,20</b>

Cuadro 14: Gastos de constitución

<b>GASTO DE CONSTITUCION</b>	
Honorarios de abogado	400,00
Constitución Notaría pública	150,00
Gasto de publicidad	250,00
Otros gastos por trámites	200,00
Permisos municipales, Dirección Salud, Bomberos y otros	450,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION</b>	<b>1.450,00</b>

### 2.11.7. Gastos Nómina Cooperativa

Está incluido el personal necesario para la que el proyecto pueda estar operativo, en todas las actividades necesarias para este negocio, como lo es la comercialización de frutas procedentes de Tabiazo para el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

**Cuadro 15: Nómina Laboral**

<b>NOMINA LABORAL</b>
-----------------------

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	GERENTE – ADMINISTRAD .	450,00		450,00	37,50	28,33			18,75	84,58	534,58
1	CONTADOR	170,00		170,00	14,17	28,33			7,08	49,58	219,58
1	SUPERVISOR DE BODEGA	370,00		370,00	30,83	28,33			15,42	74,58	444,58
1	VENDEDOR	350,00		350,00	29,17	28,33			14,58	72,08	422,08
2	ESTIBADORE S	340,00		680,00	56,67	56,67			28,33	141,67	821,67
<b>6</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1680,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2020,00</b>	<b>168,33</b>	<b>170,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>84,17</b>	<b>422,50</b>	<b>2442,50</b>

	MENSUA	ANUAL								
<b>TOTAL IESS PATRONAL</b>	<b>245,43</b>	<b>2945,16</b>								<b>32255,16</b>

Nómina del primer año

### 2.11.8. Gatos de Depreciación

El presente rubro se lo debe tomar en cuenta al momento de realizar una análisis económico ya que constituye un gasto el uso y deterioro de los activos de la Cooperativa.

El método a utilizar será el de línea recta, a continuación el cuadro resumen de depreciación:

Cuadro 16: Resumen de depreciaciones

<b>RESUMEN DE DEPRECIACIONES</b>					
<b>NOMBRE DEL ACTIVO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>COSTO DEL ACTIVO</b>	<b>DEPRECIAC MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>VALOR RESCATE</b>
MUEBLES Y ENSERES	10	854,00	6,41	76,86	.85,4
EDIFICACIÓN	20	10.200,00	38,25	459,00	1.020,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	556,00	4,17	50,04	55,60
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	1.290,00	32,25	387,00	129,00
VEHICULO	5	12.500,00	187,50	2.250,00	387,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	7.735,00	58,01	696,15	773,50
<b>TOTAL</b>		<b>33.135,00</b>	<b>326,59</b>	<b>3.919,05</b>	<b>2.450,50</b>

- **Amortización**

Amortización a 10 años plazo el préstamo concebido por la asociación para la puesta en marcha del presente proyecto.

Tabla 12: Resumen de depreciaciones

**TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL  
CRÉDITO BANCARIO**

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	23.000,00	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	8,17%	PERIODOS		120
PLAZO	10	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0,68%	PAGO PERIODICO		281,12
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				23.000,00
1	281,12	156,59	124,53	22.875,47
2	281,12	155,74	125,38	22.750,09
3	281,12	154,89	126,23	22.623,85
4	281,12	154,03	127,09	22.496,76
5	281,12	153,17	127,96	22.368,80
6	281,12	152,29	128,83	22.239,97
7	281,12	151,42	129,71	22.110,27
8	281,12	150,53	130,59	21.979,68
9	281,12	149,64	131,48	21.848,20
10	281,12	148,75	132,37	21.715,82
11	281,12	147,85	133,28	21.582,55
12	281,12	146,94	134,18	21.448,37
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>1.821,85</b>	<b>1.551,63</b>	
13	281,12	146,03	135,10	21.313,27
14	281,12	145,11	136,02	21.177,25
15	281,12	144,18	136,94	21.040,31
16	281,12	143,25	137,87	20.902,44
17	281,12	142,31	138,81	20.763,62
18	281,12	141,37	139,76	20.623,87
19	281,12	140,41	140,71	20.483,16
20	281,12	139,46	141,67	20.341,49
21	281,12	138,49	142,63	20.198,86
22	281,12	137,52	143,60	20.055,25
23	281,12	136,54	144,58	19.910,67
24	281,12	135,56	145,57	19.765,11
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>1.690,23</b>	<b>1.683,26</b>	
25	281,12	134,57	146,56	19.618,55
26	281,12	133,57	147,55	19.471,00
27	281,12	132,57	148,56	19.322,44
28	281,12	131,55	149,57	19.172,87
29	281,12	130,54	150,59	19.022,28
30	281,12	129,51	151,61	18.870,67
31	281,12	128,48	152,65	18.718,02
32	281,12	127,44	153,69	18.564,33
33	281,12	126,39	154,73	18.409,60
34	281,12	125,34	155,79	18.253,82
35	281,12	124,28	156,85	18.096,97
36	281,12	123,21	157,91	17.939,06
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>1.547,44</b>	<b>1.826,05</b>	
37	281,12	122,14	158,99	17.780,07
38	281,12	121,05	160,07	17.620,00

39	281,12	119,96	161,16	17.458,84
40	281,12	118,87	162,26	17.296,58
41	281,12	117,76	163,36	17.133,22
42	281,12	116,65	164,48	16.968,74
43	281,12	115,53	165,59	16.803,15
44	281,12	114,40	166,72	16.636,42
45	281,12	113,27	167,86	16.468,57
46	281,12	112,12	169,00	16.299,57
47	281,12	110,97	170,15	16.129,42
48	281,12	109,81	171,31	15.958,11
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>1.392,53</b>	<b>1.980,95</b>	
49	281,12	108,65	172,48	15.785,63
50	281,12	107,47	173,65	15.611,98
51	281,12	106,29	174,83	15.437,15
52	281,12	105,10	176,02	15.261,13
53	281,12	103,90	177,22	15.083,90
54	281,12	102,70	178,43	14.905,48
55	281,12	101,48	179,64	14.725,83
56	281,12	100,26	180,87	14.544,97
57	281,12	99,03	182,10	14.362,87
58	281,12	97,79	183,34	14.179,54
59	281,12	96,54	184,58	13.994,95
60	281,12	95,28	185,84	13.809,11
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>1.224,49</b>	<b>2.149,00</b>	

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
61	281,12	94,02	187,11	13.622,00
62	281,12	92,74	188,38	13.433,62
63	281,12	91,46	189,66	13.243,96
64	281,12	90,17	190,95	13.053,00
65	281,12	88,87	192,25	12.860,75
66	281,12	87,56	193,56	12.667,19
67	281,12	86,24	194,88	12.472,30
68	281,12	84,92	196,21	12.276,10
69	281,12	83,58	197,54	12.078,55
70	281,12	82,23	198,89	11.879,66
71	281,12	80,88	200,24	11.679,42
72	281,12	79,52	201,61	11.477,81
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>1.042,19</b>	<b>2.331,30</b>	
73	281,12	78,14	202,98	11.274,84
74	281,12	76,76	204,36	11.070,47
75	281,12	75,37	205,75	10.864,72
76	281,12	73,97	207,15	10.657,57
77	281,12	72,56	208,56	10.449,01
78	281,12	71,14	209,98	10.239,02
79	281,12	69,71	211,41	10.027,61
80	281,12	68,27	212,85	9.814,76
81	281,12	66,82	214,30	9.600,45
82	281,12	65,36	215,76	9.384,69

83	281,12	63,89	217,23	9.167,46
84	281,12	62,42	218,71	8.948,76
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>844,43</b>	<b>2.529,06</b>	
85	281,12	60,93	220,20	8.728,56
86	281,12	59,43	221,70	8.506,86
87	281,12	57,92	223,21	8.283,65
88	281,12	56,40	224,73	8.058,93
89	281,12	54,87	226,26	7.832,67
90	281,12	53,33	227,80	7.604,88
91	281,12	51,78	229,35	7.375,53
92	281,12	50,22	230,91	7.144,62
93	281,12	48,64	232,48	6.912,14
94	281,12	47,06	234,06	6.678,08
95	281,12	45,47	235,66	6.442,42
96	281,12	43,86	237,26	6.205,16
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>629,89</b>	<b>2.743,60</b>	
97	281,12	42,25	238,88	5.966,28
98	281,12	40,62	240,50	5.725,78
99	281,12	38,98	242,14	5.483,64
100	281,12	37,33	243,79	5.239,85
101	281,12	35,67	245,45	4.994,40
102	281,12	34,00	247,12	4.747,28
103	281,12	32,32	248,80	4.498,47
104	281,12	30,63	250,50	4.247,98
105	281,12	28,92	252,20	3.995,78
106	281,12	27,20	253,92	3.741,86
107	281,12	25,48	255,65	3.486,21
108	281,12	23,74	257,39	3.228,82
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>397,15</b>	<b>2.976,34</b>	
109	281,12	21,98	259,14	2.969,68
110	281,12	20,22	260,91	2.708,77
111	281,12	18,44	262,68	2.446,09
112	281,12	16,65	264,47	2.181,62
113	281,12	14,85	266,27	1.915,35
114	281,12	13,04	268,08	1.647,27
115	281,12	11,22	269,91	1.377,36
116	281,12	9,38	271,75	1.105,61
117	281,12	7,53	273,60	832,02
118	281,12	5,66	275,46	556,56
119	281,12	3,79	277,33	279,22
120	281,12	1,90	279,22	-0,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.373,49</b>	<b>144,67</b>	<b>3.228,82</b>	
	<b>33.734,86</b>	<b>10.734,86</b>	<b>23.000,00</b>	

### 2.11.9. Pronóstico de compras y ventas

Para el cálculo y proyección de las ventas se tomó en cuenta la totalidad del mercado de la ciudad de Esmeraldas 44.023 hogares, versus los resultados recopilados de las encuestas en la pregunta 1, donde se escogió el intervalo de mayor porcentaje mensual siendo aproximadamente el 19% esto es 8.364 hogares del total de familias realizan compras de frutas en el mes.

A las 8.364 familias se le aplicó el porcentaje obtenido de las encuestas en la pregunta 4 entorno a la preferencia por realizar sus compras en un nueva Cooperativa comercializadora de frutas, esto es aproximadamente el 94% que resulta un mercado de 7.875 familias clientes potenciales del producto, al cual como escenario muy pesimista se le ha aplicado un porcentaje de participación en el mercado del 2% del total, obteniendo 157.5 clientes potenciales dispuestos a gastar un promedio de \$100 mensualmente en adquisición de frutas según la pregunta 9 de las encuestas realizadas, lo que daría un total de ventas mensuales \$15.750.00 y anual de \$189.000 como se lo refleja en el cuadro 14.

Tabla 13: Total ventas mensuales proyectadas

Pregunta 4					
Preferencia comprar en Cooperativa	Total	% Participación mercado (pesimista)	Total mercado	Promedio Gasto	Total venta
94%	7875	2%	157.5	\$ 100	\$ 15.750,00

A continuación se detalla el total de ventas proyectadas distribuidas por preferencias de gustos por determinada clase de frutas, información porcentual obtenida del estudio de mercado realizado en el campo.

Tabla 13: Total ventas mensuales proyectadas por preferencias

Variables	Porcentaje	Total en USD / preferencia
Frutas cítricas	15%	2.362,53
Frutas tropicales o exóticas	16%	2.520,03
Frutas silvestres	14%	2.205,02
Frutas de pepita	18%	2.835,03
Frutas de grano	18%	2.835,03
Frutas de hueso o carozo	19%	2.992,53
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>15.750,00</b>

Cuadro 17: Pronóstico de compras y ventas

PRONOSTICO DE COMPRAS Y VENTAS						
VENTAS MENSUALES PROMEDIO					15.750,00	INCREM. COSTOS Y GASTOS 2,04%
					INCREMENTO DE LAS VENTAS	1,78%
AÑOS	VENTAS	COSTOS	EXCEDENTE BRUTO EN VENTAS	GASTOS OPERACIONALES	EXCEDENTE NETO OPERACIONAL	
	VALOR	VALOR				
1	189.000,00	94.500,00	94.500,00	46.176,70	48.323,30	
2	192.364,20	96.427,80	95.936,40	47.118,71	48.817,69	
3	195.788,28	98.394,93	97.393,36	48.079,93	49.313,43	
4	199.273,31	100.402,18	98.871,13	49.060,76	49.810,37	
5	202.820,38	102.450,39	100.369,99	50.061,60	50.308,39	
6	206.430,58	104.540,38	101.890,21	51.082,85	50.807,35	
7	210.105,05	106.673,00	103.432,05	52.124,95	51.307,10	
8	213.844,92	108.849,13	104.995,79	53.188,29	51.807,49	
9	217.651,36	111.069,65	106.581,70	54.273,34	52.308,37	
10	221.525,55	113.335,47	108.190,08	55.380,51	52.809,57	
					-	
					-	
<b>TOTAL</b>	<b>2.048.803,63</b>	<b>1.036.642,93</b>	<b>1.012.160,70</b>	<b>506.547,63</b>	<b>505.613,07</b>	

#### 2.11.10. Presupuestos de costos y gastos

Se han tomado en cuenta todos los costos y gastos proyectados en cuanto a servicios básicos, mantenimientos, publicidad etc. Con el fin de tener dentro de la inversión un rubro orientado a este tipo de desembolsos.

Así tenemos:

Cuadro 18: Presupuesto de gastos

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
Sueldos	2.020,00
Luz	160,00
Agua	60,00
Teléfono	30,00
Publicidad	250,00
Pago de intereses crédito	151,82
Utiles de Aseo y Limpieza	48,43
Utiles de Oficina	16,22
Manten. De Maquinarias y equipos	50,00
Manten. De Instalaciones	50,00
Depreciación de Activos Fijos	326,59
Servicios Bancarios	20,00
Décimo Tercer Sueldo	168,33
Décimo Cuarto Sueldo	170,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	84,17
Fondo de Reserva	168,33
Gastos de Constitución	24,17
Otros Gastos	50,00
<b>TOTAL GASTOS MENSUALES</b>	<b>3.848,06</b>
<b>TOTAL GASTOS ANUALES</b>	<b>46.176,70</b>

#### **2.11.11. Capital de trabajo**

Dentro del cuadro contiguo se han detallado todos los rubros necesarios para mantener operativamente activo el proyecto por 3 meses, esto quiere decir que el negocio para poder trabajar este primer trimestre sin tener ningún ingreso necesita de \$10.981,45.

Cuadro 19: Capital de trabajo

<b>CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		1.450,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		2.442,50
Sueldos y salarios del personal fijo	2.442,50	
Sueldos y salarios del personal eventual		
SERVICIOS BÁSICOS		250,00
Energía Eléctrica	160,00	
Agua	60,00	
Telecomunicación	30,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		16,22
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		48,43
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		250,00
SUMINISTROS DE MANT. EQUIPOS E INSTALACIONES		100,00
SERVICIO BANCARIO		20,00
OTROS		50,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>4.627,15</b>
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>10.981,45</b>
Nota: El capital de trabajo ha sido aprovisionado para tres meses		

#### **2.11.12. Balance de situación inicial**

A continuación el estado de la situación inicial con la cual comienza el proyecto en cuanto a Activos, Pasivos y Patrimonio, donde se puede notar que en lo referente a pasivos el presente negocio se encuentra con un apalancamiento o endeudamiento ante el Banco nacional de Fomento, ya que se tuvo que financiar el 35% de la inversión inicial del presente proyecto mediante este préstamo pagadero a 10 años plazo, el resto forma parte del patrimonio aportado por los socios para la puesta en marcha de la cooperativa.

Cuadro 20: Balance de Situación Inicial

**COOPERATIVA FRUTÍCOLA  
BALANCE DE SITUACION INICIAL  
AL 01 DE ENERO DE 2014**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CAJA-BANCO	6.607,98	PRESTAMO POR PAGAR C/PLAZO	1.551,63
SUMINISTROS DE OFICINA	194,60	<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>1.551,63</b>
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	581,20	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
		PRESTAMO POR PAGAR L/PLAZO	21.448,37
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.383,78</b>	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE</b>	<b>21.448,37</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>23.000,00</b>
MUEBLES Y ENSERES	854,00	<b>PATRIMONIO</b>	
EQUIPOS DE OFICINA	556,00	APORTE CAPITAL	27.968,78
EQUIPOS INFORMATICOS	1.290,00		
VEHICULO	12.500,00		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	7.735,00		
TERRENO	9.000,00		
EDIFICACIÓN DE INSTALACIONES COOPERATIVA FRUTICOLA	10.200,00		
	-		
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>42.135,00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>27.968,78</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
GASTO DE CONSTITUCIÓN	1.450,00	<b>PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>1.450,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>50.968,78</b>		<b>50.968,78</b>

### 2.11.13. Indicadores Financieros del Proyecto

Cuadro 21: Indicadores financieros

#### INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

INVERSION INICIAL			65.617,25	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE	
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,59%	PROYECTO	INCERTIDUMBRE	
TASA ACTIVA REFERENCIAL			9,04%	0,0000	0,1000	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS			0,1	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-65.617,25			-65.617,25		
1	38.267,33	0,0000000	1,0000000	38.267,33	0,9091	34.788,48
2	36.088,16	0,0000000	1,0000000	36.088,16	0,8264	29.824,92
3	36.799,55	0,0000000	1,0000000	36.799,55	0,7513	27.648,05
4	37.520,85	0,0000000	1,0000000	37.520,85	0,6830	25.627,25
5	38.251,65	0,0000000	1,0000000	38.251,65	0,6209	23.751,26
6	39.089,42	0,0000000	1,0000000	39.089,42	0,5645	22.064,96
7	39.938,08	0,0000000	1,0000000	39.938,08	0,5132	20.494,55
8	40.797,05	0,0000000	1,0000000	40.797,05	0,4665	19.032,12
9	41.665,66	0,0000000	1,0000000	41.665,66	0,4241	17.670,31
10	44.993,66	0,0000000	1,0000000	44.993,66	0,3855	17.347,00
	<b>327.794,15</b>					
<b>TOTAL FLUJO PRESENTE NETO</b>				<b>393.411,40</b>		<b>238.248,91</b>
<b>INVERSION INICIAL</b>				<b>65.617,25</b>		<b>65.617,25</b>
<b>VAN</b>				<b>327.794,15</b>		<b>172.631,66</b>
<b>PRC</b>				<b>2,0018</b>		

<b>TIR</b>			<b>21,13%</b>		
<b>R.C.B.</b>			<b>5,00</b>		
<b>RENTABILIDAD SIMPLE</b>			<b>49,96</b>		

Al analizar los índices financieros, se puede establecer que el proyecto es viable y factible, por los distintos índices favorables que resultan de la aplicación de operaciones financieras que comprueban su rentabilidad a través del tiempo.

Se llega a las siguientes conclusiones:

- El proyecto es rentable por poseer una TIR es 21,13%, al igual que un VAN de \$393.411,40 positivo.
- La inversión se recupera en 2 años.
- Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se recupera \$5.

## 2.11.14. Punto de equilibrio

Cuadro 22: Cuadro de resumen de costos y variables

### CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	2.020,00		2.020,00	24.240,00		24.240,00
Luz	160,00		160,00	1.920,00		1.920,00
Agua	60,00		60,00	720,00		720,00
Teléfono	30,00		30,00	360,00		360,00
Publicidad	250,00		250,00	3.000,00		3.000,00
Pago de intereses crédito	151,82		151,82	1.821,85		1.821,85
Utiles de Aseo y Limpieza	48,43		48,43	581,20		581,20
Utiles de Oficina	16,22		16,22	194,60		194,60
Manten. De Maquinarias y equipos	50,00		50,00	600,00		600,00
Manten. De Instalaciones	50,00		50,00	600,00		600,00
Depreciación de Activos Fijos	326,59		326,59	3.919,05		3.919,05
Servicios Bancarios	20,00		20,00	240,00		240,00
Décimo Tercer Sueldo	168,33		168,33	2.020,00		2.020,00

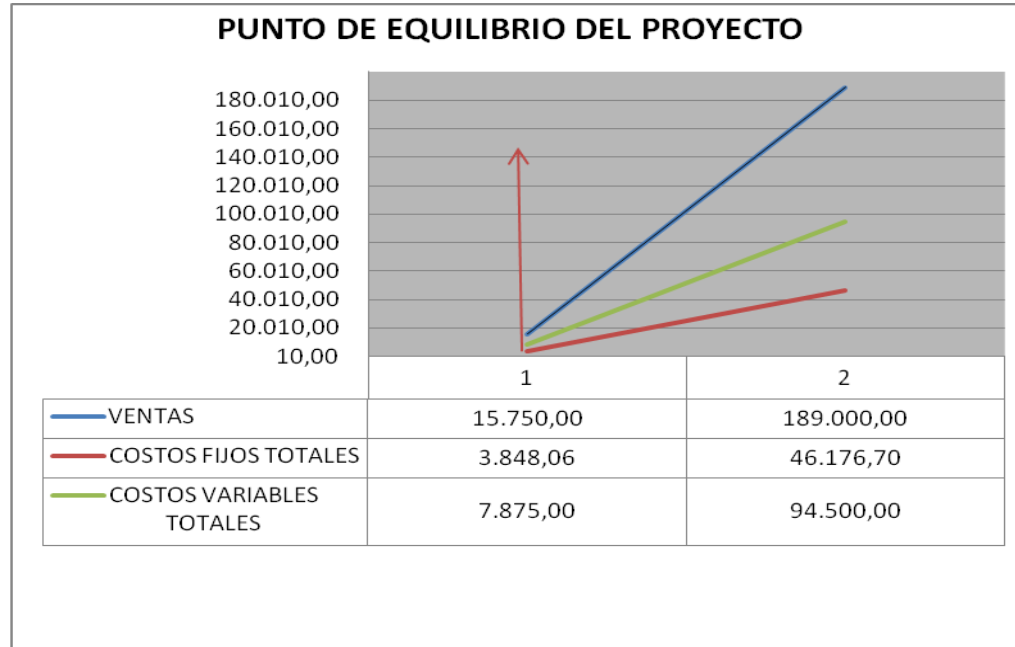
Décimo Cuarto Sueldo	170,00		170,00	2.040,00		2.040,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	84,17		84,17	1.010,00		1.010,00
Fondo de Reserva	168,33		168,33	2.020,00		2.020,00
Gastos de Constitución	24,17		24,17	290,00		290,00
Otros Gastos	50,00		50,00	600,00		600,00
INVENTARIO DE PRODUCTOS		7.875,00	7.875,00		94.500,00	94.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.848,06</b>	<b>7.875,00.</b>	<b>11,723,06</b>	<b>46.176,70 .</b>	<b>94.500,00 .</b>	<b>140.676,70 .</b>

#### CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
<b>VENTAS</b>	<b>15.750,00</b>	<b>189.000,00</b>
<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>	<b>3.848,06</b>	<b>46.176,70</b>
<b>COSTOS VARIABLES TOTALES</b>	<b>7.875,00</b>	<b>94.500,00</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>7.696,12</b>	<b>92.353,40</b>

SIGNIFICA QUE EL VALOR DE \$ 7.696,12 ES LO MÍNIMO QUE DEBO VENDER PARA NO PERDER NI GANAR MENSUALMENTE.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$



El presente resultado que se presenta entorno a la búsqueda del punto equilibrio económico del presente proyecto mensualmente es de \$7.696,12, que sería lo mínimo que se puede vender en el mes para mantener la cooperativa sin perder ni ganar.

## 2.12 IMPACTOS DEL PROYECTO

### 2.12.1. Análisis de Impactos

La investigación se sustenta en un análisis técnico de los impactos que en las diferentes áreas o ámbitos que genere el proyecto en el contexto del mismo.

Para el presente análisis de impactos, se ha empleado lo siguiente:

- Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente; en el presente proyecto se ha determinado las áreas social, económico, ambiental y educativo.
- Se selecciona un rango de niveles de impacto positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla:

-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
3	IMPACTO ALTO POSITIVO

Se construye para cada una de las áreas una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles de impacto establecido, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que permitirá tener información específica y puntual del área analizada.

- A cada indicador, se asigna un nivel de impacto, positivo o negativo, a continuación se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto, la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniéndose de esta manera matemáticamente el nivel de impacto del área de estudio.
- Bajo cada matriz de área se realiza un breve análisis, en el que se selecciona y argumenta las razones, motivos, circunstancias que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

### 2.12.2. Impacto Socio Cultural

<b>Nivel de impacto Indicador</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Hábitos de consumo							X	3
Generación de organizaciones productivas.						X		2
Bienestar comunitario							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

Total de impacto social = 8/3

Total de impacto social = 2,67

Nivel de impacto social = Medio Positivo

#### **Análisis**

En este impacto el proyecto prevé que incidirá a corto, mediano y largo plazo, el cambio de hábitos en el consumo de productos alimenticios como son las frutas naturales, beneficiando a los consumidores de la ciudad de Esmeraldas

con la reducción de problemas de enfermedades causadas por la ingesta de otro tipo de productos dañinos para la salud de todos.

Además la generación de este proyecto de investigación de ser factible, permitirá generar una organización productiva alternativa en donde se benefician agricultores que producen productos agros ecológicos.

### 2.12.3. Impacto Económico

Indicador	Nivel de impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Liquidez						X		2
Generación de empleo						X		2
Reinversión de excedentes						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>		<b>6</b>

Total de impacto económico = 6/3

Total de impacto económico = 2

Nivel de impacto económico = Medio Positivo

### Análisis

La cooperativa Frutícola comercializadora de frutas, beneficiará económicamente a varios entes, por un lado a los socios y por otra parte a las personas que adquieran el producto, otorgándoles buenos precios y alta calidad a los clientes.

Este tipo de proyecto involucra la contratación de personal calificado y no calificado, la misma que tendrá la capacitación respectiva durante todo el proceso de arranque del proyecto.

Los excedentes generados por el proyecto estarán destinados directamente en gran parte a la reinversión, en la ampliación de la asociación; sea esta en equipos, infraestructura u otra inversión que vaya en beneficio del crecimiento de la Cooperativa.

#### 2.12.4. Impacto Ambiental

<b>Nivel de impacto</b>									
<b>Indicador</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>	
Conservación del medio ambiente							X	3	
Uso de insumos orgánicos							X	3	
Desechos sólidos y líquidos químicos usados en la producción agrícola						X		2	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	

Total de impacto Ambiental = 8/3

Total de impacto Ambiental = 2,67

Nivel de impacto Ambiental = Medio Positivo

#### Análisis

A través de la implementación de la cooperativa comercializadora de frutas se incentivará al consumo de productos sanos, naturales que beneficien la salud de los consumidores.

El impacto ambiental de los productos asociados con el consumo domestico de alimentos, no afectan en grandes proporciones al cambio climático.

Actualmente, las frutas frescas totalizan un poco menos del 8% de las emisiones referentes al consumo de alimentos por hogar.

La cooperativa recolectara los desechos en tachos recolectores, un tacho verde para desechos orgánicos, tacho amarillo para papeles y cartones, tacho azul para plásticos.

### 2.12.5. Impacto General

Indicador	Nivel de impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto socio cultural						X		2
Impacto económico						X		2
Impacto ambiental						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>		<b>6</b>

### Análisis

El impacto a nivel general que dará el proyecto será de 2, lo cual constituye un impacto positivo medio.

Esto implica que al ser un impacto positivo medio, la cooperativa comercializadora de frutas, será beneficiosa tanto a nivel individual como colectivo, permitiendo generar una alternativa de progreso para la parroquia Tabiazo y sus alrededores

### **3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **3.1 CONCLUSIONES**

- En la Investigación de Mercados con la aplicación de las encuestas se determino las necesidades de los hogares de la Ciudad de Esmeraldas, en cuanto a variedad, calidad, atención, forma de pago y precio.
- De acuerdo al Estudio de Mercado se determino la demanda de los potenciales clientes de la Cooperativa comercializadora de frutas en la ciudad de Esmeraldas.
- Este proyecto conducirá a incrementar los niveles de confianza en cuanto al tratamiento sanitario y mantenimiento en condiciones (particularmente temperatura) de las frutas, generando competitividad en el mercado actual.
- En el Estudio Técnico se determino el lugar de localización de la Cooperativa, el mismo que se determino mediante un conjunto de variables las cuales se evaluarán de acuerdo al grado de importancia.
- Mediante el Estudio Técnico se determino los requerimientos anuales de las frutas, materiales, mano de obra, maquinaria, equipos, muebles y útiles de oficina y servicios que requiere la empresa para la puesta en marcha, con una inversión inicial de \$ 65.617,25 los cuales serán financiados el 35% mediante un préstamo bancario y el 65% con recursos propios.
- En el Estudio Estructural y Organizacional se determino el nombre comercial para la nueva Cooperativa “TABIFRUTAS”

- El Estudio Financiero permitió observar los resultados de cada uno de los criterios de evaluación que conforman el proyecto, con un VAN de \$327.794,15 una TIR de 21,13%, un periodo de recuperación de 2 años y una relación costo beneficio de 5 indicador que nos permite interpretar que por cada dólar que invierta se recuperará \$5.
- Se debe realizar un estudio paralelo al proyecto para analizar la posibilidad de aprovechar las frutas que no se logran vender elaborando jugos naturales o compostas fertilizantes para el suelo.
- Es así que después de los estudios realizados se llegó a la conclusión de que el presente proyecto es viable en el Estudio técnico, estructural-organizacional y Económico-Financiero.

### **3.2 RECOMENDACIONES**

- Mejorar el tratamiento de limpieza, secado, etiquetado, embalaje y empacado de las frutas, con la finalidad de satisfacer al 100% la demanda actual y de esta manera establecer consistencia en la presentación de las frutas.
- Evaluar cada uno de los procesos en el presente proyecto, con la finalidad de reducir tiempos, reducir costos y mejorar la gestión Operativa y Administrativa.
- Adquirir anualmente cada uno de los requerimientos detallados en el capítulo técnico para el buen desempeño de la misma.
- Realizar constantes campañas publicitarias, dando a conocer su nombre “TABIFRUTAS”, logrando así posicionarse en la mente del consumidor.
- Implementar un plan logístico con la finalidad de evaluar la rotación de los inventarios.
- Implementar de manera continua una de las alternativas para el aprovechamiento de las frutas que no se lograsen vender, ya sea elaborando jugos naturales o compostas fertilizantes para el suelo.
- Después de haber analizado cada uno de los criterios de evaluación, se recomienda implementar el presente proyecto en la ciudad de Esmeraldas, Provincia de Esmeraldas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE RUBEN DARIO, Legislación Económica del Ecuador.
- ARMSTRONG, Gary y KOTLER, Philip. Mercadotecnia. México. Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana, S.A. Sexta Edición 1994.
- BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw-Hill,
- BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. Tercera Edición. México. 1995
- Centro de Promoción Integral: Manual teórico práctico de agro-industrias caseras. Lima, Perú.
- Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001
- ETZEL, Michael J., STANTON, William J. y WALKER, Bruce j. Fundamentos de Marketing. Mexico. Editorial McGraw –Hill. 1995.
- HUETE, D’ANDREA, REYNOSO, LOVELOCK, Administración de Servicios, Estrategias de Marketing.
- LEY DE COMPAÑIAS, Comisión Legislativa y codificación.
- LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.
- LOVELOCK, Christopher. Mercadotecnia de Servicios.
- MARCELA BENASSINI, Introducción a la investigación de Mercados.
- NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos.
- NASSIR SAPAG CHAIN; Proyectos de Inversión Formulación y evaluación, Primera Edición.

- PHILIP KOTLER, GARY AEMSTRONG; Fundamentos de Marketing.
- PORTER, Michael E. Ventaja Competitiva. Grupo Editorial Patria. México 2007
- Richard A. y Brely Stewart C. Myers Principios de Finanzas Corporativas
- S. Miguel, E. Bisque, J.P. Lennin, Antonio C. Investigación de Mercado
- Thomas Kinnear and James Taylor Investigación de Mercado
- VACA IVÁN, investigación de mercados
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Tabiazo 2012-2022, Gobierno Autónomo Descentralizado de Tabiazo. Grupo de Dialogo de la provincia de Esmeraldas.

## LINKOGRAFÍA

- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [www.corpei.org.ec](http://www.corpei.org.ec)
- [www.damodaran.com](http://www.damodaran.com)
- [www.googlefinance.com](http://www.googlefinance.com)
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [www.zonaeconomica.com/inversion/metodos](http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos)
- <http://www.mailxmail.com/presupuestos-inversion/introduccion>
- <http://asgconsultores.com/diccionario/letra/e.htm>
- <http://www.intracen.org/tfs/docs/glossary/ps.htm>
- <http://www.municipio-esmeraldad.org>

# **ANEXOS**

**ANEXO 1**

## **ENCUESTA**

**OBJETIVO:** Determinar la necesidad de implantar una Cooperativa Comercializadoras de frutas en la parroquia Tabiazo del Cantón Esmeraldas.

### **INSTRUCCIONES:**

- 1. RESPONDA CON SINCERIDAD LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN**
- 2. LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERÁN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA.**
- 3. SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA**

**1. ¿Usted realiza compras?**

- Semestral
- Trimestral
- Mensual
- Quincenal
- Semanal
- Diariamente

**2. ¿Usted compra frutas por?**

- Granel
- Peso
- Kilos
- Empacados

**3. ¿Qué tipo de frutas compra?**

- FRUTAS CÍTRICAS**  
(Naranja, limón, mandarina, lima, toronja)
  
- FRUTAS TROPICALES O EXÓTICAS**  
(Chirimoya, guayaba, papaya, mango, maracuyá, melón, noni, plátano o banana, sandía, arazá)
  
- FRUTAS SILVESTRES**  
(grosellas, frambuesa, ciruelas)
  
- FRUTAS DE PEPITA**  
(Frutilla, higo, babaco)
  
- FRUTAS DE GRANO**  
(Durazno, pera, manzana)

**FRUTAS DE HUESO O CAROZO**

(Coco, nueces, aguacate)

**4. ¿Usted estaría dispuesto a comprar en una nueva Cooperativa comercializadora de frutas en la ciudad de Esmeraldas?**

SI

NO

**5. ¿Por qué servicios usted compraría en la nueva Cooperativa comercializadora de frutas en la ciudad de Esmeraldas? Escoja en orden de prioridad del 1 al 9, teniendo en cuenta que el número 9 es el más importante.**

Atención al cliente

Letreros de información

Calidad del producto

Limpieza del local

Horario de atención

Precios justo

Variedad de frutas

Ubicación del local

**6. ¿En qué parroquia de Ciudad de Esmeraldas vive?**

5 de Agosto

Bartolomé Ruíz

Esmeraldas

Luis Tello

Simón Plata

Tabiazo

Tachina

Vuelta Larga

**7. ¿Dónde realiza sus compras habitualmente?**

Supermercado (Tía, Aki, Otros)

Mayorista

- Mercados
- Tienda Tradicional

**8. ¿Le gustaría que las frutas fueran entregadas a domicilio?**

- SI
- NO

**9. ¿Aproximadamente cuánto es la cantidad de dinero que destina para la compra de frutas?**

- \$0-100
- \$101-200
- \$201-300
- \$301-400
- \$401 en adelante

**10. ¿El pago por adquisición de las frutas lo hace en?**

- Efectivo
- Tarjeta de Crédito
- Crédito

**11. ¿Si usted fuera microempresario que nombre le pondría a la Cooperativa Comercializadora de Frutas?**

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ENTREVISTA**

**A los socios Potenciales**

- Pertenece o conoce algún tipo de asociación conformada en el sector orientada a la comercialización de las frutas de la zona.
- Cree usted que la producción de la zona tendría la capacidad de satisfacer una parte considerable de la demanda de frutas en la ciudad.
- Estaría usted dispuesto a formar parte de una asociación o cooperativa frutícola que fomente la comercialización de la fruta del sector

**A los propietarios de restaurant, minimarket, despensas.**

- En la actualidad donde adquiere las frutas para su negocio
- Está satisfecho con las características, textura calidad y frescura de la fruta que adquiere
- Estaría dispuesto a cambiar de proveedor de fruta, y cual seria el motivo que lo impulsaría a hacerlo.

**FICHA DE OBSERVACION**

Fecha:

Localidad:

Responsable:

<b>ACTIVIDAD A OBSERVAR</b>	<b>NOVEDAD</b>
Organización productiva en la zona	
Capacidad productiva de la localidad	
Canales de comercialización del producto de la parroquia.	
Comportamiento de los habitantes de de la zona	

## FOTOS





