



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL HACIA LA UNIÓN EUROPEA, EN LA PARROQUIA SAN LUIS, CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA CHIMBORAZO PARA EL PERIODO 2015-2016.

AUTORA:

JENNY ROCIO URQUIZO MIRANDA

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Sra. Jenny Rocío Urquizo Miranda, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

DIRECTOR

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, 04 de Julio del 2016

Jenny Rocío Urquizo Miranda

060480972-3

DEDICATORIA

A Dios, Nuestro Creador quien es parte fundamental de nuestra vida, a quien nos encomendamos desde el primer momento en el inicio de nuestra vida estudiantil.

Principalmente, dedico este trabajo a mis padres, por todo el apoyo brindado durante mi carrera, por el esfuerzo y sacrificio que realizaron para que yo pueda llegar hasta aquí, es a ellos a quienes les debo todo lo que soy en mi vida profesional.

Y a mis hijas: Estefany y Sofía, por ser los pilares importantes en mi formación profesional por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer con todo el amor del mundo a mis padres quienes son la fuente de todo el esfuerzo y la dedicación para que pudiera alcanzar este gran logro.

Hago extensivo un profundo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por ser la Institución en la cual forje mi carrera profesional. Por creer y apoyar a todos y cada uno de quienes fuimos y somos alumnos de esta prestigiosa institución, brindándonos el soporte académico y humanístico para formarnos como excelentes profesionales.

Deseo agradecer a todos mis profesores, puesto que ellos con su infinita dedicación y paciencia me transmitieron sus conocimientos y experiencias.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de ilustraciones	xii
Índice de anexos.....	xiii
Resumen ejecutivo.....	xiv
Summary.....	xv
Introducción	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivo Específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Antecedentes Históricos	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1 Análisis Situacional de la Parroquia San Luis	8
2.2.2 Análisis FODA del Proyecto.....	13
2.2.3 Marco Conceptual.....	14
2.2.4 Marco contextual	17
2.2.5 Exportaciones en el Ecuador.....	22
2.3 HIPÓTESIS	23

2.3.1	Hipótesis General.....	23
2.3.2	Hipótesis Específica.....	23
2.4	VARIABLES.....	24
2.4.1	Variable Independiente.....	24
2.4.2	Variable Dependiente.....	24
2.4.3	Operacionalización de la Variables.....	24
CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO.....		25
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.3	POBLACION Y MUESTRA.....	26
3.4	METODOS, TECNICAS Y ENCUESTAS.....	27
3.4.1	Métodos de Investigación.....	27
3.4.2	Técnicas de Investigación.....	27
3.4.3	Instrumentos de la Investigación.....	28
3.5	ANALISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS.....	29
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		36
4.1	TITULO.....	36
4.2	ESTUDIO DE MERCADO.....	36
4.2.1	Identificación del Producto.....	37
4.2.2	Características del Producto.....	38
4.2.3	Composición Nutricional del Tomate de Árbol.....	39
4.2.4	Usos del Producto.....	39
4.2.5	Productos Sustitutos y Complementarios.....	40
4.2.6	Análisis y proyección de la Oferta y Demanda.....	41
4.2.9	Canales de Distribución.....	51
4.2.10	Estrategias de Comercialización.....	52
4.2.11	Comercialización.....	60
4.2.12	La Unión Europea.....	63
4.2.13	Oportunidad Comercial.....	65
4.3	ESTUDIO TÉCNICO.....	66
4.3.1	Determinación del Tamaño Óptimo.....	66
4.3.2	Localización del Proyecto.....	67
4.3.3	Estudio del Impacto Ambiental.....	69
4.3.4	Costos del Proyecto.....	69

4.3.5	Requisitos para el Registro y Funcionamiento de Centros de Acopio de Agrocalidad.....	83
4.4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	88
4.4.1	Base Legal.....	88
4.4.2	Requisitos de Funcionamiento:.....	89
4.4.3	Base Filosófica.....	90
4.4.4	Organización	90
4.4.5	Organigrama Estructural	91
4.4.6	Organigrama Funcional.....	91
4.4.7	Operacionalidad	100
4.4.8	Procesos De Exportación	101
4.4.9	Requerimientos para la Exportación	108
4.4.10	Ventajas de la Carta de Crédito.....	113
4.4.11	Requerimientos Ambientales Internacionales.....	114
4.4.12	Marco Legal	116
4.5	ESTUDIO FINANCIERO	117
4.5.1	Inversiones	117
4.5.2	Inversión Total	118
4.5.3	Inversión en Activos Fijos o Tangibles.....	119
4.5.4	Inversión en activos diferidos o intangibles.....	122
4.5.5.	Capital de Trabajo.....	123
4.5.6	FINANCIAMIENTO.....	125
4.5.7	Presupuesto de Costos.....	127
4.5.8	Gastos Administrativos	131
4.5.9	Gastos de Ventas.....	131
4.5.10	Gastos Financieros	132
4.5.11	Presupuesto de ingresos.	135
4.5.12	Evaluación financiera y económica	135
	CONCLUSIONES	142
	RECOMENDACIONES.....	143
	BIBLIOGRAFIA	144

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	División Territorial de la Parroquia San Luis.	10
Cuadro 2:	Principales productos de la Parroquia.	12
Cuadro 3:	Exportaciones de Tomate de árbol.....	22
Cuadro 4:	Siembra Tomate de Árbol.....	29
Cuadro 5:	Área que siembra el tomate de Árbol.....	30
Cuadro 6:	Cuanto rinde su Producción por cuadra.....	31
Cuadro 7:	Inversión por cuadra.....	32
Cuadro 8:	Venta de la Producción.....	33
Cuadro 9:	Venta de la Producción.....	33
Cuadro 10:	Desea formar parte del Centro de Acopio.....	34
Cuadro 11:	Dinamizar la economía del sector.....	35
Cuadro 12:	Composición Nutricional.....	39
Cuadro 13:	Producción de Frutas Exóticas por zona Geográfica.....	42
Cuadro 14:	Producción de frutas por toneladas.....	42
Cuadro 15:	Exportación de las Principales Frutas Exóticas de Ecuador.....	43
Cuadro 16:	Comportamiento Histórico de las Exportaciones de la Oferta en el Ecuador.....	43
Cuadro 17:	Total de las Exportaciones de 1990 a 2012.....	44
Cuadro 18:	Total de exportaciones de 2013 - 2016.....	44
Cuadro 19:	Oferta del Centro de Acopio “LUCHOFRUIT”.....	45
Cuadro 20:	Demanda de tomate de árbol en la Unión Europea.....	46
Cuadro 21:	Cálculo para la proyección de producción nacional de tomate de árbol en la Unión Europea.....	46
Cuadro 22:	Proyección de la producción de tomate de árbol en la Unión Europea ..	47
Cuadro 23:	Importación de tomate de árbol.....	47
Cuadro 24:	Cálculo para la Proyección de las Importaciones de tomate de árbol.....	47
Cuadro 25:	Proyección de las Importaciones de Tomate de árbol.....	48
Cuadro 26:	Exportación de tomate el árbol de la unión europea al mundo.....	48
Cuadro 27:	Calculo para la proyección de las Exportaciones de tomate de árbol.....	49
Cuadro 28:	Proyección de las exportaciones de tomate de árbol.....	49
Cuadro 29:	Consumo Aparente.....	50

Cuadro 30:	Demanda Insatisfecha	51
Cuadro 31:	Ferias Orgánicas Internacionales	54
Cuadro 32:	Ingeniería del Proyecto	70
Cuadro 33:	Certificadoras Orgánicas	115
Cuadro 34:	Inversión Total	119
Cuadro 35:	Inversión en Activos Fijos	119
Cuadro 36:	Maquinaria y Equipo	120
Cuadro 37:	Utensilios y Accesorios	120
Cuadro 38:	Equipo de Computo	121
Cuadro 39:	Equipo de Oficina	121
Cuadro 40:	Muebles y Enceres	121
Cuadro 41:	Activos Diferidos	122
Cuadro 42:	Gastos Operacionales	124
Cuadro 43:	Tabla de Amortización	126
Cuadro 44:	Materia Prima	127
Cuadro 45:	Materiales Directos	127
Cuadro 46:	Mano de Obra	128
Cuadro 47:	Insumos	128
Cuadro 48:	Mano de Obra Indirecta	129
Cuadro 49:	Reparación y Mantenimiento	129
Cuadro 50:	Seguros	129
Cuadro 51:	Depreciación	130
Cuadro 52:	Amortización	130
Cuadro 53:	Gastos Administrativos	131
Cuadro 54:	Gasto de Ventas	131
Cuadro 55:	Período de Financiamiento	132
Cuadro 56:	Costo Total	133
Cuadro 57:	Costo de Producción	134
Cuadro 58:	Ingreso por Ventas	135
Cuadro 59:	Estado de Situación Inicial	136
Cuadro 60:	Estado de Resultados	138
Cuadro 61:	Flujo de Caja	139
Cuadro 62:	Punto de Equilibrio	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:	Siembra Tomate de Árbol	29
Gráfico N° 2:	Área que siembra el tomate de árbol	30
Gráfico N° 3:	Cuanto rinde su producción por cuadra.....	31
Gráfico N° 4:	Inversión por cuadra	32
Gráfico N° 5:	Desea Formar parte del Centro de Acopio	34
Gráfico N° 6:	Dinamizar la economía del Sector.....	35

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Mapa político de la Parroquia San Luis.	9
Ilustración 2:	Estructura de Análisis.....	36
Ilustración 3:	Canales de Distribución.....	52
Ilustración 4:	Web del Centro de Acopio	57
Ilustración 5:	Web del Centro de Acopio	57
Ilustración 6:	Base Filosófica	58
Ilustración 7:	Promoción del Producto	58
Ilustración 8:	Contacto.....	59
Ilustración 9:	Página de Social del Centro de Acopio	59
Ilustración 10:	Comercialización Externa	60
Ilustración 11:	Producción de frutas Exóticas	61
Ilustración 12:	Producción de Frutas Exóticas en Ecuador	62
Ilustración 13:	Evolución de las Exportaciones	62
Ilustración 14:	Espacio Vital	76
Ilustración 15:	Espacio Vital 2	76
Ilustración 16:	Distribución de la Planta	78
Ilustración 17:	Flujo de Procesos.....	80
Ilustración 18:	Área de Trabajo	81
Ilustración 19:	Mesas de Trabajo.....	82
Ilustración 20:	Organigrama Estructural	91
Ilustración 21:	Pallets	106
Ilustración 22:	Contenedor	107
Ilustración 23:	Marcado.....	108

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Reporte de Inspección	146
Anexo N° 2: Certificado de Registro	147
Anexo N° 3: Certificado Fitosanitario.....	148
Anexo N° 4: Tarifario de Agrocalidad	149
Anexo N° 5: Tarjeta de Importación - Exportación	149

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación es, un proyecto de Creación de un Centro de Acopio de tomate de árbol para exportar hacia la Unión Europea, en la parroquia San Luis, Cantón Riobamba Provincia Chimborazo, para el período 2015-2016. El punto de partida fue el Análisis Situacional de la parroquia, en el que se determinó la problemática del sector, que es la intermediación existente en la comercialización de sus productos; El Estudio de Mercado cuyo fin es el de identificar la necesidad del servicio, analizando la oferta y la demanda existente. Así pues, mediante la aplicación de encuestas a los agricultores de la zona, se determinó que la parroquia San Luis, es un campo productivo, en el que la oferta es amplia, que se aspira a captar de manera oportuna y eficiente; El Estudio Técnico realizado una vez finalizado el estudio de mercado nos permite obtener una base para el cálculo financiero, la evaluación económica del proyecto y desde luego la rentabilidad del proyecto, Obteniendo así un VAN USD \$798037.99; TIR 44%; Periodo de recuperación de capital en el primer año. En este estudio se evidencia la factibilidad para la implementación de un Centro de Acopio de tomate de árbol, el cual reúna la producción de los agricultores de la parroquia, a quienes les beneficia la comercialización directa con el centro de acopio, ya que les abre nuevos mercados y mejora sus ventas, lo que trae como consecuencia un incremento en los ingresos de los agricultores y disminución de los precios para los consumidores finales.

Palabras clave: creación, exportar, análisis, intermediación, comercialización, oferta, demanda.

SUMMARY

This research is a Project of creation of a tree tomato Collection Center for exporting to the Europa Union, in the parish of San Luis, Canton Riobamba, Chimborazo Province, for the period 2015- 2016. The starting point was the situational analysis of the parish, that determined the problems of is the sector, which is the intermediation existing in the marketing of its products, the market research whose purpose is to identify the need for the service, analyzing the supply and demand. Thus, through the implementation of surveys to farmers in the area, it was determined that de parish San Luis, is a productive field, in which the offer is wide, and aims to attract in a timely and efficient manner. The technical study carried out after the market study permits to obtain a basis for financial calculations, the economics assessment of the project and since then the profitability of the project, thus obtaining a Net Value Added (NVA) USD \$ 798037.99; Internal Rate of Return (IRR) 44%; period of capital recovery in the first year. In this study the feasibility for the implementation of a tree tomato Collection Center is evident.

Key words: PROJECT, CREATION CENTRE, MARKETING, EXPORT, MARKET RESEARCH.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo Investigativo, consiste en realizar un Proyecto de Creación de un Centro de Acopio de tomate de árbol para la exportación hacia la Unión Europea en la parroquia San Luis, Cantón Riobamba, Provincia, Chimborazo para el período 2015-2016.

El Ecuador se ha consolidado como uno de los países productores y exportadores de frutas exóticas, en donde los cultivos tanto en extensión como en producción tienen un marcado dinamismo. Donde la producción se encuentra concentrada tanto en la sierra como en la costa.

Las frutas exóticas ecuatorianas han logrado un mayor espacio en el mercado internacional en los últimos años, donde las exigencias en cuanto a calidad e inocuidad son bastante estrictas. Sin embargo, la fruta ecuatoriana por su exquisito y diferenciado sabor ha cautivado a los consumidores en países tanto asiáticos, europeos y americanos, ya sea en estado fresco o procesada.

El olor, textura, sabor, y color de las frutas cultivadas en el país son producto de las excelentes condiciones climáticas, que favorecen la calidad de las frutas que se cosechan en el país. Actualmente, sabores de las frutas como maracuyá, mango, pitahaya, uvillas, guayabas, tomate de árbol y naranjillas son altamente demandadas en muchos mercados, donde utilizan la fruta para consumirla fresca o elaborar diferentes productos, donde incluso la fruta es muy codiciada por el particular aroma que desprende de las mismas.

El sector de frutas exóticas en Ecuador, es un sector con alto potencial de crecimiento y a su vez, un sector que requiere de muchos cuidados, de una mayor inversión, para asegurar una productividad óptima de las frutas. Finalmente, estos productos gozan de un gran interés en mercados internacionales, razón por la cual es importante resaltar las principales características del cultivo de estas frutas, con el fin de dar a conocer la oferta exportable existente en las mismas.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sistema tradicional de producción – comercialización de alimentos frescos, operado por productores agrícolas, comerciantes, mayoristas si bien han garantizado la disponibilidad de alimentos, lo han hecho con altos costos económicos, sociales y ambientales. En el primer caso, porque los precios medios rurales, no son los suficientemente remuneradores y los altos precios de venta finales, no mejoran la capacidad adquisitiva de las familias Ecuatorianas.

Considerando el aspecto social, las zonas de mayor pobreza tienen menor disponibilidad de alimentos y en consecuencia menores niveles de nutricionales. Desde el punto de vista ambiental, cada vez se exige un mayor uso de los recursos naturales, para obtener el ingreso familiar suficiente (a mayor producción mayor ingreso). Una de las causas de los altos costos señalados, son el nivel de merma y pérdidas que generan a lo largo de la cadena alimentaria, debido a que los procesos de abasto tradicional no están articulados bajo un funcionamiento integrado, sistemático y alineado con objetivos comunes.

En los campos no siempre se dispone del equipo adecuado para la manipulación, por lo que los productos agrícolas sufren daños físicos; y al no realizar una selección en el campo, se mezclan productos en buen estado con otros que no lo están provocando contaminación. Estas deficiencias en el manejo causan, que la conservación de los productos se altere, y se acorte.

En la fase de la comercialización la problemática descrita se agrava porque la mayoría de los productores no manejan lo que es control de calidad; y el control en cuanto a nivel de producción es deficiente. El transporte es una actividad que cruza todas las fases de la cadena, presenta problemas de estiba y de manejo que causan daños físicos, porque el empaque en el embalaje no es el adecuado o, como ocurre frecuentemente, se maneja a granel.

Todas estas causas se reflejan en el acortamiento de la vida en el anaquel de los alimentos y que no sean atractivos para la vista, ocasionando que en los canales menudistas se presentan en porcentajes de pérdidas. En los hogares consumidores, finalmente, también se presentan mermas, debido a que la vida de anaquel está completamente disminuida, y aun con refrigeración el proceso de oxidación continúa.

La conservación de productos agrícolas perecederos de alto consumo constituye prioridad nacional en vista de las pérdidas que se registran en la etapa de post cosecha, debido a factores de: orden tecnológico, deficiente infraestructura vial, empaque inadecuados, fallas y carencias en los procesos de recolección, selección, clasificación y almacenamiento, todo lo cual se refleja en problemas de comercialización, por la mala calidad del producto ofrecido y en consecuente el des estímulo en la producción.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Está en capacidad el Centro de Acopio de San Luis de reunir todas las condiciones para exportar su producto al mercado internacional?

1.1.2 Delimitación del Problema

El presente trabajo se lo realizara en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia San Luis; para el GAD parroquial San Luis para el año 2015 - 2016.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es justificada por cuanto el papel que juegan los centros de acopio en el proceso de comercialización agrícola, con la creación del mismo en un asentamiento campesino o poblado rural, permitirá reunir la oferta en un mismo punto geográfico; es decir la garantía para la venta de sus cosechas en la misma zona.

Los centros de acopio constituyen el mercado inmediato para el productor y permiten la clasificación de los productos cosechados y el mejoramiento de la calidad, que se llevaran a los mercados intermedios y finales. Así mismo la conservación y mantenimiento bajo condiciones de temperatura y ambientes adecuados, alargan la vida

útil del producto. Los centros de acopio generalmente están ubicados en las zonas rurales muy cercanas a ellas.

En la Parroquia San Luis la actividad agrícola de cosecha de Tomate de árbol es altamente productiva y es demarcada ya que carece de centros de acopios para el almacenamiento de esos rubros. Es por esto que la negociación de los productos es acelerada y solo beneficia al mayorista porque es el quien establece los precios de compra de la cosechas de los productores.

Es por todo lo ante expuesto que se pretende indagar si se puede crear un centro de acopio de Tomate de árbol que beneficie a los productores agrícolas ya que carecen del mismo. En tal sentido se pretende desarrollar nuevas maneras y demanda de los productores y a su vez mejorar su calidad de vida.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Crear un Centro de Acopio para la exportación de Tomate de Árbol hacia la Unión Europea, en la parroquia San Luis, Cantón Riobamba, Provincia Chimborazo para el período 2015 - 2016.

1.3.2 Objetivo Específicos

- Realizar un Diagnóstico Situacional de la parroquia San Luis en el período 2015-2016.
- Realizar un Estudio de Mercado para la exportación de tomate de árbol del Centro de Acopio, en la parroquia San Luis en el periodo 2015-2016.
- Realizar un Estudio Técnico y Financiero para determinar las directrices iniciales del Centro de Acopio para la parroquia San Luis en el periodo 2015- 2016.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos

De los Autores (Ayala y Cevallos, 2013) la tesis de grado con tema “Proyecto Comercial para la exportación de chifles al mercado Ecuatoriano en Estados Unidos” de la Universidad Politécnica Salesiana cuyas conclusiones fueron:

- Como la Investigación realizada lo demuestra, se ve que el mercado Ecuatoriano en Estados Unidos representa una atractiva oportunidad de negocio que se encuentra principalmente concentrada en la ciudad de New York y New Jersey. Son personas que tienen un hábito de consumo de este producto en su gran mayoría de su agrado.
- Al evaluar en la representación económica que este mercado simboliza en cifras oficiales y estimados se ha podido observar que en base al consumo promedio que estas personas que van de entre 2 a 7 toneladas/mes, se estima ventas mensuales a los consumidores finales que van de entre USD \$ 100.00 A USD \$ 400.000 valores obtenidos tan solo del 15% del mercado potencial al que se quiere llegar, que es nuestro mercado meta. Estos valores se demuestran el potencial del mercado existente que tenemos lo oportunidad de penetrar.
- Desde el punto de vista del Estudio técnico y del Plan del marketing se ha podido observar que la exportación de Verdecitos puede explotar el consumo de producto tradicional que desde su empaque se identifica el consumidor ecuatoriano.
- Otro punto clave es la viabilidad del proyecto, fue encontrar un experimentado distribuidor que cuenta con experiencia para la distribución del producto, logrado presencia en supermercados y tiendas étnicas previamente identificadas como puntos de compra por parte de los ecuatorianos residentes en las zonas de New York y New Jersey.
- El Apoyo del consulado, y la identificación del punto de encuentro de los ecuatorianos, nos permitirá promocionar el producto, incentivando el consumo

del mismo y deja que su buen sabor, atributos nutritivos y calidad logren llegar de boca en boca a más consumidores.

De la Autora (García, 2009) el trabajo de Tesis titulado “Proyecto de Factibilidad para la exportación de Granadilla a Alemania” de la Universidad Tecnológica Equinoccial cuyas conclusiones fueron:

- Es notorio que el producto goza de varias características que la vuelven interesante no solo para el mercado nacional, sino también para el mercado internacional. Lo que representa una oportunidad para cualquier persona que quisiera aprovechar sus bondades y oportunidad de Comercialización Internacional.
- El Ecuador es un país definitivamente que goza de todas la características agrarias para el cultivo de dicha fruta, se evidencia la calidad del producto y la presencia de la misma durante todo el año.
- Baños es una zona donde la producción de granadillas es alto debido a que gran parte de su población se dedica a la actividad de siembra de este producto.
- Los 54 agricultores de la fruta cosechan el producto durante todo el año, ya que eta actividad es el sustento diario de las familias.
- No tienen contratos de ventas anticipadas la cual resulta una oportunidad para quien vaya a ser de la exportación de granadillas un negocio.

De los Autores (Lucas, Maggi, & Yagual, 2011) con la tesis “Creación de una empresa de Producción, comercialización, y exportación de tomate de árbol en el área de Sangolqui, Provincia de Pichincha”, Escuela Superior Politécnica del Litoral, concluye lo siguiente:

- El tomate de árbol no solo abre un mercado para sí mismo, sino que abre las puertas para la exportación de otras frutas no tradicionales. Por tratarse de un producto bien posicionado en la cultura alimenticia ecuatoriana, el tomate de árbol tiene un gran futuro comercial ante un mercado interno creciente.

- Los principales mercados internacionales para exportar el tamarillo son Estados Unidos, Europa (España), aunque no se descarta la posibilidad de ingresar a nuevos mercados potencialmente mayores como en Asia y el resto de Europa.
- Los beneficios para la salud humana por el consumo frecuente de tomate de árbol empieza a difundirse por los mercado nacionales e internacionales, esto implica un desplazamiento favorable de la curva de la demanda.
- El proyecto es viable bajo las condiciones del presente trabajo. Obtenemos una tasa interna de retorno de 21.34% y de valor actual neto USD \$2.546.22 dólares, haciendo de este proyecto atractivo para principales inversionistas.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Análisis Situacional de la Parroquia San Luis

La parroquia San Luis, por poseer suelos con características adecuadas para una buena producción, conjugado con la población con características propias, y la disponibilidad de tierras fértiles, y agua suficiente, ha generado una alta producción agrícola. Pese a la vocación agropecuaria de la parroquia (sector primario), el aporte de la misma a la producción provincial es bajo, considerando que menos del 50% de la población económicamente activa se dedica a esta actividad. El problema radica en la desatención en cuanto a inversión tecnológica, investigación, y ampliación a los medios de producción como agua y crédito. Entre los principales cultivos transitorios tenemos las hortalizas, tomate riñón los mismos que la mayoría son característicos de la región Interandina. Desde los años de los 90 la producción agrícola de la parroquia ha tenido una tendencia creciente lo que le ha permitido posicionarse en el cantón como una de las primeras parroquias en cuanto a producción agrícola.

En cuanto a la comercialización, la manera de ésta presenta serias falencias derivadas fundamentalmente de la existencia de grupos económicos de poder conformados por los intermediarios, sumado a la escasa planificación en las siembras por parte de los agricultores no permite generar un flujo constante y equilibrado de productos al mercado, el cual está sujeto a la oferta y demanda con la consecuente afectación a los precios cuando existe una sobre oferta.

Ubicación Geográfica

La parroquia San Luis está ubicada al Oeste del Cantón Riobamba, tiene una altitud de 2662 msnm.

Ilustración 1: Mapa político de la Parroquia San Luis.



Elaborado por: Equipo Técnico PDOT – San Luis

Las coordenadas son:

Latitud: 1° 42' 19" de latitud Sur

Longitud: 78° 38' 39" de longitud Occidental

Límites políticos administrativos:

Norte: Ciudad de Riobamba

Sur: Parroquia Punín

Este: Cantón Chambo

Oeste: Parroquias Yaruquíes y Cacha

División Territorial Interna:

La parroquia San Luis está conformada por 9 comunidades, 2 barrios reconocidos por la parroquia los cuales son:

Cuadro 1: División Territorial de la Parroquia San Luis.

ASENTAMIENTO HUMANO	POBLACION	SUPERFICIE (hectáreas)
Cabecera Cantonal	1835	659,22
Candelaria	615	317,45
Corazón de Jesús	840	11,12
El Troje	695	295,64
Guaslán	1310	469,98
La Libertad	2451	177,16
La Inmaculada	2100	462,79
Monjas Tunshi	300	139,48
San Antonio	1130	169,73
San Vicente de Tiazo	780	118,35
TOTAL	12055	2926,92
DENSIDAD POBLACIONAL		411 HABITANTES /km²
Fuente: PODOT San Luis Realizado por: Jenny Urquizo		

Sector Económico Parroquial

El 42.24% de la Población Económicamente Activa de la parroquia presta su servicio en el sector primario, en tanto que en el sector secundario participa el 16,13% y en el terciario el 15,25%. El 78.97 % de la PEA de la parroquia San Luis, se distribuye en cuatro ramas de actividad económica que son; 1) Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (42.14%); 2) Comercio al por mayor y al por menor (10.48%); 3) Construcción (8.49 %) 4) Industrias manufactureras (7.64 %).

Descripción Sintética del Sistema Físico – Ambiental.

Por la ubicación estratégica de la parroquia San Luis, y por la aptitud de sus suelos existe una amplia gama de diversidad de producción agrícola lo que ha permitido que en

su entorno se desarrollen y generen importantes ingresos económicos. Se destacan, entre éstos: la disponibilidad de agua, entre otros, que de manera directa influyen en el desarrollo local. El ecosistema de bosque seco montano bajo, representa el mayor porcentaje del territorio a nivel parroquial, es decir que la importancia que éste constituye en el desarrollo de la principal actividad económica, como es la agricultura, este ecosistema se constituye en la base para el desarrollo socioeconómico de la población de la parroquia ya que en este se desarrolla la actividad de la agricultura y en bajos niveles la ganadería.

De otra parte, en torno al ecosistema predominante se tejen las relaciones socio - culturales y socioeconómicas, con sectores colindantes. Adicionalmente, el territorio cuenta con fuentes de agua que proveen del recurso vital a ciertos asentamientos humanos. El aporte ambiental en cierta forma por la presencia de plantaciones exóticas de manera indirecta ha contribuido a la estabilidad de suelos que por sus características topográficas al estar desprovistos de vegetación existiría mayor riesgo de erosión de estos sectores.

Los recursos naturales presentes, se identifican como potencialidades idóneas para generar actividades asociadas al desarrollo del sector social, económico turístico. En el eje ambiental, la problemática central gira en torno al crecimiento y dispersión poblacional, lo que ha provocado que un determinado segmento de la población desempeñe sus actividades agropecuarias en zonas inapropiadas.

Como consecuencia de esto, las problemáticas ambientales se han multiplicado, sobre todo por la sobreexplotación en zonas de marcada fragmentación del suelo y minifundios. Si bien dentro de la parroquia se identifican zonas de amenazas de origen natural, por la presencia de movimientos en masa moderada, su mayor amenaza son las actividades desmedidas e irresponsables del ser humano sin considerar que el patrimonio natural ecuatoriano y en particular de la parroquia, es un recurso estratégico de importancia nacional para el Buen Vivir, que debe ser utilizado de manera racional y responsable garantizando los derechos de la naturaleza, como lo establece la Constitución.

Por lo tanto, el manejo y conservación de los suelos utilizados para la actividad agrícola es una prioridad para el desarrollo de la parroquia San Luis.

Principales Productos del Territorio

La parroquia San Luis en la actualidad es reconocida como un territorio cuya producción principalmente agrícola se ha destacado en el mercado local y nacional. La producción agrícola presenta una gama de productos gracias a la bondad de sus suelos, entre los principales, tenemos:

Cuadro 2: Principales productos de la Parroquia.

CULTIVO	VARIEDAD
Hortalizas	Varios
Tomate Riñón	Daniela
	Cita
	Revolución
	Miramar
	Mikaela
	Rival
	Fortuna
Frutilla	Alveon
Alfalfa	Blanca
	Morada
Maíz	Iniap 102
	Blanco
Papa	Fripapa
	Superchola
	Alveon
Tomate De Árbol	Amarillo Gigante
Mora	Castilla
Brócoli	Avenger
	Legasy
Pimiento	Martha
Frejol	Canario
Arveja	Televisión
Fuente: DPACH, Noviembre 2014	
Realizado por: Jenny Urquiza	

En la parroquia de San Luis los tres cultivos predominantes son hortalizas, tomate riñón y frutilla, por la capacidad de los suelos de producir estos productos, además del tiempo corto para su cosecha y el ciclo de producción es amplia.

2.2.2 Análisis FODA del Proyecto

Fortalezas

- Favorables condiciones para el desarrollo del producto.
- Fruta de alta calidad.
- Personal con experiencia en todas sus áreas.
- Énfasis en la calidad, innovación, y buen servicio.
- Disponibilidad y bajo costo de mano de obra.
- Primer Centro de Acopio de Tomate de árbol en el sector.
- Ubicación geográfica adecuada con un ecosistema apropiado para la implementación de este tipo de proyectos.

Oportunidades

- Pocos Centros de acopio que compiten bajo esta modalidad.
- Alta demanda Internacional debido a las características del producto.
- Zonas agroecológicas apropiadas para la producción de tomate de árbol en la parroquia.
- Prioridad del Gobierno Central en promover el desarrollo del sector agrícola.
- Instituciones que promueve las pequeñas empresas a exportar su producto a través de capacitaciones, cursos, ferias comerciales.

Debilidades

- Alta informalidad en la comercialización en la zona de desarrollo del proyecto.
- Falta de cobertura a todos los posibles compradores.
- Poca Experiencia en Exportación.
- Falta de compradores extranjeros fijos.

Amenazas

- Nuevos competidores en el mercado de la exportación de tomate de árbol a nivel nacional.
- Presencia de plagas y enfermedades incurables en el producto.
- Fenómenos Naturales, como lluvias torrenciales, terremotos, etc.
- Alta producción de frutas sustitutas al tomate de árbol.
- Inestabilidad política y económica de país.

2.2.3 Marco Conceptual

Análisis FODA:

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Centros de Acopio:

“Son instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de hortalizas y frutas de pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad”. (www.santacruz.gob.bo/productiva/apoyo)

Agricultura:

Arte de cultivar, beneficiar y hacer producir la tierra. La agricultura es la única actividad económica verdaderamente fundamental e indispensable. Apareció en la prehistoria y ocupó un lugar preeminente en numerosas civilizaciones. Los romanos tuvieron ya una importante literatura sobre temas agrícolas. (LAROUSSE, 2009).

Exportaciones:

Las exportaciones en economía hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país. (ARIAS, 2014)

Mercado Interno:

El mercado interno es donde se realizan inversiones y transacciones de bienes y servicios dentro de una misma jurisdicción. Habitualmente, el mercado interno se usa para hablar del mercado de un país, aunque también puede reducirse para hablar del mercado de una región o localidad. (VELA, 2014)

Bienes:

Los bienes son aquellos que en forma directa o indirecta procuran una utilidad en la satisfacción de las necesidades. Es decir, son bienes materiales e inmateriales que poseen un valor económico y que, por ende, son susceptibles de ser valuados en términos monetarios. (VICHARRA, 2011)

Precio Fluctuante:

En economía se denomina fluctuaciones cíclicas a los movimientos caracterizados por olas periódicas de dilatación y contracción que no tienen un ritmo fijo. (JIMENEZ, 2006)

Comercialización:

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (RIVADENEIRA, 2014)

Medios de Transporte:

El transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos o personas de un lugar a otro en un vehículo que utiliza una determinada infraestructura. (ARBOLEDA, 2013)

Segmentación del Mercado:

La segmentación de mercado le permite a la organización de importación y exportación escoger a sus clientes y adecuar su estrategia de marketing en base a lo que desea el cliente identificado y sus requerimientos y respuestas a los deseos y necesidades específicas de la nueva empresa. (NELSON, 2010)

Sistema de Almacenaje:

El almacenaje es el conjunto de actividades que se realizan para guardar y conservar artículos en condiciones óptimas para su utilización desde que son producidos hasta que son requeridos por el usuario o el cliente. Dentro del sistema global del manejo de materiales, el sistema de almacenaje proporciona las instalaciones, el equipo, el personal, y las técnicas necesarias para recibir, almacenar, y embarcar materia prima, productos en proceso y productos terminados. (GARAVITO, 2005)

Canales de Distribución:

Existencia de un canal de comercio que establece un puente entre productores y usuarios. Este puede definirse como un ordenamiento de relaciones de intercambio que crean valor para el cliente en la adquisición, consumo y disposición de bienes y servicios. (PELTON L., STROTTON D., LUMPKIN J., 2000)

Capacidad Competitiva:

Las condiciones de los factores, referido a las dotaciones de trabajadores especializados e infraestructura adecuada para un determinado sector; que debe ser complementado por las condiciones de la “demanda” interna de esa gama de productos y servicios, sin menospreciar la capacidad exportadora de un sector competitivo también fuera de las fronteras nacionales. (ZABALA, 2013)

Embalaje:

Ya sea para la importación y exportación su producto debe viajar miles de kilómetros sin, daño su paquete debe estar protegido de roturas, humedad, almacenamiento descuidado, manejo brusco, ladrones y el clima. Se ha calculado que hasta un 70% de todas las pérdidas de carga pueden prevenirse con un buen embalaje y señalamiento adecuado. (NELSON, 2010).

2.2.4 Marco contextual

Centros de Acopio

El centro de acopio es una medida de mejoramiento de la comercialización de bienes, por lo que a continuación se cita lo siguiente:

Según Méndez define al centro de acopio: “A la instalación física permanente o temporal, destinada a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaqa y prepara, para su venta.”. El centro de acopio es un lugar físico que permite reunir una gran cantidad y variedad de productos agrícolas para mejorar la comercialización directa entre productores y consumidores, brindando así productos de mejor calidad y precios justos.

Los Centros de Acopio son instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de hortalizas y frutas de pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad; los mismos están equipados con máquinas de alta tecnología, que realizan el lavado sanitario, secado, selección, procesamiento y empaque de productos, para luego ser enviados a los mercados Mayoristas Urbanos, Distritales, supermercados, etc.

Características del Centro de Acopio

Las características del centro de acopio sirven para: “Organizar a los productores para la comercialización del centro de acopio. Elevar los niveles de ingreso de los productores a través del desarrollo del poder de negociación de los productores del centro de acopio. Racionalizar los actuales canales de mercado a fin de lograr ventajas comparativas en los mercados finales. Ampliar la demanda efectiva ofreciendo el producto a precios racionales y más homogéneos.” Las características más relevantes que brinda el centro de acopio son aquellas que ayudara a elevar el nivel de ingresos de los productores como también tener precios competitivos en el mercado, además de racionalizar los canales de distribución, con el fin de que los productos puedan salir de los lugares que sean de difícil acceso y así exista mayor diversificación de los productos. (REINOSO J., RAMOS J., HUGO T., 2001).

Función del Centro de Acopio

La función de los centro de acopio debe entenderse como uno de los medios para mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo en que actúen estos centros. Esto implica que estos centros de acopio deben entenderse como una red orgánica que abarque cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos. La función primordial del centro de acopio es mejorar el sistema de comercialización y distribución, estimulando el incremento en la productividad y así brindar un mayor abastecimiento y variedad de productos a todos los mercados locales y regionales. (ESPADA A., TORREALBA J., TORRES HUGO., 2001).

Beneficiarios de los Centros de Acopio.

Los beneficiarios del centro de acopio son: Se trata de identificar a los beneficiarios directos e indirectos de los centro de acopio para conocer su número e ingresos antes y después de creado el centro de acopio, determinándose las acciones que se realizarían con ellos. Además se trataría de estimar los efectos sociales y económicos.

A partir de la época moderna en 1900, ellos para la venta del producto se transportan por vehículos. La comercialización de un producto, es una actividad de producción que va desde la cosecha hasta el consumidor final, es decir que deben seguir una serie de pasos en el sistema de comercialización y se inicia desde el productor - acopiadores rurales - mercado mayorista - mercado detallista - consumidor final; ya que el margen de comercializar tiene por objeto sufragar los costos y riesgos del mercado generando una retribución para el productor en el proceso de distribución, es decir, reunir pequeñas cantidades del producto y luego venderlo. Los productores para poder trasladar el producto desde la plantación de la cosecha hasta el lugar en donde lo guardan, utilizan animales de carga en donde montan los sacos para poderlos llevar hasta el mismo, debido a que ésta es una zona muy inclinada que no permite el acceso de maquinarias agrícolas. Esto sería un problema para los agricultores, ya que se pierde mucho tiempo para la recolección del producto no teniendo un lugar específico para almacenar los mismos. Hoy en día la comercialización se realiza con los camiones que llegan a la zona obteniendo el producto al precio que ellos estipulen y luego van al Mercado Mayorista. (ESPADA A., TORREALBA J., TORRES HUGO., 2001).

Base Teórica

Los centros de acopios como estructuras físicas y organizativas, dotados y/o equipadas de recursos materiales, humanos y financieros para desempeñar la función de acopio de los productos. Constituyen el primer contacto de la producción agrícola con el proceso de comercialización de las cosechas por lo que generalmente están ubicados en las zonas rurales o muy cercanas a ellas. Sus actividades incluyen la recepción, la manipulación y el despacho de los productos hacia las zonas urbanas. (Roles del Centro de Acopio, 2007).

Tienen un gran valor en el proceso de la creación de un centro de acopio, ya que sirve al productor como un recurso al momento de la comercialización de los productos. Tomando en cuenta los diferentes roles a continuación se describen:

- a. **Concentración de la Oferta Rural:** es una de las características principales de la producción agrícola es la atomización y dispersión de las unidades productoras y por ende de la oferta de los productos.
- b. **Incremento del Poder de Negociación:** el productor agrícola, básicamente el pequeño y mediano constituyen el mayor porcentaje nacional, carece de poder de negociación en los mercados, el cual es detentado por los compradores mayoristas o industriales. Quienes al final son los que establecen los precios al producto.
- c. **Incremento de la Producción:** el principal estímulo que tienen los agricultores lo constituyen el intercambio de su producto por dinero.
- d. **Mejoramiento de la Calidad:** las actividades del centro de acopio se incluye la manipulación, clasificación y adecuación del producto, funciones que se desempeñan en procura de agregarle valor comercial, eliminando las impurezas traídas desde el centro de producción y adecuando los volúmenes y presentaciones a los requerimientos de la demanda inmediata.

Clasificación de los Centros de Acopio:

No existe una clasificación única o definitiva para los centros de acopio agrícola, razón por la cual hemos asumido una clasificación funcional, que es la más utilizada entre técnicos e intermediarios, considerando que la misma debe ser estructurada con fines didácticos a fin de homogenizar su conocimiento y análisis, lo que permitirá adecuar posteriormente alguna manera de organización u sistematización operativa. A

continuación la clasificación propuesta que deriva de las funciones que se desempeñan en cada tipo de centros de acopio, las cuales pueden generar diversas combinaciones como se expresara más adelante.

a. En función al Producto Acopiado:

- *Especializados:* se refiere a los centros de acopio dedicados a la concentración de un solo producto en particular, o grupos de estos según su afinidad. De esta forma nos encontramos con centros de acopio cafetaleros, cuya misión es el acopio de café exclusivamente. También podríamos encontrarnos con un centro de acopio de cítricos, en el cual se reciben mandarinas, naranjas o limón, o uno de hortalizas, en el cual se arriman indistintamente zanahorias, remolacha, lechuga y repollo. En cualquiera de los casos estaríamos hablando de centro de acopio especializado.
- *Diversificados:* cuando se acopian rubros pertenecientes a diferentes especies y variedades en un mismo lugar y tiempo, estamos frente a un centro de acopio diversificado. Esta modalidad es muy frecuente en los denominados centros de distribución de las cadenas de supermercados e hipermercados, en las que convergen en espacio y momentos las hortalizas, frutales, raíces y tubérculos, granos y leguminosas, pescados, etc., a fin de aprovisionar los puntos de ventas de dichas empresas.

b. En función al Periodo de Acopio:

- *Permanentes:* se denominan así los centros de acopios usados durante todo el año, en periodo regularmente continuos para un mismo rubro, o para rubros diferentes durante los periodos de cosecha del mismo.
- *Eventuales:* se clasifican de esta forma los centros de acopio cuya utilización se limita a ciertos periodos continuos o alternos en el año, pero que su grado de especialización es tal que no pueden ser usados en otras actividades, teniendo periodos vacíos en los cuales regularmente se efectúan labores de reparación y/o preparación para las próximas cosechas.

c. En función a su Ubicación Geográfica:

- *Rurales:* cuando se trata de centros de acopio ubicados en las mismas zonas de producción, tales como en el caso de hortalizas y frutales, que por su elevado

grado de perecibilidad y exigencia de frescura en los centros de consumo, son reunidos y manipulados inicialmente en los campos o muy cercanos a estos, para luego ser trasladados en camiones especialmente acondicionados para largas distancias, regularmente dotados de sistemas de enfriamiento (termo king) u otros mecanismo de conservación.

- *Peri-urbanos*: es la clasificación que reciben los centros de acopio en el perímetro de las ciudades y zonas anexas generalmente perteneciente a las cadenas de detallistas organizados o industrias procesados.
- *Urbanos*: están representados por los almacenes, depósitos de los mayoristas y cadenas de detallista organizados, quienes realizan compras directas en el campo y con vehículos especialmente acondicionados, propiedad de los comerciantes o de transportistas especializados.

d. En función a la Propiedad:

- *Públicos o Estatales*: cuando pertenecen a alguna institución gubernamental, independiente de tratarse del nivel municipal, regional o nacional. Los antiguos silos y centros de acopio de casa y actualmente Mercado, son ejemplos de estos.
- *Privados*: cuando el propietario es un particular individual o empresa privada, bien bajo la forma de compañía mercantil o cooperativa.
- *Mixtos*: cuando la propiedad y operación es compartida entra entes gubernamentales y privados, bien por alianzas estratégicas, convenios o concesiones.

e. En función al Alcance Geográfico:

- *Locales*: cuando se trata de reunir la producción de una zona productiva, recibiendo la producción de varias unidades de producción a un asentamiento campesino, municipio o localidad.
- *Regionales*: para centros de acopio destinados a la concentración de los productos de un estado o región del país, la cual acudirán las cosechas de uno o varios rubros.
- *Nacionales*: se refiere al alcance de volúmenes o muestras representativas de la producción de todo el país.

2.2.5 Exportaciones en el Ecuador

El Ecuador inicia la exportación de tomate de árbol a fines de la década de los 80 y a pesar de que se ha tenido inconvenientes en la venta a los mercados internacionales debido a problemas con los sistemas de producción por falta de control de plagas virósicas persistente en el producto, existe un crecimiento de las exportaciones del tomate de árbol en fresco hacia el mercado europeo, sobre todo la Unión Europea, dirigido especialmente al mercado de la migración.

Como se verán en los siguientes cuadros; en el año 2008 la posición del Ecuador en las exportaciones mundiales de otros frutos frescos fue de 10 entre 21 países que no son miembros de la Unión Europea, con un porcentaje de participación mínima a nivel mundial de 0.23%. La cifra FOB alcanzada por nuestro país fue de 30,70 mil USD, mientras que el volumen exportado fue 12,66 toneladas. De Enero a Junio de 2009, cifra FOB ecuatoriana fue de 68,76 mil USD y un volumen exportado de 16.45 toneladas.

Cuadro 3: Exportaciones de Tomate de árbol

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA		
810903000	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)		
	PAIS TONELADAS	FOB - DOLAR%	TOTAL FOB – DÓLAR
ESTADOS UNIDOS	195.63	195.63	65.39
ESPAÑA	44.65	112.99	18.10
HOLANDA(PAISES BAJOS)	11.08	54.29	8.70
ALEMANIA	4.75	26.65	4.27
BELGICA	6.43	19.33	3.10
CANADA	0.40	1.52	0.25
EMIRATOS ARABES UNIDOS	0.41	1.21	0.20
SINGAPUR	0.02	0.12	0.02
HONG KONG	0.06	0.01	0.01
REINO UNIDO	0.01	0.01	0.01
TOTAL GENERAL:	263.40	624.24	100.00
Fuente: Estadísticas Banco Central del Ecuador año 2014 – 2015			
Realizado por: Jenny Urquiza			

2.3 HIPÓTESIS

2.3.1 Hipótesis General

La creación del Centro de Acopio permitirá mejorar la capacidad productiva de la parroquia san Luis.

2.3.2 Hipótesis Específica

- Con el diagnóstico situacional de la Parroquia, determinaremos si la misma está en capacidad de elaborar los volúmenes suficientes para realizar una exportación.
- Con el Estudio de Mercado, nos permitirá identificar y analizar la información sobre las actividades y deseos, necesidades de los productores y la naturaleza y presentación de nuestro producto.
- Con el diseño del Centro de Acopio se determinará la ubicación Geográfica en donde se ubicará este proyecto.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

- Análisis de la capacidad de producción de la Parroquia San Luis.

2.4.2 Variable Dependiente

- Rentabilidad para el centro de Acopio.

2.4.3 Operacionalización de la Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTO
CREACION DEL CENTRO DE ACOPIO	Es el almacenaje de volumen de productos que tiene para el mercado, que debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua, considerando la manera para manejar y almacenar estos volúmenes.	CANTIDAD TIEMPO CALIDAD COSTOS	PAGINAS WEB	COMPUTADORA
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTO
RENTABILIDAD DEL CENTRO DE ACOPIO	Se dice que una empresa es rentable cuando genera suficiente utilidad o beneficio, es decir, cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre ellos es considerada como aceptable	TIEMPO COSTOS CANTIDAD	ANÁLISIS ECONÓMICO	ENCUESTA

CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El método que se utilizará para la Elaboración del proyecto de exportación es el método exploratorio, ya que este método permite recopilar, examinar y explorar información sobre el tema de Investigación, la misma que es primordial y necesaria para elaboración del proyecto de exportación de Tomate de árbol, servirá en la parte de la investigación para tener una perspectiva más clara del problema.

Posteriormente se utilizará el método descriptivo, ya que es necesario obtener información cuantitativa, trabajando con tamaños representativos de muestra, logrando establecer conclusiones claras al final de la investigación.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

a.- Investigación Bibliográfica: La investigación bibliográfica constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes –teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas- acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver. (GALARRETA, 2009)

b.- Investigación de Campo: es el proceso que, utiliza el método científico permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problema a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos. (HERNANADEZ, 2011)

c.- Investigación Descriptiva: Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. (VERA, 2013)

3.3 POBLACION Y MUESTRA

Población

Para el desarrollo de este proyecto se tomará como universo o población a los Productores de la parroquia San Luis (2332) personas que se dedican exclusivamente a la agricultura en la parroquia.

Muestra

TABLA DE DATOS

N: población	2332
n: tamaño de la muestra	?
p: 12055/2332	0.19
q: 1-p =1-0.19	5%
e: error muestral	0.07

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{e^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0.19) (1 - 0.19)}{(0.07)^2}$$
$$n = 124.48$$

La encuesta se realizará a 124 productores de la parroquia San Luis.

3.4 METODOS, TECNICAS Y ENCUESTAS

3.4.1 Métodos de Investigación

Los métodos a aplicarse son los siguientes:

Método Inductivo: La inducción se suele caracterizar como un raciocinio que va de lo singular o particular a lo general o universal. Esa tiende a desarrollar teorías científicas generales a partir de observaciones particulares. (CASTAÑO, 2008)

Método Deductivo: En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos-deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables. (CASTAÑO, 2008)

Método Analítico: El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (LEON, 2007)

3.4.2 Técnicas de Investigación

Las técnicas a aplicarse para el estudio es:

Encuesta.- La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación. (FERRER, 2010)

Bibliográficas.- La referencia bibliográfica es el conjunto de elementos suficientemente detallados que permite la identificación de la fuente documental de la que se extrae la información. El conocimiento adquirido sobre el tema de las técnicas de estudio se apoya y nutre tanto de numerosas fuentes bibliográficas, como de la práctica educativa desarrollada en forma de investigación aplicada (esquemáticamente el ciclo sería: reflexión y definición del problema propuesta de acción y desarrollo de la misma evaluación). (MC, 2013)

3.4.3 Instrumentos de la Investigación

En cuanto a los instrumentos de la investigación, se puede indicar, según Hernández (1991), que los mismos, sirven para recoger los datos de la investigación. De la misma manera, el autor manifiesta que un instrumento de medición adecuado, es el que registra los datos observables, de forma que representen verdaderamente a las variables que el investigador tiene por objeto.

Cuestionario.- Es la técnica de recogida de datos más utilizada en la metodología de la encuesta. Pretende "conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito y que puedan ser respondidas sin la presencia del encuestador" (Buendía y otros, 1998, p.124).

Grabadora.- La grabadora de sonidos le permite grabar sonidos en forma de archivos multimedia en su equipo desde una gran variedad de dispositivos, como un micrófono conectado a la tarjeta de sonido.

Computadora.- Desde el punto de vista funcional es una máquina que posee, al menos, una unidad central de procesamiento, una memoria principal y algún periférico o dispositivo de entrada y otro de salida. Los dispositivos de entrada permiten el ingreso de datos, la CPU se encarga de su procesamiento (operaciones aritmético-lógicas) y los dispositivos de salida los comunican a otros medios.

3.5 ANALISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

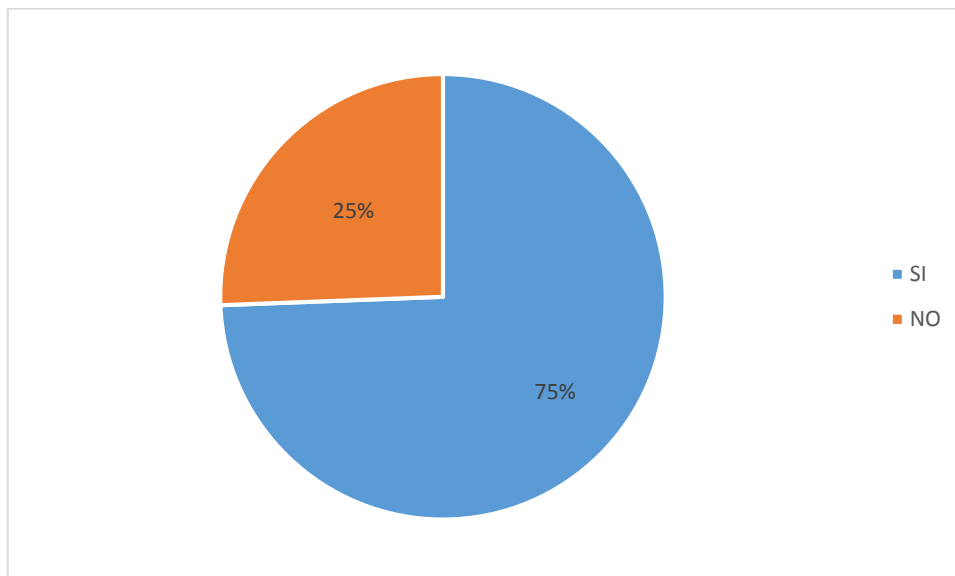
1. ¿Siembra usted Tomate de árbol?

Cuadro 4: Siembra Tomate de Árbol

SI	93	75%
NO	32	25%
TOTAL	125	100%

Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Gráfico 1: Siembra Tomate de Árbol



Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

Esta pregunta es de eliminación simple, y la empleamos para determinar cuántos productores se dedican exclusivamente a la producción de esta fruta.

Entonces tenemos que el 75% de los productores de la parroquia si la producen, y el 25% no la producen tal vez porque sus terrenos están ocupados con otro tipo de sembríos.

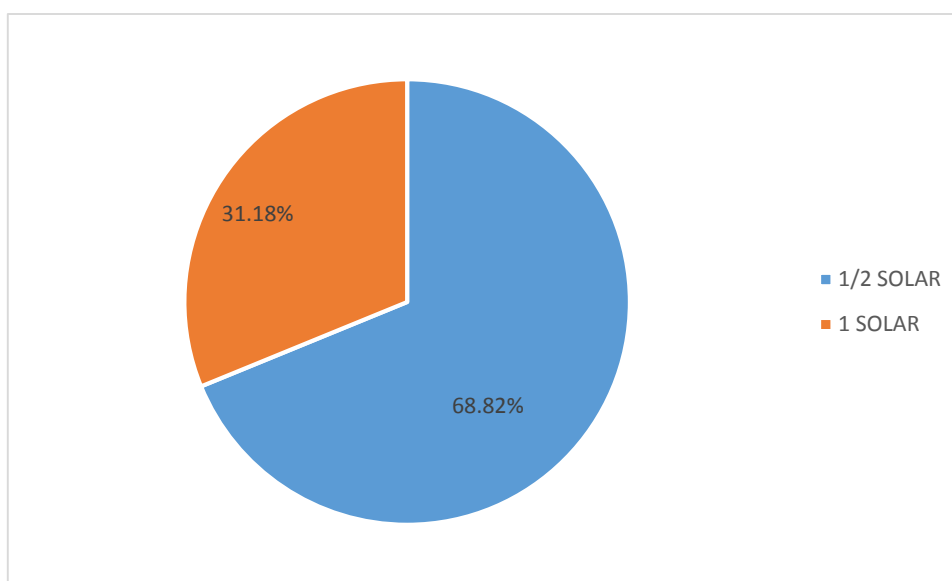
2. ¿Qué área emplea para el cultivo de tomate de Árbol?

Cuadro 5: Área que siembra el tomate de Árbol

1/2 SOLAR	64	68.82%
1 SOLAR	29	31.18%
TOTAL	93	100.00%

Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Gráfico 2: Área que siembra el tomate de árbol



Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

En la parroquia San Luis se establece que el 68.82% de los productores se emplean para el cultivo de tomate de árbol, una área equivalente a un medio solar que equivalen a 850 m²; Y el 31.18% emplean un solar equivalente a 1,600 m², estos es beneficioso ya se maximiza la producción, y crece los ingresos a los productores.

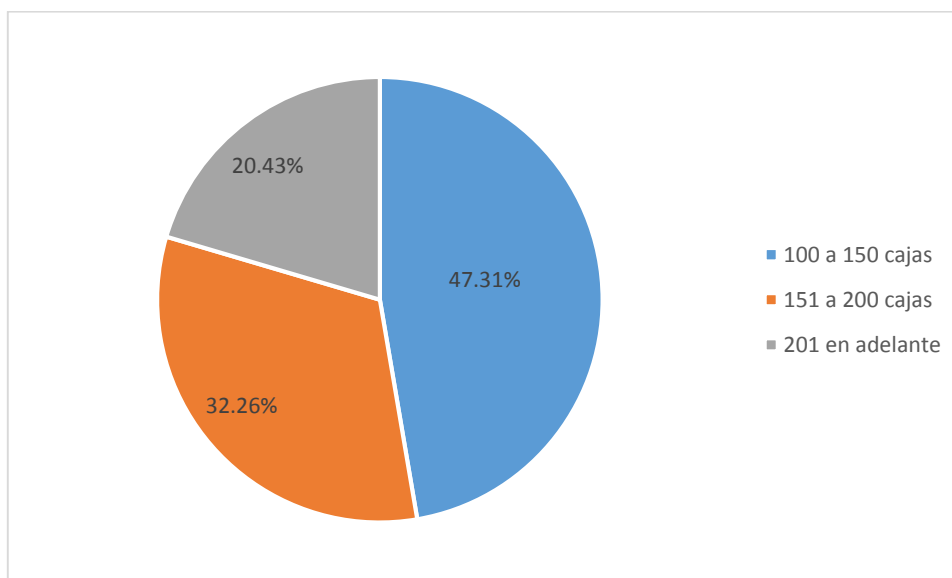
3. ¿Cuánto rinde su Producción por Cuadra?

Cuadro 6: Cuanto rinde su Producción por cuadra

100 a 150 cajas	44	47.31%
151 a 200 cajas	30	32.26%
201 en adelante	19	20.43%
TOTAL	93	100.00%

Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Gráfico 3: Cuanto rinde su producción por cuadra



Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

El tratamiento previo, la preparación del terreno que se le brinda antes de la siembra logra que la producción de tomate de árbol se incremente. Llegando a producir hasta 200 cajas en períodos bimestrales de cosecha.

El 47,31% de los productores cosecha un total de 200 cajas.

El 32,26% de los productores cosecha un estimado de 151 a 200 cajas.

El 20,43% de los productores cosecha un estimado de 100 a 150 cajas.

4. ¿Cuál es su Inversión por cuadra de Tomate de Árbol?

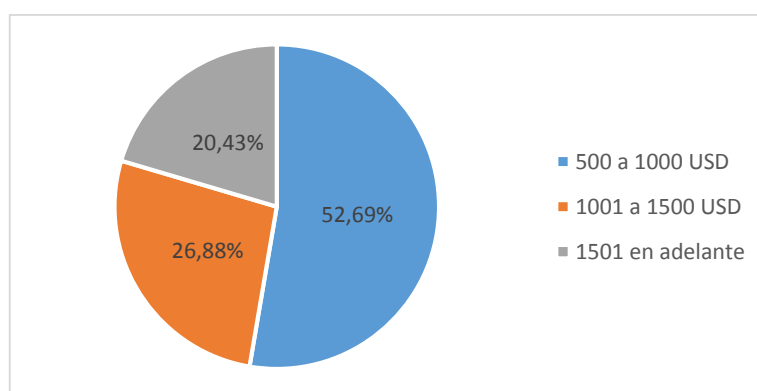
Cuadro 7: Inversión por cuadra

500 a 1000 USD	49	52.69%
1001 a 1500 USD	25	26.88%
1501 en adelante	19	20.43%
TOTAL	93	100.00%

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Gráfico 4: Inversión por cuadra



Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

La inversión, en la siembra de tomate de árbol, es un poco alta al inicio ya que esta se devenga en los que es la preparación del suelo, el abonamiento del área a sembrar, la compra de la plantas en fin gasto que son necesarios al inicio de la siembra. Pero esta se ve recompensada una vez que la planta ha alcanzada su desarrollo, ya que partir de ahí tiene 4 años de producción, ininterrumpida en ciclos de cosecha bimestrales.

El 20,43% de los productores gasta de 500 a 1000 USD en la siembra de tomate de árbol.

El 26,88% de los productores gasta de 1001 a 1500 USD en la siembra de tomate de árbol.

El 52,69% de los productores gasto de 15001 USD en adelante, en la siembra de tomate de árbol, esto debido a que el área a sembrar es mucho más grande.

5. ¿A quien vende su Producción?

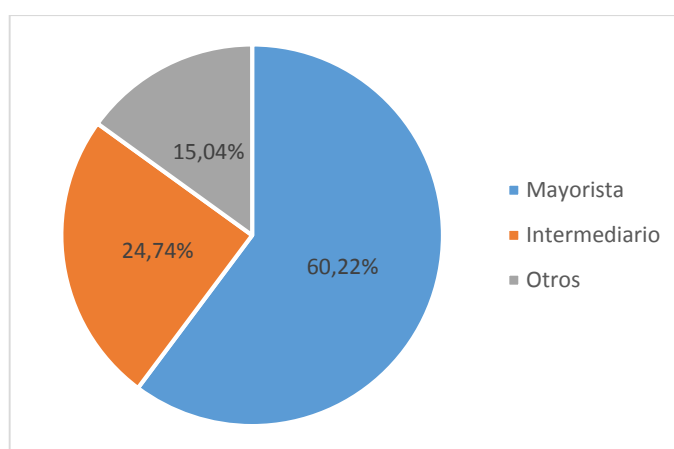
Cuadro 8: Venta de la Producción

Mayorista	56	60.22%
Intermediario	23	24.74%
Otros	14	15.04%
TOTAL	93	100.00%

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Cuadro 9: Venta de la Producción



Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

En esta pregunta lo que se trata de evaluar es el destino de la producción de tomate de árbol.

El porcentaje mayoritario de ventas es hacia el mercado mayorista con 60.22% ya que este se encuentra cerca de la parroquia, además, porque es la manera más rápida de que los productores recuperan la inversión realizada.

El 24.74% está destinado a los intermediarios quienes realizan la compra del producto antes que esta llegue al mercado de destino.

El 15,04% están destinados a otros, esto quiere decir que se los comercializa en distintos lugares alejados del mercado como en las calles, tiendas de abarrotes o se destina el producto para el consumo propio del agricultor.

6. ¿Estaría de acuerdo en formar parte del Centro de Acopio?

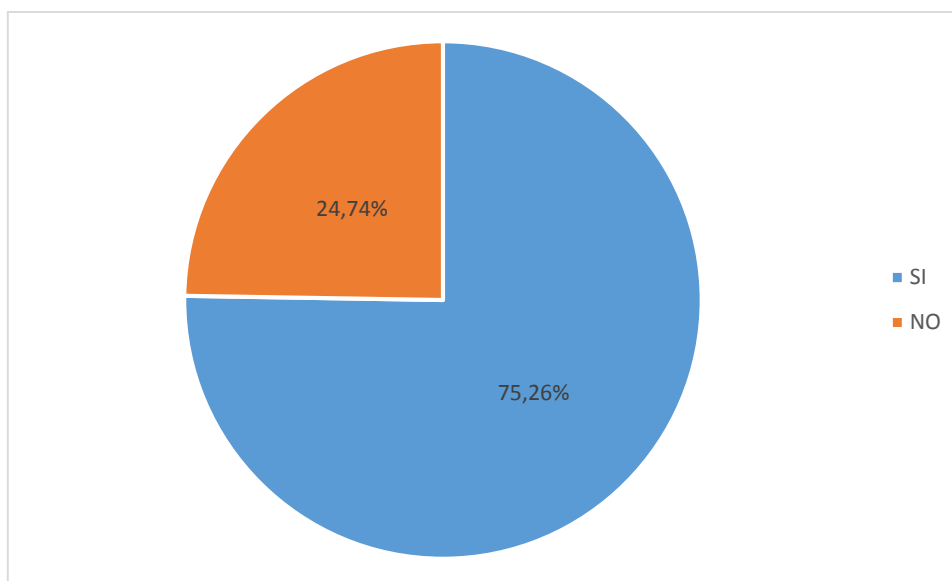
Cuadro 10: Desea formar parte del Centro de Acopio

SI	70	75.26%
NO	23	24.74%
TOTAL	93	100.00%

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Gráfico 5: Desea Formar parte del Centro de Acopio



Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

La mayor parte de los productores ven con buenos ojos pertenecer al Centro de Acopio ya que conocen de experiencias de provincias vecinas, y los resultados han sido favorables para los productores, ya que los beneficia para adentrarse a nuevos mercados a comercializar sus productos.

El 75,26% es tan de acuerdo en formar parte del centro de acopio. El 24,74% no está de acuerdo tal vez porque desconocen lo que es un centro de acopio y sus funciones o porque hace falta socializar la propuesta.

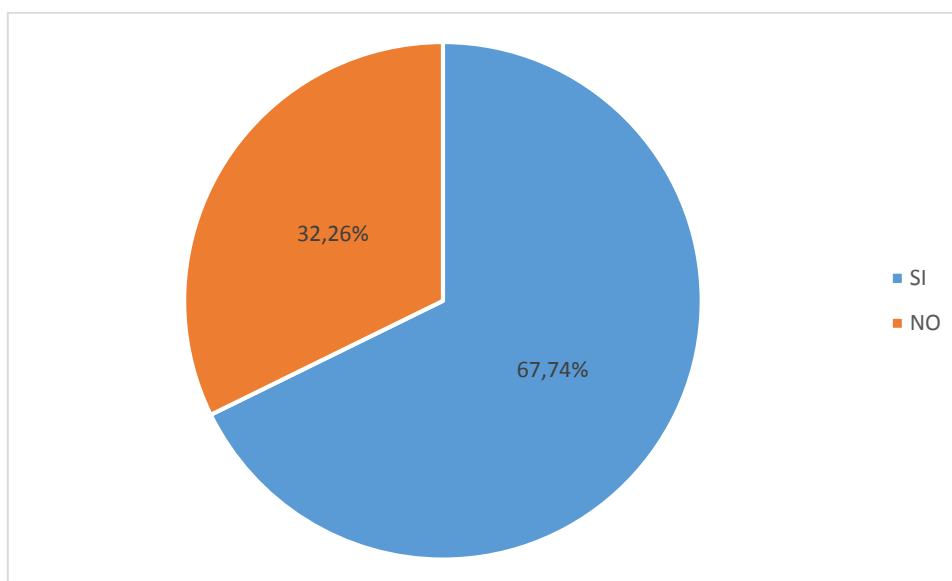
7. ¿Cree usted que el Centro de Acopio dinamizara la economía del sector?

Cuadro 11: Dinamizar la economía del sector

SI	63	67.74%
NO	30	32.26%
TOTAL	93	100.00%

Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Gráfico 6: Dinamizar la economía del Sector



Fuente: Investigación Propia
Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis:

La mayor parte de los productores están de acuerdo en que el Centro de Acopio dinamizará la economía del sector que generará plazas de empleos directos e indirectos desde que entre en ejecución.

El 67.74% si cree el centro de acopio dinamizará la economía local porque tienen conocimiento de las funciones que va a cumplir el centro de acopio en la parroquia.

El 32,26% no cree que el centro de acopio vaya a mejorar la economía local, porque no conocen las funciones que cumple el mismo.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO

Proyecto de creación de un Centro de Acopio para la exportación de tomate de árbol hacia la Unión Europea, en la Parroquia San Luis, Cantón Riobamba, Provincia Chimborazo para el periodo 2015-2016.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

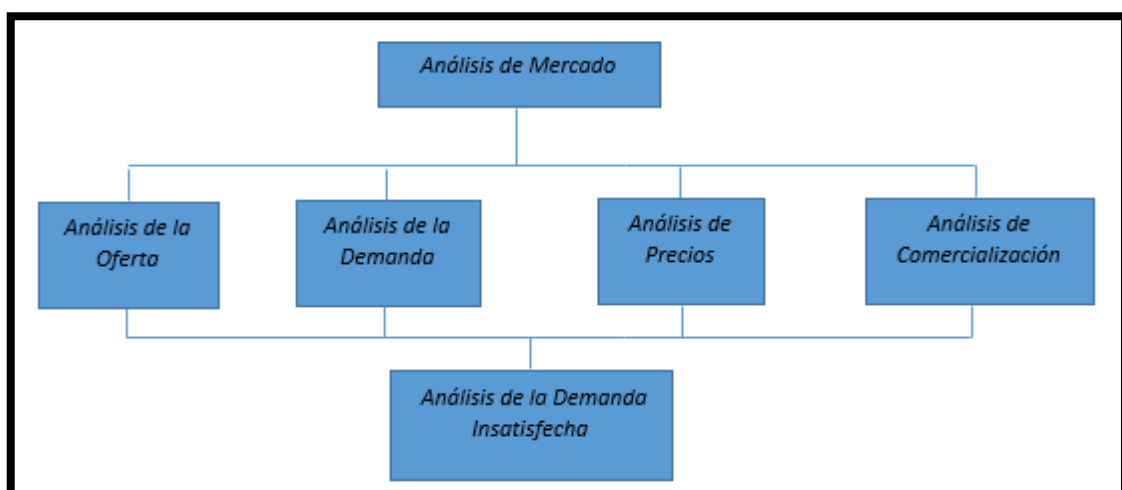
Definición

El Estudio de Mercado de un proyecto, es el más importante y complejo análisis que se debe realizar en el proyecto de investigación. Hay que centrar la atención en el consumidor y la cantidad de producto que este demandará, se tendrá que analizar los mercados, los proveedores, competencia, distribuidores e incluso cuando el caso lo amerita se analizara los mercados externos. (THOMPSON, 2009)

Estructura de Análisis

Para el análisis de mercado se debe tener en cuenta cuatro variables que son:

Ilustración 2: Estructura de Análisis



Fuente: Diseño y Evolución de Proyectos; Norberto Morales 2013

4.2.1 Identificación del Producto

El nombre científico es *Cyphomandra betacea*, pertenece a la familia Solanaceae, (la familia de la papa). El árbol es semileñoso, y alcanza 2 o 3 metros de altura; es una planta de climas templados y fríos. El tomate de árbol procede de Sudamérica, de los andes peruanos, se cultiva en Brasil, Colombia, Nueva Zelanda, Kenia, Sudáfrica, India, Sri Lanka; en Nueva Zelanda la temporada es escalonada; lo producen también: Zambia, y en América se destacan Ecuador, Bolivia, Perú y Venezuela.

El tomate de árbol es uno de los frutos más exóticos de Sudamérica, es también conocido como tamarillo. Se cultiva entre los 1500 y 3000 metros sobre el nivel del mar, es una fruta exótica con delicioso sabor y aroma. Crece en arbustos con follaje grande y flores rosadas con exquisita fragancia, originarios de los valles interandinos; particularmente en Ecuador.

La sierra ecuatoriana posee varias zonas óptimas para la producción de esta fruta; zonas caracterizadas por un clima templado y fresco, y suelos con buen contenido de materia orgánica. Las provincias más representativas en cultivos de esta fruta son Imbabura, Tungurahua, Chimborazo y Pichincha.

Debido a las condiciones agro-ambientales del Ecuador, el tomate de árbol no es un cultivo estacional en el país; la cosecha es continua en un cultivo escalonado. La temperatura estable a lo largo del año y los prolongados periodos de luminosidad de la zona ecuatorial determinan, entre otros factores, que la fruta del Ecuador tenga un mejor desarrollo de sus almidones, lo que resulta en un sabor menos ácido y muy agradable.

Además, la altura de las zonas de producción provee un medio relativamente libre de plagas y enfermedades, por lo que el cultivo requiere de menos insumos químicos. La mayoría de cultivos de esta fruta son ecológicos, y se están incrementando los cultivos de tamarillo orgánico y semi-orgánico.

4.2.2 Características del Producto

La fruta, de forma ovoide que mide alrededor de 5 a 7cm de largo y 3 a 5cm de ancho y un peso promedio de 50 gramos. Este factor está determinado por las propiedades genéticas y por factores de tecnología y manejo, está cubierta por una cáscara gruesa y amarga en tonos rojos, naranjas, y amarillos; según la variedad.

En el interior de la fruta encontramos la pulpa, el endocarpio contiene numerosas semillas pequeñas semiplanas lenticulares, los colores varían entre naranja, rojo y amarillo. La carne cercana a la cáscara es firme, mientras que la pulpa interna es suave y jugosa con un sabor agridulce. Las semillas en el centro de la fruta son pequeñas y comestibles. Se consume en jugo, mermelada, jaleas, postres, además posee aplicaciones medicinales.

En Ecuador se cultiva desde zonas secas con 400 mm/año o menos con riego complementario, hasta en la selva oriental con más de 1000 mm/año, esto demuestra la gran capacidad adaptativa; no obstante es susceptible a enfermedades como: (*Colletotrichum* sp.), (*Phytophthora* sp.), (*Alternaria* sp.), (*Sclerotinia* sp.), (*Botrytis* sp.), (*Oidium* sp.), (*Pseudomonas solanacearum*), (*Cercospora* sp.), (*Phoma* sp.); plagas (*Leptoglossus zonatus*), (*Podischnus agenor*), (*Ancognata* sp.), (*Margarodes* sp.), (*Trigona trinidadensis*), nemátodos, ácaros y varias especies de áfidos, Últimamente se ha identificado un complejo viral que está afectando fuertemente.

A continuación se presenta un resumen de nombres comunes de la especie y la distribución en el área andina. Nombre común: "Tomate de árbol", "tamarillo", "tomate de agua", "tomate cimarrón", "tomate chimango", "tomate de Lima", "tomate del monte", "tomate de palo", "tomate de Castilla", "tomate de la paz", "tomate del serrano", "tomate silvestre", "tomate en arbre" (Francés). Distribución: Valles interandinos y estribaciones de cordilleras de Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

4.2.3 Composición Nutricional del Tomate de Árbol

Según Torres (2012), “el tomate de árbol tiene una composición rica en minerales y vitaminas que lo convierten en un producto saludable y beneficioso para la salud” Como indica Torres (2012), “la pulpa de tomate de árbol contiene una gran cantidad de minerales como fosforo calcio, magnesio, potasio y hierro, siendo la relación fosforo – calcio más alta dentro de lo adecuado. Es una gran fuente de fibra diet4aria que incluye almidón y proteínas resistentes”.

Cuadro 12: Composición Nutricional

PARÁMETRO (reportado en fresco)	
Brix (solidos solubles)	10,51 ± 1,20
PH	3,5
Acidez titulable(g/100ml)	0,20=0,00
Humedad	87,72±0,15
Proteínas	1,78±0,14
Grasa*	0,16
Carbohidratos disponibles**	5,36
Calorías (Kcal)	30
Fibra dieta total	4,10±0,00
Fibra dieta insoluble	2,21±0,22
Fibra dieta soluble	1,89±0,08
Cenizas	0,88±0,01
Fuente: Archivos Latinoamericanos de Nutrición	
Realizado por: Jenny Urquizo	

4.2.4 Usos del Producto

Las cualidades nutritivas del tomate de árbol son excelentes pero se han difundido muy poco. Este se puede servir fresco sin utilizar la cáscara, y se emplea para la preparación de mermeladas, jugos, helados, conservas, dulces y ensaladas, algunos de estos productos se los ha industrializado con resultados muy satisfactorios, ofreciendo mayores beneficios en comparación a otras frutas como la tuna, el mango y el melón.

Como se puede apreciar en el cuadro, el tomate de árbol es apreciado por su contenido de vitamina C (33 mg.), cifra que lo cataloga como muy bueno siendo por mucho

superior a otros frutos. En la medicina tradicional del Sur y Centroamérica, se emplean por lo menos siete especies de *Cyphomandra*, tres de ellas corresponden a especies comestibles:

- *C. betacea*,
- *C. hartwegii* y
- *C. sibundoyensis*.

Se emplean comúnmente las hojas, con menor frecuencia los frutos y tallos. Los padecimientos a los cuales están dirigidas estas especies son: heridas y llagas, parásitos intestinales, afecciones de la garganta, dolores musculares, afecciones del hígado, gripe, afecciones cutáneas, diabetes, reumatismo, "fiebre intestinal", mordeduras de serpientes y erisipela.

Los usos medicinales de *C. betacea* en Colombia y Ecuador están relacionados con las afecciones de garganta y gripe. El fruto o las hojas, previamente calentadas o soasadas, se aplican en forma tópica contra la inflamación de amígdalas o anginas especialmente. Para la gripe, se debe consumir el fruto fresco en ayunas. Se sabe que el fruto posee alto contenido de ácido ascórbico.

Otra propiedad atribuida es como remedio de problemas hepáticos en Jamaica y Bolivia. Estudios futuros deberán atender su demanda como cultivo potencial comercial de gran aceptación, la investigación quimio taxonómica y fitoquímica de interés farmacéutico, así como el Fito mejoramiento de sus variantes de acuerdo a criterios de consumo como sabor, color y tamaño.

4.2.5 Productos Sustitutos y Complementarios

Los productos sustitutos son los productos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores (NIETO, MARKETING INTERNACIONAL).

Productos Sustitutos

Productos sustitutos como los cítricos de la costa como la naranja, mandarinas, toronjas, etc. o el babaco y la mora de castilla de la serranía, compiten con el tomate de árbol,

pero este tiene la ventaja de que tiene una disponibilidad permanente en el mercado, es decir, se lo encuentra en cualquier época del año.

Productos complementarios

El fruto fresco de tomate de árbol se lo comercializa como producto básico ya que no depende de la utilización de ningún otro insumo, es decir, se cosecha al fruto del árbol y no se emplean procesos agroindustriales que cambien su estado inicial. Para utilizar el tomate de árbol en productos que requieran un nivel de procesamiento, se llega a utilizar otros productos como: endulzantes, agua, envases, etc.

4.2.6 Análisis y proyección de la Oferta y Demanda

Mercado Internacional

Análisis de las Exportaciones de frutas exóticas incluidas el tomate de árbol

El sector de las frutas exóticas en el Ecuador, es un sector con alto potencial de crecimiento y a su vez un sector que requiere de muchos cuidados y de la mayor inversión para asegurar una productividad óptima de frutas.

Dentro de los productos que se van a realizar en el perfil sectorial de frutas exóticas se han considerado los siguientes productos:

- Maracuyá
- Mango
- Pitahaya
- Uvillas
- Tomate De Árbol
- Naranjillas

La Ubicación Geográfica de las frutas analizadas en el presente estudio se encuentra tanto en las provincias de la región Sierra como la de la Costa, a continuación se detalla por producto de la zona de mayor producción:

Cuadro 13: Producción de Frutas Exóticas por zona Geográfica

Producción de Frutas Exóticas por Zona Geográfica de Ecuador	
Frutas	Provincias
Pitahaya	Morona Santiago (Palora), Pichincha (Noroccidente) y Los Ríos
Mango	Guayas, Los Ríos y el Oro
Maracuyá	Manabí, Guayas, Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsáchilas
Uvillas	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Azuay.
Tomate de árbol	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Cañar, Bolívar y Loja
Naranja	Morona Santiago, Pichincha y Bolívar

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e inversiones. PROECUADOR

Producción Nacional

La producción de frutas exóticas en toneladas métricas y la superficie sembrada según datos oficiales indican lo siguiente:

Cuadro 14: Producción de frutas por toneladas

Producción de Frutas Exóticas en el Ecuador		
Fruta	Producción (TM)	Superficie Sembrada
Pitahaya	Variedad Amarilla: 2000 TM Variedad Roja:	Variedad Amarilla: 300 ha. Variedad Roja: 120 ha.
Mango	10.050 TM	419 ha.
Maracuyá	257,873 T	28,747 ha
Uvilla	10,050 TM	419 ha
Tomate de árbol		9000 ha
Naranja	120,000 TM	6000 ha

Fuente: Banco Central de Ecuador

Realizado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones; PROECUADOR

Evolución de las Exportaciones

Las exportaciones de las diferentes frutas exóticas analizadas en el presente estudio han presentado Tasas de Crecimiento Promedio Anual (TPCA) de 15%, siendo lideradas las exportaciones principalmente por mango, pitahaya y maracuyá

En el periodo enero – septiembre del año 2014 las exportaciones de mango han alcanzado los USD 1.6 millones, seguido por pitahaya con USD 516 millones y maracuyá con USD 316 millones. Otras frutas como las uvillas, tomate de árbol y naranja han presentado una disminución este año.

Cuadro 15: Exportación de las Principales Frutas Exóticas de Ecuador

EXPORTACIONES LAS PRINCIPALES FRUTAS EXÓTICAS DE ECUADOR AL MUNDO							
Miles USD FOB							
Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Ene - sept	TPCA 2009 - 2013
Mangos	22,450	17,898	24,085	35,410	38,047	1,660	14%
Pitahayas	129	193	319	438	759	516	56%
Maracuyá	51	125	429	532	472	316	74%
Uvillas	78	334	225	375	430	53	53%
Tomate de árbol	54	66	80	102	207	187	40%
Naranjilla	03	26	25	31	59	50	104%
TOTAL	22,765	18,643	25,162	36,887	39,975	2,781	15%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. PROECUADOR

Comportamiento Histórico de las Exportaciones de frutas en el Ecuador

Cuadro 16: Comportamiento Histórico de las Exportaciones de la Oferta en el Ecuador

EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES FRUTAS EXÓTICAS AL MUNDO							
Miles de Toneladas							
Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Ene - sept	TPCA 2009 - 2013
Mangos	48,919	39,886	49,612	59,433	61,222	2,639	6%
Pitahayas	32	41	72	73	99	57	33%
Maracuyá	166	111	3,086	3,599	308	378	17%
Uvillas	21	91	60	94	91	08	45%
Tomate de árbol	29	24	37	43	82	79	29%
Naranjilla	02	08	09	11	28	22	89%
TOTAL	49,168	40,161	52,876	63,253	61,829	3,183	6%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. PROECUADOR

Total de Exportaciones

Cuadro 17: Total de las Exportaciones de 1990 a 2012

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS								
(Toneladas y miles de dólares)								
Tipo:	Exportaciones	Subpartida Nandina:	0810903000	Desde (aaaa/mm):	1990/01	Hasta (aaaa/mm):	2012/12	Consultar
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR			
0810903000	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)	ESPAÑA	133.55	285.44	52.21			
		ESTADOS UNIDOS	139.12	167.01	30.55			
		ALEMANIA	29.35	23.44	4.29			
		CANADA	11.77	18.26	3.34			
		HOLANDA (PAISES BAJOS)	14.29	18.17	3.33			
		BELGICA	9.58	9.85	1.81			
		FRANCIA	15.47	9.08	1.66			
		SUIZA	3.84	8.04	1.47			
		CHILE	2.29	2.85	0.53			
		COLOMBIA	100.80	2.23	0.41			
		REINO UNIDO	1.29	1.48	0.27			
		FINLANDIA	0.70	0.33	0.06			
		ITALIA	0.19	0.30	0.06			
		ARABIA SAUDITA	0.11	0.13	0.03			
		EMIRATOS ARABES UNIDOS	0.08	0.13	0.03			
		INDONESIA	0.03	0.05	0.01			
		ANTILLAS HOLANDEASAS	0.01	0.02	0.01			
		ARUBA	0.01	0.02	0.01			
		RUSIA	0.01	0.02	0.01			
		JAPON	0.01	0.01	0.01			
		SINGAPUR	0.01	0.01	0.01			
TOTAL GENERAL:			462.41	546.77	100.00			

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro 18: Total de exportaciones de 2013 - 2016

CONSULTA DE TOTALES POR PRODUCTO - PAÍS									
Tipo:	Exportaciones	Por:	Código de producto:	0810903000	Desde (aaaa/mm):	2013/01	Hasta (aaaa/mm):	2016/05	Consultar
EXPORTACIONES POR PRODUCTO - PAÍS DE DESTINO									
Código de producto	Descripción de producto	País	Peso neto (TM)	Miles USD FOB					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	ALEMANIA	14.06	78.52					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	ANTILLAS HOLANDEASAS	0.00	0.02					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	BÉLGICA	14.27	42.33					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	CANADÁ	1.58	4.74					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	1.25	3.62					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	ESPAÑA	70.28	182.14					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	ESTADOS UNIDOS	339.12	735.74					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	FRANCIA	0.17	0.48					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	HONG KONG	0.05	0.01					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	ITALIA	0.22	0.55					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	MALASIA	0.02	0.07					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	PAISES BAJOS (HOLANDA)	24.83	127.05					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	REINO UNIDO	0.01	0.00					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	SINGAPUR	0.02	0.12					
0810903000	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	SUIZA	1.25	6.24					
TOTALES:			467.12	1,181.62					

Fuente: Banco Central del Ecuador

Principales Exportadores

A continuación se detalla algunos de los 83 exportadores de tomate de árbol en el Ecuador

Cuadro: Exportadores de tomate de árbol

CONSULTA DE EXPORTADORES POR NANDINA			
Tipo: Exportadores	Subpartida Nandina: 0810903000	Desde (aaaa/mm): 1990/01	Hasta (aaaa/mm): 2012/12 <input type="button" value="Consultar"/>
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	NOMBRE EXPORTADOR	
0810903000	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETÁCEA)	AGRIEXELL S.A.	
		AGROEXPORT CIA. LTDA.(AGRICULTURA PARA LA EXPORTA.	
		AGROEXPORTADORA EXOTICLAND CIA. LTDA.	
		ALBUJA GOMEZ MANUEL PATRICIO	
		ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	
		ANAGUANO PEREZ JUAN CARLOS	
		ANAGUANO QUILACHAMIN LUIS GONZALO	
		BAMBUAGRO S.A.	
		BOOK & SERVICES S.A.	
		CAICEDO VARGAS CARLOS ESTUARDO	
		CAJAS ARELLANO OSWALDO RODRIGO	
		CARDENAS SALAZAR TATYANA ELIZABETH	
		CEDEÑO MOREIRA CARLOS ALBERTO	
		CHANCHAY QUIJIA ANA MARIA	
		CLOROSA C. LTDA.	
		CRIOLLO CAPELO FROILAN QUINTO	
		DE VEINTIMILLA RUSSO PATRICIA MARIETA	
		DILLON MANTILLA RAFAEL ADRIANO	
		EARTHFRUCTIFERA CIA. LTDA.	
		ECU BOSQUE ECUBOS COMPANIA ANONIMA	
		ECUAMADRID SANTA ANA CIA. LTDA.	
		ECUCARGA CI. LTDA.	
		EMPACADORA BILBO S.A.	
		ENRIQUEZ PAZMIÑO MONICA IVONNE	
		EQUIBUSINESS CIA. LTDA.	
		EXCELENCIA BANANERA S.A. EXCELBAN	
		EXPORTACIONES HIGHLANDGOURMET S.A.	
		EXPORTADORA LA SERRANITA EXPOSERRANITA CIA. LTDA.	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Proyección de la Oferta

El Centro de Acopio “LUCHOFRUIT” presento una producción anual con una tasa de crecimiento a partir de 2016 que se detalla a continuación:

Cuadro 19: Oferta del Centro de Acopio “LUCHOFRUIT”

AÑOS	PRODUCCION (TM)
2015	187 TM
2016	204.20 TM
2017	221.40TM
2019	238.60TM
2020	255.80 TM

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Análisis de la Oferta

Siendo la primera vez que el Centro de Acopio “LUCHOFRUIT” que incursiona en el mercado internacional, se va a exportar el total de la producción anual, divididas en 6 partes iguales, considerando que este producto es 100% natural y que puede ser consumido a diario, se ha considerado que las exportaciones se harán de esta manera garantizando, así la calidad y frescura del producto.

DEMANDA

La proyección de la demanda en producto no petrolero y la cantidad de bienes que el mercado meta está dispuesto a adquirir para satisfacer sus necesidades en la Unión Europea se realizará mediante el método mínimos cuadrados para los siguientes 5 años posteriores.

Cuadro 20: Demanda de tomate de árbol en la Unión Europea

AÑOS	DEMANDA (TM)
2011	205 TM
2012	386 TM
2013	183 TM
2014	155.5 TM

Fuente: Trade map

Realizado por: Jenny Urquizo

Proyecciones

La proyección de la producción nacional de frutas en la Unión Europea se realiza mediante el método de mínimos cuadrados para los siguientes 5 años posteriores, presentados a continuación:

Cuadro 21: Cálculo para la proyección de producción nacional de tomate de árbol en la Unión Europea

Periodo (X)	Años	Producción Nacional TM (Y)	X ²	Y ²	(X)(Y)
1	2011	205	1	42025	205
2	2012	386	4	148996	772
3	2013	183	9	33489	549
4	2014	155.5	16	24180.25	622
10		929.5	30	248690.25	2148

Fuente: Investigación Propia

Fórmulas

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{N} = \frac{929.5 - (-35.15)(10)}{4} = 320.25$$

$$b = \frac{N\Sigma xy - \Sigma x\Sigma y}{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} = \frac{4(2148) - 10(929.5)}{4(30) - (10)^2} = -35.15$$

$$c = \frac{b(N)}{\Sigma y} = \frac{-35.15(4)}{929.5} = 0.151$$

$$Y (2015) = 320.85 + (35.15) (5) \quad Y = 144.5$$

$$Y (2016) = 320.85 + (35.15) (6) \quad Y = 109.35$$

$$Y (2017) = 320.85 + (35.15) (7) \quad Y = 14.20$$

$$Y (2018) = 320.85 + (35.15) (8) \quad Y = 39.05$$

$$Y (2019) = 320.85 + (35.15) (9) \quad Y = 3.9$$

Cuadro 22: Proyección de la producción de tomate de árbol en la Unión Europea

Años	Producción / U.E. (TM)
2015	144.5
2016	109.35
2017	14.20
2018	39.05
2019	3.9

Fuente: Investigación Propia

Proyección de las importaciones de la Unión Europea / Tomate de árbol

Cuadro 23: Importación de tomate de árbol

Años	Importaciones
2011	3025
2012	3166
2013	3143
2014	2947

Fuente: Trade map

Proyección

La proyección de la producción nacional de frutas en la Unión Europea se realiza mediante el método de mínimos cuadrados para los siguientes 5 años posteriores, presentados a continuación:

Cuadro 24: Cálculo para la Proyección de las Importaciones de tomate de árbol

Periodo (X)	Años	Importaciones (TM)(Y)	X ²	Y ²	(X)(Y)
1	2011	3025	1	9150625	3025
2	2012	3166	4	10023556	6332
3	2013	3143	9	9878449	9429
4	2014	2947	16	8684809	11788
10			30	37737439	30574

Fuente: Investigación Propia

Fórmulas

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{N} = \frac{12281 - (-25.70)(10)}{4} = 3134.5$$

$$b = \frac{N \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{N \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} = \frac{4(30574) - 10(12281)}{4(30) - (10)^2} = -25.70$$

$$c = \frac{b(N)}{\Sigma y} = \frac{-25.70(4)}{12881} = 0.0083$$

$$Y (2015) = 3134.5 + (25.70) (5) \quad Y = 3006$$

$$Y (2016) = 3134.5 + (25.70) (6) \quad Y = 2980.30$$

$$Y (2017) = 3134.5 + (25.70) (7) \quad Y = 2954.60$$

$$Y (2018) = 3134.5 + (25.70) (8) \quad Y = 2428.90$$

$$Y (2019) = 3134.5 + (25.70) (9) \quad Y = 2903.20$$

Cuadro 25: Proyección de las Importaciones de Tomate de árbol

Años	Importación (TM)
2015	3006
2016	2980.30
2017	2954.60
2018	2428.90
2019	2903.20

Fuente: Investigación Propia

Proyección de la exportación de tomate de árbol de la Unión Europea

Debido a las favorables condiciones climáticas en la unión europea en también producen tomate de árbol y lo exportan al mundo.

Cuadro 26: Exportación de tomate el árbol de la unión europea al mundo

Años	Exportaciones (TM)
2011	479
2012	496
2013	444
2014	436

Fuente: Trade map

Proyección

La proyección de la producción nacional de frutas en la Unión Europea se realiza mediante el método de mínimos cuadrados para los siguientes 5 años posteriores, presentados a continuación:

Cuadro 27: Calculo para la proyección de las Exportaciones de tomate de árbol

Periodos (X)	Años	Producción U.E. (TM) (Y)	X ²	Y''	(X)(Y)
1	2011	479	1	224676	474
2	2012	496	4	247016	992
3	2013	444	9	197136	13322
4	2014	436	16	190096	1444
10		1550	30	857924	4542

Fuente: Investigación Propia

Formulas

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{N} = \frac{857924 - (-16.60)(10)}{4} = 1858.5$$

$$b = \frac{N \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{N \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} = \frac{4(4542) - 10(1850)}{4(30) - (10)^2} = -16.60$$

$$c = \frac{b(N)}{\Sigma y} = \frac{-16.60(4)}{1850} = 0.009$$

$$Y (2015) = 1858.5 + (-16.60) (5) Y = 1775.5$$

$$Y (2016) = 1858.5 + (-16.60) (6) Y = 1758.9$$

$$Y (2017) = 1858.5 + (-16.60) (7) Y = 1742.3$$

$$Y (2018) = 1858.5 + (-16.60) (8) Y = 1725.3$$

$$Y (2019) = 1858.5 + (-16.60) (9) Y = 1709.1$$

Cuadro 28: Proyección de las exportaciones de tomate de árbol

Años	Exportaciones (TM)
2015	1775.5
2016	1758.9
2017	1742.3
2018	1725.3
2019	1709.1

Fuente: Investigación Propia

Consumo Aparente

El consumo aparente es el resultado de la suma de producción existente del mercado a investigar más importaciones realizadas en dicho país menos las exportaciones, la fórmula es:

$$CA = P + M - X$$

En donde:

CA: Consumo Aparente

P: Producción

M: Importaciones

X: Exportaciones

Para determinar el consumo aparente de tomate de árbol en los próximos años se toma como base las proyecciones realizadas en la producción nacional, como las importaciones y exportaciones están dadas en toneladas métricas.

A continuación se muestra el consumo aparente en el periodo 2015 – 2016.

CA: P (Producción Nacional) + M (Importaciones) – E (Exportaciones)

CA: (2015) = 144.5 + 3006 – 1775,5 = 1375

Cuadro 29: Consumo Aparente

Años	Producción Proyección(TM)	Importación Proyectada(TM)	Exportación Proyectada(TM)	Consumo Aparente
2015	144.5	3006	1775.5	1375
2016	109.35	2980.3	1758.9	1330.7
2017	74.20	2954.6	1742.3	1286.5
2018	39.05	2928.9	1725.7	1242.25
2019	3.9	2903.2	1709.1	1198

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la producción proyectada del Centro de Acopio “LUCHOFRUIT” y se realizó la siguiente fórmula.

D.I: Oferta (Proyectada) – Consumo Aparente (Proyectado)

D.I (2015)=187-1375= - 1126.55

D.I (2016)=204.20-1330.75= - 1126.55

D.I (2017)=221.4-1286.5= - 1065.1

D.I (2018)=238.6-1242.25= - 1003.65

D.I (2019)=255.8-1198= - 942.20

Cuadro 30: Demanda Insatisfecha

Años	Oferta “LUCHOFRUIT”	Consumo Aparente	Demanda Insatisfecha	Cobertura de la Demanda Insatisfecha
2015	187	1375	-1198	13.60%
2016	204.20	1330.75	-1126.65	15.34%
2017	221.40	1286.50	-1065.10	17.21%
2018	230.60	1242.25	-1003.65	19.21%
2019	255.80	1198	-942.20	21.53%

Fuente: Investigación Propia

El porcentaje de cobertura que tiene el presente proyecto se ha tomado en cuenta la oferta exportable de la empresa que corresponde a la Unión Europea y el Consumo Aparente proyectado se aplicó una regla de tres. El volumen de la oferta exportable en el año 2015 sería 187TM que equivale al 13.6% de la demanda insatisfecha del mismo año. Por supuesto con una proyección mayor al futuro.

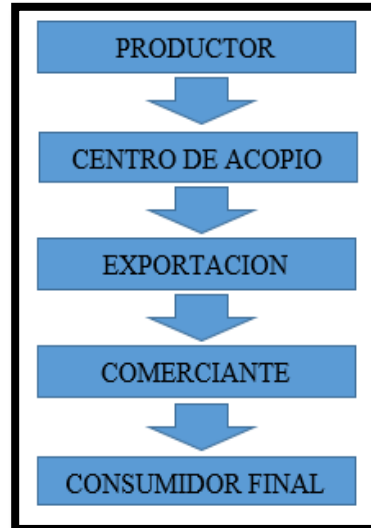
4.2.9 Canales de Distribución

Un canal comercial es una categoría de clientes que comparten características comunes para comprar y vender productos y servicios. Los canales de distribución están compuestos por: El Fabricante, Distribuidor, Mayorista, Detallista y Cliente Final, para que llegue el productor con mayor facilidad a los consumidores y a las distintas regiones para satisfacer al cliente de consumo de los productos que fabricaban las distintas empresas.

Con esta cadena que describimos se podría decir que la empresa puede competir adecuadas condiciones que las demás.

Canales de Distribución Convencional

Ilustración 3: Canales de Distribución



4.2.10 Estrategias de Comercialización

Se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se crean un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias.

Se pueden tener grupos para las variables de la mezcla comercial, las cuales son plaza en alcanzar las metas del producto adecuado en la plaza del mercado meta, todo producto comprenderá un bien físico, también se debe de abordar en la distribución del producto transportes, las promociones de los productos en el mercado es la información y la venta al cliente esto se refiere la venta personal que es la comunicación de los vendedores y clientes o las ventas masiva que es una comunicación en la cantidad de los clientes al mismo tiempo. El precio debe ser el indicado para que sea accesible a los consumidores, pero también tomar en cuenta a la competencia que está en el mercado.

Formulación de Estrategias

La relación producto o servicio-mercado que se haya elegido determina las dimensiones estratégicas del concepto de comercialización y la orientación producto o servicio-mercado es fundamental también para determinar la estrategia de proyecto.

En el mercado internacional, es importante conocer todos los aspectos relacionados con los mecanismos de promoción y marketing internacional para operar con éxito en el mercado internacional, difundiendo las ofertas del producto a través de distintos medios, varían en costos según la intensidad de cómo se implemente.

Las estrategias a aplicar son:

1.- Participación en Ferias Internacionales

Participación de Ferias Internacionales de productos orgánicos en la unión europea.- las ferias internacionales son un mecanismo privilegiado para el exportador, ya que facilita el acceso y la permanencia de un producto en un determinado mercado, estas reuniones internacionales son ocasiones únicas que congregan, en un mismo lugar y momento, la oferta mundial de un sector de actividades. Las ferias permiten combinar elementos de promoción, publicidad, investigación de mercados y relaciones públicas.

Cuadro 31: Ferias Orgánicas Internacionales

FERIA	DESCRIPCION
	<p>“La Feria Orgánica Mundial, BioFach”, manifiesta que esta se distingue por su vigor, internacionalidad y poder innovador. En 1990 fue fundada en Alemania, y a partir de entonces la feria ha tenido un continuo éxito demostrado por el aumento en el área de exhibición, en el número de expositores y en el número de asistentes que visitan la feria anualmente.</p> <p>Reúne a unos 2,800 expositores –siendo el 66% del extranjero- y 46,500 invitados comerciales en Nürnberg cada año en febrero.</p> <p>En los últimos años los consumidores de productos orgánicos han empezado a exigir que los productos que van a consumir, además de ser cultivados sin el uso de pesticidas, sean cultivados bajo los principios de comercio justo; es decir, ofreciendo un buen trato social a las personas y respetando sus condiciones laborales.</p>
	<p>Anuga es actualmente y por mucho, la feria de alimentos más grande e importante del mundo, Feria Comercial Internacional por excelencia, con expositores originarios de los 5 continentes y visitantes especializados, principalmente agentes de negocios, procedentes de todo el mundo.</p> <p>Anuga presenta las últimas tendencias del sector: Todos los productos y conceptos relevantes están presentes y son discutidos en la feria, que es el lugar ideal para mostrar sus últimos desarrollos.</p> <p>Anuga está abierta sólo a profesionales del sector, y el poder de decisión de sus visitantes es el más alto que se puede esperar en esta feria. El concepto de feria de negocios y el programa que lo sostiene están diseñados en línea con los productos y las necesidades del sector alimentos y bebidas, coinciden con las de su empresa.</p> <p>Ninguna otra feria ofrece semejantes beneficios. Anuga en Colonia,</p>

	<p>Alemania, es la mayor feria de alimentos y bebidas del mundo y cubre, con sus 10 ferias especializadas, todos los segmentos de mercado del sector.</p> <p>Anuga presenta las innovaciones más importantes, así como las tendencias actuales y futuras del mundo y es un punto de encuentro para todos los encargados de adoptar decisiones de la industria alimentaria.</p>
	<p>World Food Moscow es la exposición y conferencia para la industria de alimentos y bebidas más importante de Rusia. Esta feria anual que se realiza desde 1992, es utilizada por los productores y distribuidores locales y extranjeros como una herramienta para introducir sus marcas en el mercado ruso.</p> <p>World Food Moscow recibe una gran cantidad de productores de alimentos y bebidas, locales e internacionales. Todos están ansiosos por promocionar sus productos y servicios para el sector de alimentos minorista, catering, chefs, mayoristas y distribuidores.</p> <p>Este evento se ha convertido en un punto de encuentro obligado para industriales y profesionales del sector alimenticio.</p> <p>Sectores:</p> <p>La ubicación temática de las empresas en World Food Moscow demuestra que tal segmentación ayuda a los visitantes a orientarse más fácilmente en la feria, y los expositores logran un mejor resultado de su participación en la exposición.</p>
	<p>El interfood es una exposición internacional de alimentos, bebidas e ingredientes, y una de las ferias más grandes de su tipo en el nordeste de Rusia. Los líderes del sector y otras empresas nacionales y extranjeros se reúnen en ella cada año para promover el desarrollo dinámico de su negocio, y presentar visiones para el futuro de la industria. Para las empresas jóvenes y empresas de nueva creación, paquetes especiales están disponibles.</p> <p>La interfood tiene lugar anualmente, y por eso por vigésimo primera vez previsiblemente en mayo 2017 en San Petersburgo.</p>
<p>Fuente: Investigación Propia</p> <p>Realizado por: Jenny Urquizo</p>	

Requisitos para participar en las Ferias:

Requerimientos legales

- Copia de la escritura (objeto social)
- Copia del registro único de contribuyentes.
- Copia del nombramiento del representante de la empresa.
- Copia de la declaración jurada donde señala el fin determinado.
- Copia de la escritura de constitución de la empresa donde va a realizarse la feria.

Requerimientos físicos y técnicos mínimos

- Plano donde debe constar:
 - Área de Oficina
 - Área de Expositores
 - Área de Lobby
 - Área de Estacionamiento
- Tipo de construcción:
- Servicios sanitarios básicos
- Sistema eléctrico
- Equipo indispensable de oficina.

Requerimiento de documentos para realizar una inspección

- Copia del contrato de arrendamiento entre la empresa organizadora y los propietarios del lugar donde va a realizarse la Feria.
- Copia de las pólizas de Seguro (robo, incendio, y responsabilidad civil)
- Listado de las empresas indicando país, producto y representante legal.
- Diagrama de Flujos.
- Descripción del sistema de Seguridad
- Descripción del sistema de Comunicaciones
- Copia del documento de Aprobación del Gremio de Ferias Internacionales.
- Copia del Reglamento de Ferias a realizarse.
- Catálogo de la Feria
- Detalle de la estructura del local donde va a realizarse la Feria.
- Detalle de las áreas a utilizarse (especificar metros cuadrados).
- Copia del recibo del pago de la Tasa de Inspección.

2.- Página Web de la Empresa

Esta estrategia tiene como fin promover la comercialización en el exterior de tomate de árbol.

Ilustración 4: Web del Centro de Acopio



Fuente: Pagina web del Centro de Acopio

Ilustración 5: Web del Centro de Acopio



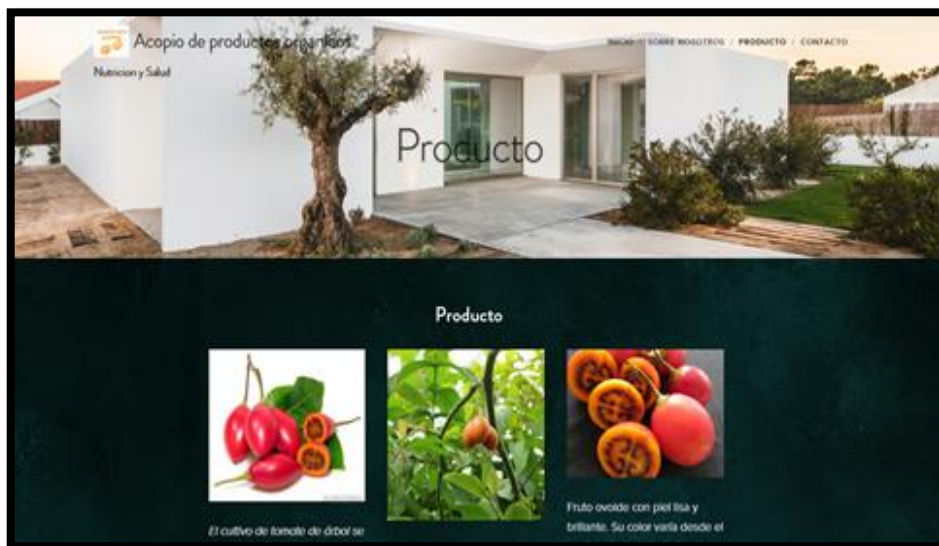
Fuente: Pagina web del Centro de Acopio

Ilustración 6: Base Filosófica



Fuente: Pagina web del Centro de Acopio

Ilustración 7: Promoción del Producto



Fuente: Pagina web del Centro de Acopio

Ilustración 8: Contacto



Fuente: Pagina web del Centro de Acopio

3.- Redes Sociales

Promociona la compra de tomate de árbol orgánico a nivel local, en la parroquia a los productores de la región.

Ilustración 9: Pagina de Social del Centro de Acopio



Fuente: Facebook del centro de Acopio

4.2.11 Comercialización

En el Ecuador, la comercialización de tomate de árbol se realiza todavía de manera artesanal:

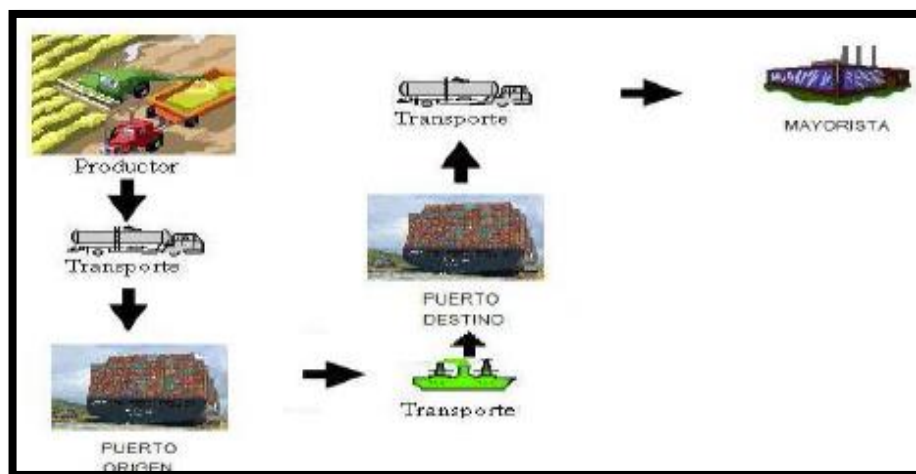
Los productores realizan el producto a los mayoristas o personas intermediarias en cajas de madera o en saquillos. El MAGAP, respaldan esta información.

El productor puede vender la fruta en el campo; cosechar y vender la fruta en sacos de polietileno al mayorista, o bien empaquetar en cajas de madera, fletar un transporte y llevar a vender su fruta a comerciantes minoristas en el mercado mayorista, o bien ampliar los canales de comercialización al vender directamente al consumidor como la venta de cajón, en camioneta, alternativa que algunos productores utilizan en ferias libres o esquinas en calles y avenidas, cuando tiene su producción relativamente cerca del centro urbano.

Comercialización Externa

La fruta se comercializa a la Unión Europea a través de importadores y/o mayoristas; mientras que a otros destinos se emplea un bróker, usualmente a consignación. La periodicidad del envío depende del tipo de cambio, de la estación, del precio, entre otros factores. El Comercializador o bróker, sirve como intermediario de la industria artesanal para distribuir el producto al consumidor nacional e internacional.

Ilustración 10: Comercialización Externa



Fuente: Investigación Propia

Mercado Internacional

Análisis de la Exportación de Frutas Exóticas incluidas Tomate de Árbol

El sector de frutas exóticas en Ecuador, es un sector con alto potencial de crecimiento y a su vez un sector que requiere de muchos cuidados y de una mayor inversión, para asegurar una productividad óptima de las frutas.

El olor, textura, sabor y color de las frutas cultivadas en el país son producto de las excelentes condiciones climáticas y de la tierra que favorecen la calidad de las frutas que se cosechan en el país.

Dentro de los productos que se van a analizar en el perfil sectorial de frutas exóticas se han considerado los siguientes productos:

- Maracuyá - Mango - Pitahaya - Uvillas - Tomate de árbol - Naranjillas

La ubicación geográfica de las frutas analizadas en el presente estudio se encuentra tanto en provincias de la región Sierra como en la Costa, a continuación se detalla por producto las zonas de mayor producción:

Ilustración 11: Producción de frutas Exóticas

Producción de Frutas Exóticas por Zona Geográfica de Ecuador	
Fruta	Provincias
Pitahaya	Morona Santiago (Palora), Pichincha (Noroccidente) y Los Ríos
Mango	Guayas, Los Ríos y El Oro
Maracuyá	Manabía, Guayas, Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsáchilas
Uvilla	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Azuay
Tomate de árbol	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Cañar, Bolívar y Loja
Naranjilla	Morona Santiago, Pichincha y Bolívar

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

Producción Nacional

La producción de frutas exóticas en toneladas métricas y la superficie sembrada según datos oficiales indica lo siguiente:

Ilustración 12: Producción de Frutas Exóticas en Ecuador

Producción de Frutas Exóticas en Ecuador		
Fruta	Producción en Tonelada Métrica	Superficie Sembrada
Pitahaya	Variedad Amarilla: 2,000 TM Variedad Roja:	Variedad Amarilla: 300 ha. Variedad Roja: 120 ha.
Mango	10,050 TM	419 ha.
Maracuyá	257,873 T	28,747 ha.
Uvilla	10,050 TM	419 ha.
Tomate de árbol		9,000 ha.
Naranja	120,000 TM	6,000 ha.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Evolución de la Exportaciones

Las exportaciones de las diferentes frutas exóticas analizadas en el presente estudio han presentado una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 15%, siendo lideradas las exportaciones principalmente por mango, pitahaya y maracuyá.

En el período enero – septiembre del año 2014 las exportaciones de mango han alcanzado los USD 1.6 millones, seguido por pitahaya con USD 516 millones y maracuyá con USD 316 millones. Otras frutas como las uvillas, tomate de árbol y naranja han presentado una disminución en este año.

Ilustración 13: Evolución de las Exportaciones

EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES FRUTAS EXÓTICAS DE ECUADOR AL MUNDO								
Miles USD FOB								
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 ene-sept	TCPA 2009-2013
0804.50.20.00	MANGOS Y MANGOSTANES FRESCOS O SECOS	22,450	17,898	24,085	35,410	38,047	1,660	14%
0810.90.40.00	PITAHAYAS (CEREUS SPP.)	129	193	319	438	759	516	56%
0810.90.10.00	GRANADILLA, «MARACUYÁ» (PARCHITA) Y DEMÁS FRUTAS DE LA PASIÓN (PASSIFLORA SPP.)	51	125	429	532	472	316	74%
0810.90.50.00	UCHUVAS (UVILLAS) (PHYSALIS PERUVIANA)	78	334	225	375	430	53	53%
0810.90.30.00	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)	54	66	80	102	207	187	40%
0805.90.00.00	LOS DEMÁS AGRIOS (CÍTRICOS) - NARANJILLA	03	26	25	31	59	50	104%
	TOTAL	22,765	18,643	25,162	36,887	39,975	2,781	15%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

4.2.12 La Unión Europea

La Unión Europea es una asociación económica y política única en su género y compuesta por 28 países europeos que abarcan juntos gran parte del continente. El origen de la UE se encuentra en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial. Sus primeros pasos consistieron en impulsar la cooperación económica con la idea de que, a medida que aumentara la interdependencia económica entre los países, disminuirían las posibilidades de conflicto.

En 1958 se creó, pues, la Comunidad Económica Europea (CEE), que en un principio establecía una cooperación económica cada vez más estrecha entre seis países: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos. Posteriormente, se creó un gran mercado único que sigue avanzando hacia el logro de todo su potencial.

De la unión económica a la unión política

Y lo que comenzó como una unión meramente económica ha evolucionado hasta convertirse en una organización activa en todos los frentes políticos, desde el clima hasta el medio ambiente y desde la salud hasta las relaciones exteriores y la seguridad, pasando por la justicia y la migración. El cambio de nombre de Comunidad Económica Europea (CEE) a Unión Europea (UE), en 1993, no hizo sino reflejar esta transformación.

La UE se basa en el Estado de Derecho: todas sus actividades se basan en los tratados, acordados voluntaria y democráticamente por los países miembros.

Además, la UE se rige por el principio de democracia representativa: los ciudadanos están directamente representados en el Parlamento Europeo, mientras que los Estados miembros tienen su representación en el Consejo Europeo y el Consejo de la UE.

Movilidad, crecimiento, estabilidad y moneda única

La UE ha hecho posible más de medio siglo de paz, estabilidad y prosperidad, ha contribuido a elevar el nivel de vida y ha creado una moneda única europea: el euro. En 2012 la UE recibió el premio Nobel de la paz por su contribución al avance de la paz, la reconciliación, la democracia y los derechos humanos en Europa.

Gracias a la supresión de los controles fronterizos entre los países de la UE, ahora se puede viajar libremente por la mayor parte del continente. Y también es mucho más fácil vivir, trabajar y viajar en otro país de Europa.

El mercado único o "interior", que permite que puedan circular libremente la mayoría de las mercancías, servicios, personas y capitales, es el principal motor económico de la UE. Otro de sus objetivos esenciales es desarrollar este enorme recurso en otros campos, como la energía, los conocimientos y los mercados de capitales, para que los europeos puedan aprovechar al máximo todas sus ventajas.

Derechos humanos e igualdad

Uno de los principales objetivos de la UE es promover los derechos humanos, tanto dentro de nuestras fronteras como en el resto del mundo. La dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad, el Estado de Derecho y el respeto de los derechos humanos son sus valores fundamentales. Desde la entrada en vigor del Tratado de Lisboa en 2009, la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE reúne todos estos derechos en un único documento. Las instituciones de la UE están jurídicamente obligadas a defenderlos, al igual que los gobiernos nacionales cuando aplican la legislación de la UE.

Comportamiento y Tendencias del consumo

Unión Europea:

Los principales factores que influyen en la tendencia del mercado para alimentos y bebidas son:

- Tasa de natalidad en descenso
- Grupos familiares reducidos ("individuales ")
- Aumento del segmento de la tercera edad
- Desempleo y congelamiento en los ingresos
- Aumento en el número de mujeres en la fuerza laboral
- Creciente número de inmigrantes
- Disponibilidad de tiempo – esparcimiento limitado
- Orientación hacia los discounter Concentración en el sector retail

En los hogares Europeos gran parte de la producción de frutas es consumida tanto de forma fresca como ya elaborada. La fruta para los consumidores es cada vez más apetecida. En Alemania por ejemplo en los últimos diez años, las condiciones del mercado consumidor de frutas han mantenido un promedio de 2 % de crecimiento alcanzando a 8,8 millones de toneladas con una tendencia clara de sostenido aumento.

Hogares con huertos frutícolas están acostumbrados a consumir más frutas, sino también compran más, pero sólo en aquellos períodos de tiempo en los cuales no poseen cosecha propia y las reservas ya se han agotado. Junto a la importante preparación de fruta en la elaboración de jugos, de igual manera, se debe mencionar la utilización de la fruta como materia prima para conservas, fruta congelada, fruta seca, mermeladas, etc. Todos estos productos son apreciados dentro de la industria de alimentos europea.

4.2.13 Oportunidad Comercial

La tendencia mundial hacia lo orgánico ha impulsado el consumo de frutas ricas en vitaminas y minerales. El tomate de árbol contiene niveles altos de fibra, vitaminas A, B, C y K. Es rico en minerales, especialmente calcio, hierro y fósforo; contiene niveles importantes de proteína y caroteno. Es además una buena fuente de pectina, y es bajo en calorías. Características que hacen de esta fruta una gran fuente de alimento que podría darse a conocer a nivel mundial. El tomate de árbol es una fruta muy versátil en cuanto a variedad de preparaciones, preparada principalmente en jugo y en conserva con almíbar.

Esta fruta tiene varios beneficios tanto para la preparación de platos gourmet, ensaladas como también para la elaboración de helados u otros postres, así mismo tiene beneficios medicinales que se aplican para las afecciones de garganta y gripe. El fruto o las hojas previamente calentadas, se aplican en forma tópica contra la inflamación de amígdalas o anginas especialmente. El tomate de árbol presenta oportunidades para exportar como fruta fresca, pulpa para la preparación de jugos, compotas, conservas dulces, jaleas, gelatina, mermelada y concentrados congelados. En fruto terapia el tomate de árbol es muy apreciado por la variedad de aplicaciones y excelentes resultados.

El consumo de la fruta fortalece el cerebro y la memoria, contribuye a curar migrañas y cefaleas severas, a controlar la rinitis, beneficia el sistema circulatorio, y se lo prepara en jugos para programas de reducción de peso. Estudios realizados indican que contiene sustancias como el ácido gamma amino butírico, que baja la tensión arterial, por ello es útil para los hipertensos, no así para quienes sufren de tensión baja.

4.3 ESTUDIO TÉCNICO

Definición

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada, también identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados.

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

4.3.1 Determinación del Tamaño Óptimo

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía.

4.3.2 Localización del Proyecto

4.3.2.1 Localización Óptima del Proyecto

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo” (G. Baca Urbina). En este punto, es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.

El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

4.3.2.2 Análisis de la Ubicación del Proyecto

El proyecto se va a desarrollar en la Parroquia San Luis ya que esta cuenta con los siguientes atributos:

Mercado: Esta cerca al mercado mayorista del cantón Riobamba, a solo diez minutos.

Materia prima: La materia prima tomada de esta región es de gran calidad debido a que el clima favorece una gran variedad de frutas y una de las principales es el tomate de árbol; además muchas de las plantaciones hacen uso de la agricultura limpia la cual no usa químicos destructivos, ni pesticidas, esto da a la fruta una calidad incomparable.

Suministros: La región en que se desarrolla los campos de acción para la adquisición de insumos, Chimborazo es buena. Debido que los proveedores son confiables y son los mismos productores, quienes entregan las mismas en óptimas condiciones. La cantidad de insumos es amplia y satisface la necesidad para la exportación.

Transporte: Actualmente las carreteras en Ecuador están tomando un ritmo de desarrollo más rápido lo que conlleva a considerar que las carreteras a nivel general son de gran

calidad en la parroquia y sus barrios cuentan con vías asfaltadas y carreteras de segundo orden adoquinadas y en buen estado.

Electricidad: el lugar donde se va a realizar el proyecto cuenta con todos los servicios básicos como: agua, luz, teléfono y recolección de basura.

Clima: El clima de la parroquia es de tipo frío – templado adecuado para la conservación del producción y elaboración del producto.

Mano de obra: La mano de obra en la parroquia San Luis es una de las más bajas dentro de la producción agrícola, de igual forma la mano de obra se caracteriza por ser barata y que las zonas agrícolas tienen distancias cortas que permiten el traslado inmediato y sin mucho coste desde las zonas habitables hasta los sembríos y demás lugares, las zonas industriales están cerca de las zonas agrícolas y calidad de vida no exige costes altos en alimentación y vestimenta.

Localización del Centro de Acopio

Macro localización



Micro localización



Ubicación de la Empresa



Provincia: Chimborazo
Cantón: Riobamba
Parroquia: San Luis
Dirección: Av. Riobamba - Macas

4.3.3 Estudio del Impacto Ambiental

El proyecto que se va realizar en la parroquia San Luis, según los estudios realizados el proyecto es viable ya que no existe ningún tipo de prohibición, en relación a los aspectos ecológicos y ambientales de dicho sector, de la misma manera y sujeta a las disposiciones expuestas por el Ministerio del Ambiente el proyecto no representa ningún tipo de daño o impacto ambiental, que pudiera poner riesgo la vida de las personas, seres vivos como también la naturaleza que la rodea de manera que el centro de acopio se dedicará únicamente a la recepción de tomate de árbol dándole un valor agregado 1 (limpieza y desinfección del producto), para posteriormente comercializarlo; generando la mínima cantidad de residuos es decir, no se genera sustancias toxicas que pueden afectar el medio ambiente.

4.3.4 Costos del Proyecto

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente en el futuro.

4.3.4.1 Ingeniería del Proyecto

El Centro Acopio realizara la compra del terreno, siendo una gran oportunidad ya que el valor de los impuestos prediales son menores tomando en consideración que son áreas rurales, será la cantidad a pagar por parte de la empresa, reduciéndose de esta forma los costos. El terreno está ubicado en la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Parroquia San Luis, específicamente la noreste del barrio San Luis en la carretera Riobamba – Macas; de acuerdo a las necesidades del proyecto, se contempla la construcción de algunas obras civiles entre las cuales se anotan:

Cuadro 32: Ingeniería del Proyecto

N°	Rubro	Cantidad	Unidad
1	Área de Bodega	1800	m ²
2	Área de Materiales	20	m ²
3	Área Administrativa	110	m ²
4	Área de Servicios Higiénicos	50	m ²
5	Reservorio de Agua	50	m ²
6	Guardianía	15	m ²
7	Sala de Recepción	1000	m ²
8	Galpón Vehículo	15	m ²
TOTAL		3060	m ²
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo			

Construcción y Diseño de la planta:

La planta debe ser de tamaño, construcción y diseño apropiados al volumen de producción. Estos también deben facilitar su mantenimiento y las operaciones de limpieza. Una planta empacadora de vegetales frescos debe cumplir los siguientes requisitos: (American Institute of Steel Constrution, Inc, 1997)

Instalaciones

Las instalaciones de más importancia para la operación de estos procesos son las hidráulicas y sanitarias. Dentro las instalaciones sanitarias podemos mencionar las reposaderas o coladeras, las cuales indispensablemente serán de tipo sifón para evitar la salida de olores, fauna nociva o agua contaminada hacia las áreas de trabajo y serán

diseñadas con una pendiente del 1.5% para favorecer el desagüe rápido, contando con rejillas para retener todo tipo de desperdicios sólidos.

- Disponer del espacio que permita las maniobras para el flujo de materiales y libre acceso para la operación y mantenimiento de los equipos.
- Las áreas de proceso deben estar separadas de las áreas destinadas a servicios.
- Se deben separar las zonas de entrada de materias primas y las de salida del producto terminado.
- El tamaño debe ser suficientemente grande para su propósito sin que haya congestión del equipo y del personal.
- Debe facilitar las operaciones de limpieza.
- Todas las aberturas al exterior, tales como puertas, ventanas etc. Deben mantenerse en buenas condiciones y provistas de mallas (puede ser mesh 16) u otro mecanismo de efectividad comprobada para evitar la entrada de insectos, roedores y otros animales.
- Deberá colocarse un medio de desinfección de los zapatos o botas en los accesos a la planta.

Pisos:

- Deben construirse con materiales a prueba de roedores, no usar madera o materiales similares que sean absorbentes.
- Deben ser resistentes para el tráfico que circula sobre ellos y para los equipos utilizados, sin irregularidades ni fisuras en la superficie.
- Dependiendo de la abundancia de agua que vaya directamente al piso, deberá ser de un material impermeable y antideslizante para facilitar la movilidad de personas.
- Deben ser de superficies lisas con una pendiente mínima de 2% para el escurrimiento del agua hacia los drenajes.
- Deben ser fáciles de limpiar.

Paredes:

- Deben ser de preferencia, lisas y de material fácil de limpiar y no absorbente.
- Si las paredes son pintas, se deberán aplicar pinturas impermeables y de colores claros.

- Se recomienda que los bordes sean curvos para facilitar el deslizamiento del agua en las orillas.

Puertas:

- Deben ser de un material fácil de lavar y mantener.
- De materiales no absorbentes.
- Su ubicación no debe ser ni representar riesgos de contaminación con los alimentos.
- Deben poseer cortinas de aire cuando sea necesario.

Ventanas:

- Deben prevenir el ingreso de plagas.
- Deben estar diseñadas de manera que los bordes no sean utilizados como estante.
- Proveer la iluminación necesaria.

Techos:

- No deben tener grietas y deberán ser fáciles de limpiar.
- Deben impedir la acumulación de suciedad y evitar al máximo la condensación, ya que esta facilita el crecimiento de mohos.
- La empresa debe tener un plan de mantenimiento que incluya limpieza del techo y revisión de su estado para evitar goteras.
- Evitar madera en contacto directo con los alimentos.

Pasillos:

- Deben tener amplitud proporcional a las necesidades de trabajo.
- Debe existir un sistema de circulación lineal de manera que no haya circulación de arias sucias a áreas limpias.
- No deben utilizarse como lugares de almacenamiento.

Iluminación:

- Las bombillas y las lámparas deben estar protegidas con pantalla u otro medio efectivo para evitar la contaminación en caso de rotura.
- Debe tener suficiente iluminación natural o artificial para que una persona con visión normal pueda identificar los colores, defectos o contaminación visible.

- La iluminación debe ser adecuada en todas aquellas áreas donde los alimentos se inspeccionan, elaboran, almacenan, cuartos fríos y donde se lavan los equipos y utensilios.

Ventilación:

- Deberá proveerse ventilación adecuada, ya sea natural o mecánica para proporcionar oxígeno suficiente, evitar el calor excesivo, prevenir malos olores, vapores y gases que son favorables para el crecimiento de hongos.
- La dirección de la corriente de aire no deberá ir de una zona sucia a una zona limpia de la planta.

Suministro de Agua:

En una planta donde se producen alimentos, el suministro de agua debe ser suficiente para las operaciones que se llevan a cabo. Es necesaria que la presión del agua sea adecuada para todas las áreas en las que se requiera, tales como producción, limpieza del equipo, lavado de utensilios, envasado para alimentos y para las instalaciones sanitarias.

Deberá existir disponibilidad de este líquido en la planta; especialmente en las áreas mencionadas a continuación:

- Higiene del personal
- Ingreso a la Planta Procesadora
- Área de Recepción y Lavado del Producto
- En todos los puntos de proceso de la Planta
- Laboratorio

Electricidad

La mayoría de equipo industrial funciona con energía monofásica, en 115 y 230 voltios. Además deberá existir energía trifásica para ciertos equipos especiales. El diseño de la distribución de este recurso deberá ser calculado por un profesional en este ramo. Algunas de las recomendaciones que se deberá tomar en cuenta para el diseño y distribución de la energía eléctrica dentro de la Planta de Procesamiento son las siguientes:

- Los contactos deben estar colocados en lugares visibles.
- Deberán tener protectores para evitar que se introduzca basura o humedad.
- La altura promedio será de 0.70 a 1.50 m.
- La Planta de Procesamiento contará con una planta de emergencia.

Servicios Sanitarios:

- Deberán estar ubicados en lugares accesibles a los empleados.
- Mantenerse limpios y en buen estado de funcionamiento.
- Poseer puertas que no abran directamente al área de proceso o que los mismos tengan doble puerta.

Instalaciones para el lavado de manos:

- Deben estar ubicados en las diferentes áreas de producción donde las prácticas sanitarias son indispensables.
- Deben estar diseñados de manera que se evite re contaminación con las llaves.
- Deben tener toallas desechables o equipo de secado que n se acciona manualmente.
- Estaciones de desinfección convenientemente ubicadas.

Áreas de vestidores:

- El área no debe de estar ubicada en la misma que los sanitarios.
- Debe tener buena iluminación.

Acabados

Por las características propias del Centro de Acopio, en cuestión de higiene, la humedad es un factor imponente. Los materiales a utilizarse deben ser resistentes y de larga duración, no olvidando una agradable presentación.

El piso será losa de concreto fundido con partículas de fibra de vidrio, para evitar grietas, con un alisado final y aplicación de un revestimiento epóxico; esto ayudará a que no exista acumulación de suciedad y multiplicación de hongos y bacterias.

Los muros divisorios serán de 2.20 m de alto, 1.10 m. de alto de mampostería con acabado de repello + alisado + revestimiento epóxico, en la cara que da hacia la planta y el resto del espacio lo constituye ventanas de aluminio + vidrio; este tipo de división

permitirá la supervisión directa y continua de las operaciones y actividades del personal del servicio.

Existen normas de tipo general para el saneamiento y la seguridad en el manejo de alimentos, que son dictadas por los servicios de salud del Estado. Sin embargo, en los servicios de alimentación, corresponde a los nutricionistas y a los administradores mantener normas sanitarias de alto nivel.

El saneamiento y la higiene de los alimentos dentro del servicio inician desde su recepción, en donde se debe controlar la calidad como sus condiciones higiénicas, es imprescindible controlar su grado de limpieza. Tan pronto como se reciba el producto fresco, debe colocarse en el cuarto frío, que por ser fruta o verdura en este específico caso deberá estar a una temperatura de 50F (10C). (GUERRERO RAMO, 2001)

Personal

Toda persona que trabaje en la planta de procesamiento deberá recibir orientación suficiente sobre la necesidad de conservar la limpieza perfecta de la planta, además de recibir adiestramiento especial sobre higiene y manipulación del producto.

Para exigir limpieza al personal es necesario proporcionarle los materiales necesarios, como detergentes, jabón líquido, toallas higiénicas, etc.

Todo el personal debe gozar de un excelente estado de salud. En su trabajo debe cumplir las siguientes normas:

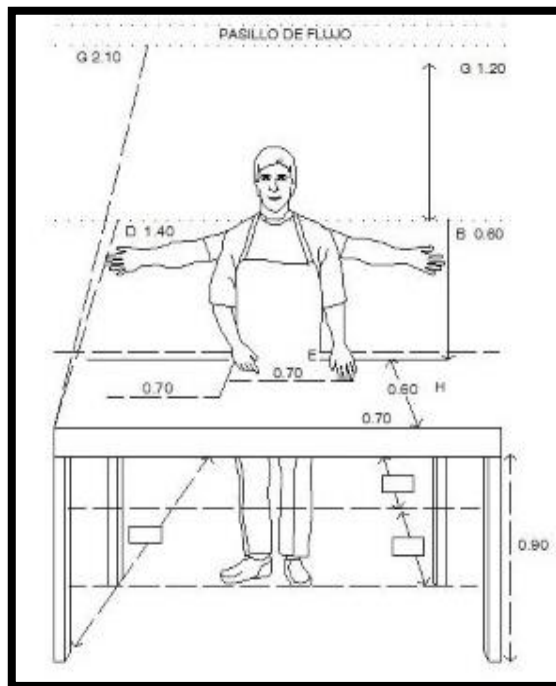
- Usar uniforme completo y limpio, con zapatos cerrados y el pelo cubierto.
- Bañarse diariamente antes de iniciar labores.
- Lavarse las manos cada vez que usa el servicio sanitario o manipule basura y siempre antes de ingresar al área de producción.

Indicador para espacios vitales

Existen espacios vitales específicos para desarrollar los procesos anteriormente mencionados.

A continuación dos graficas que muestran los espacios ergonómicos indispensables para realizar estos procesos industriales.

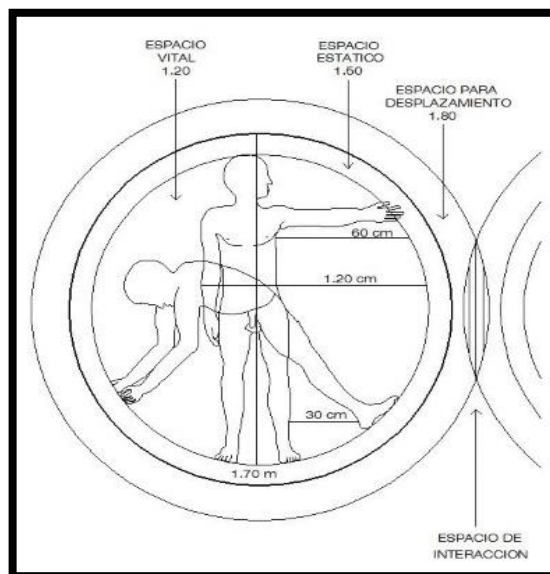
Ilustración 14: Espacio Vital



Fuente: Administración de Alimentos a Colectividades y Servicios de Salud, Guerrero Ramo, McGraw Hill, 2001.

La gráfica muestra el índice de espacio vital en las operaciones laborales.

Ilustración 15: Espacio Vital 2



Fuente: Administración de Alimentos a Colectividades y Servicios de Salud, Guerrero Ramo, McGraw Hill, 2001.

Equipo

Todas las áreas de la planta deben mantenerse constantemente en un perfecto estado de limpieza, incluyendo paredes, pisos, techos, equipo, mobiliario, etc.

Tratamiento del Agua Potable

El tratamiento que requiere este indispensable líquido para la elaboración de todos los procesos mencionados se divide básicamente en tres fases:

Tanque de Cloración: debe existir un tanque con la capacidad adecuada en el cual el agua que viene de la red general se le agregará cloro según especificaciones dadas por un experto en el área.

Tres Filtros: luego de pasar por el proceso de cloración el agua deberá pasar por una serie de tres filtros de carbón que eliminará cualquier tipo de sólido así como también los residuos de cloro.

Filtro UV: este último filtro es con el cual se termina el proceso de purificación del agua que será utilizada para la elaboración de los diferentes procesos de la fruta.

Alrededores de la Planta:

Los alrededores de la planta que están bajo el control de la empresa deben mantenerse en condiciones que protejan los alimentos de ser contaminados. Para esto se deben tomar las medidas siguientes:

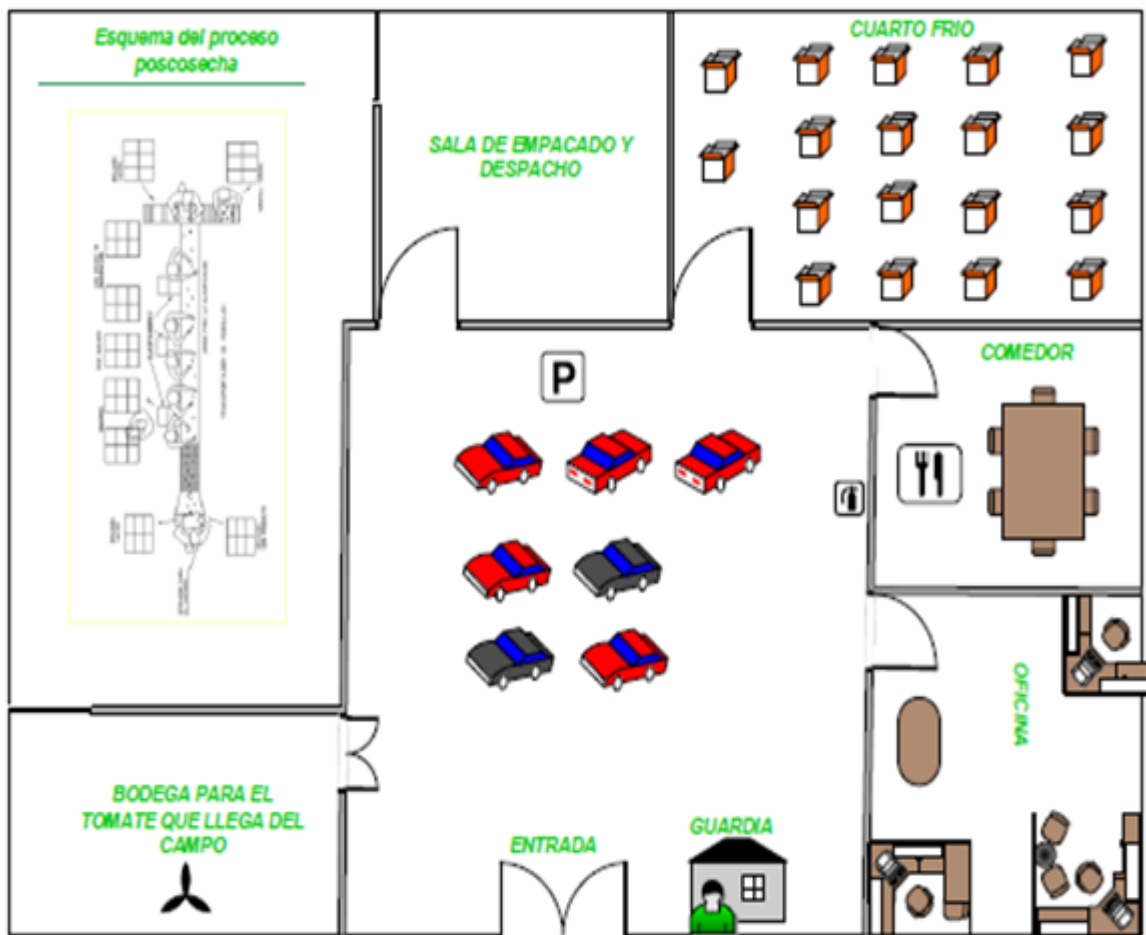
- El equipo que no está en uso, debe almacenarse protegido de la intemperie y plagas, no colocarlo en patios, jardines y estacionamientos; se debe remover la basura y desperdicios y recortar la grama y malezas que puedan constituir un refugio para roedores e insectos.
- Las vías de acceso a la planta y los estacionamientos deben mantenerse en buen estado, evitando charcos, maleza y basura.
- Deben existir drenajes adecuados para evitar agua estancada en los accesos a la planta.
- Debe existir un sistema de tratamiento o descartado de desperdicios, de manera que estos no constituyan una fuente de contaminación.

Desechos de la Planta de Procesamiento

El principal producto a procesar en este centro de acopio; es el tomate de árbol, el desecho será, las aguas residuales que quedan después de lavar el productos, las mismas que no tienen ningún contaminante que afecte al medio ambiente, y serán destinadas para riego de los cultivos; otro residuos son los tomates que estén en un mal estado y no cumplan con las características de control de calidad, el tomate en mal estado como su semilla, podrán ser utilizadas como abono orgánico. Además esta última también se podrá utilizar para métodos de multiplicación de cultivos. (VILLAGRAN DE BATRES, 2011)

4.3.4.2 Distribución de Planta

Ilustración 16: Distribución de la Planta



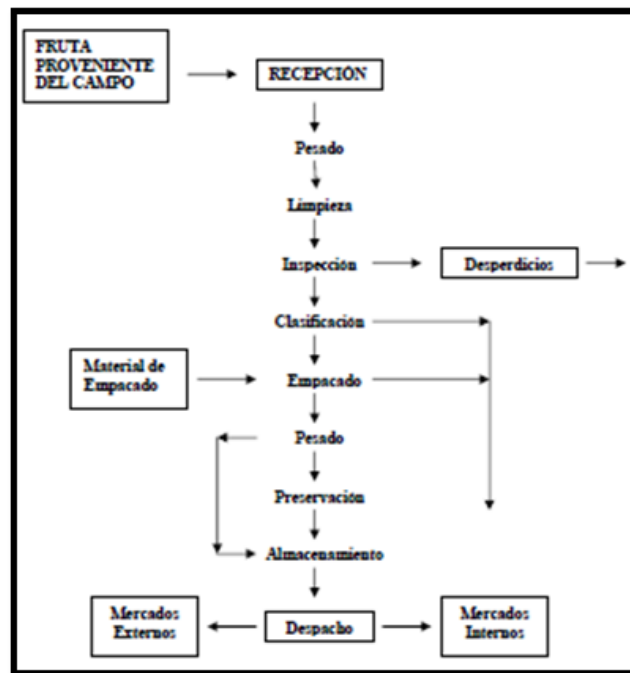
4.3.4.3 Distribución Contextual

Como se puede apreciar en el croquis que se presenta a continuación la empresa tiene la amplitud necesaria para realizar las operaciones necesarias en un sistema de distribución y comercialización de nuestros productos, contando con suficiente espacios para el eficiente recorrido y traslado de los productos para su almacenamiento y posterior despacho.

- Área de Administrativa.- esta se encuentra ubicada en la parte principal donde se realiza las labores administrativas de la empresa.
- Área Bodega.- en esta se encuentra almacenados adecuada y ordenadamente los productos que la empresa distribuye de acuerdo al tipo, marca, y función que cada uno presta.
- Área Recepción: Es la primera y está ubicada al ingreso de la empresa y su finalidad es reír a los clientes y personal de la empresa para dar respuesta a diversas inquietudes, posibles ventas o información de la empresa, además sirve como punto de exhibición y venta de productos, tanto al por mayor como al por menor.
- Zona de Servicio.- la empresa tiene adjunta los servicios higiénicos completos para el uso de personal.
- Sala de Recepción.- Es el cuarto donde se realiza la recepción y clasificación de los productos para su posterior comercialización.
- Área de trabajo.- Esta área estará ubicada toda la maquinaria y equipo de la planta para la ejecución del proyecto.
- Galpón para Vehículo.- área destinada para el aparcamiento del vehículo, luego de prestar su servicio.

4.3.4.4 Diagrama Flujo de Procesos

Ilustración 17: Flujo de Procesos



Fuente: Selders – Cornell university (2000)

Beneficio

El manejo en postcosecha del tomate de árbol es referido a la guía de las labores de beneficio y clasificación a cumplirse desde que la fruta sale del campo hasta su despacho, conforme se detalla en el Gráfico (Diagrama de flujo para postcosecha). Esta actividad se efectúa en forma manual y mecánica, utilizando solamente una infraestructura que asegure la calidad y la presentación del producto.

Recepción y Pesado

En la recepción del producto proveniente del campo, se debe considerar que los frutos hayan sido cosechados con un adecuado nivel de madurez fisiológica, de manera que las frutas continúen su maduración. La fruta recogida deberá pesarse con el objeto de que cada una tenga más o menos el mismo peso para la exportación

Limpieza, Inspección y Secado

Durante esta operación se efectúa una inspección para eliminar frutas dañadas. El proceso puede desarrollarse en tinas con duchas o con paños húmedos, Los tomates

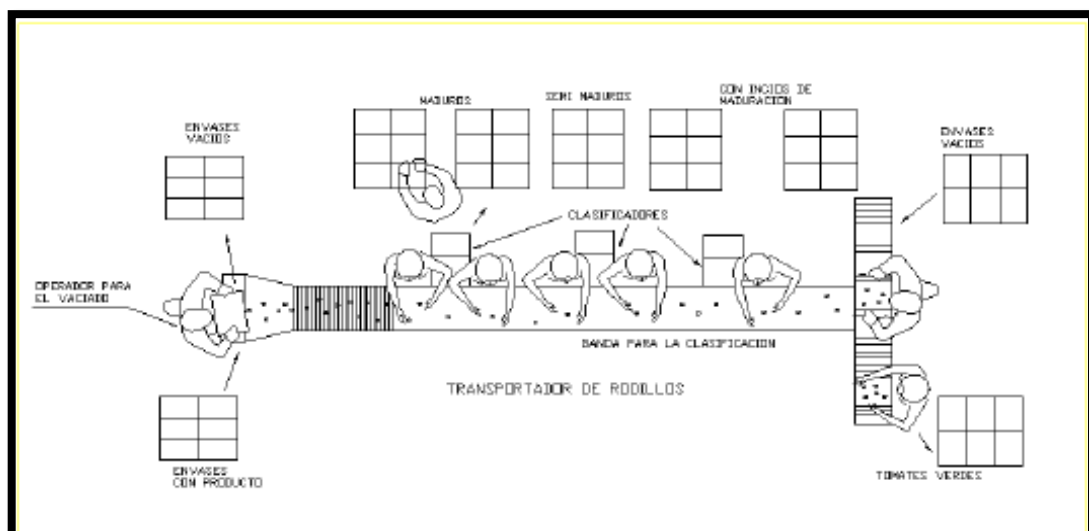
deberán luego secarse al aire para clasificarlos y empacarlos. Se ha estimado un 5% de mermas acumuladas. Parte de la selección se realiza en el mismo momento de la recolección.

Clasificación, Empacado y Pesado

Las frutas inspeccionadas deben clasificarse mientras se empacan en función del tamaño del fruto, grado de madurez (color) y apariencia. A nivel internacional se utilizan cajones de cartón corrugado; los tomates de árbol deberán preferentemente ser colocados en cubetas plásticas o envueltos en papel, para precautelar la calidad de los frutos, evitando daños y rozamientos y reduciendo la transpiración. Se deberán incluir instructivos para su preparación y uso en inglés.

Con el objeto de optimizar el uso de las cajas o gavetas, en ocasiones se empaca la fruta en forma diagonal al envase. Las cajas, que luego se pesan, deberán tener un logotipo llamativo con un detalle de su contenido (producto, número de unidades, variedad, calidad, clase, peso, país de origen, país de destino, marca, etc.), en varios idiomas. El siguiente gráfico esquematiza la sala y el proceso de postcosecha, donde aparte de separar los frutos por su grado de maduración, los trabajadores clasificarán los frutos por su tamaño.

Ilustración 18: Área de Trabajo



Fuente: Selders – University (2000)

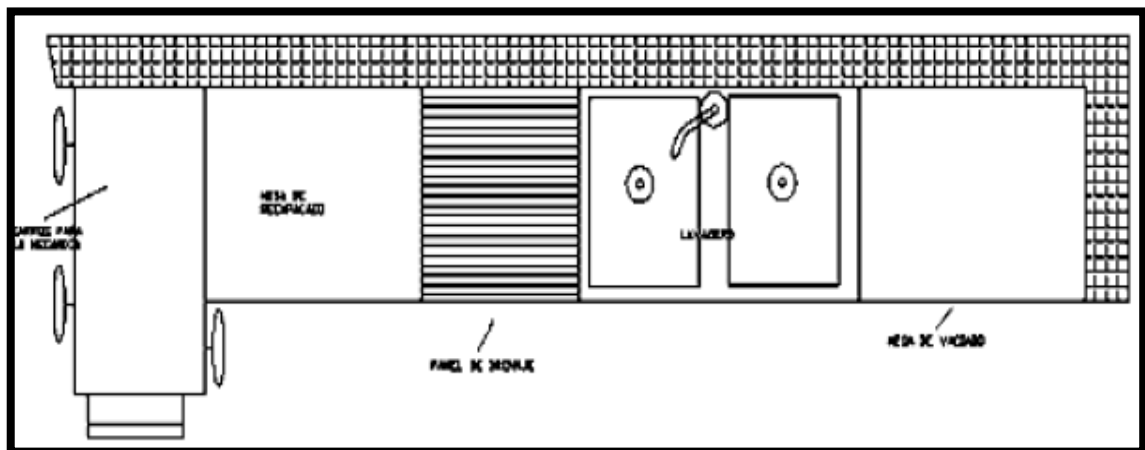
La porción de frutos que no reúnan las características especificadas para exportación (35%) se destinará al mercado interno.

Preservación, Almacenamiento y Despacho

Debido a que la comercialización internacional se realizará por vía aérea o marítima, y que estos canales de comercialización cuentan con su propia infraestructura de almacenamiento, y dado que las cosechas del fruto se realizarán cada 10 a 15 días, en el proceso no se ha incluido el proceso de preservación propiamente dicho. Sin embargo, de llegarse a mayores volúmenes de exportación, se puede, (pese a no ser estrictamente necesario), refrigerar el fruto a 3.5° C con 85% de humedad relativa. Deberá almacenarse el fruto hasta conseguir un lote de producción exportable.

El despacho por lo general deberá realizarse en las primeras horas de la mañana, observando los requerimientos de temperatura y humedad en el envío. En el siguiente gráfico se esquematiza la sala de clasificación y empacado de la fruta, una mesa de vaciado se ubica junto a una pila para el lavado del producto, y el panel de drenaje se localiza directamente junto al lavadero. Cuando el producto se ha secado, las cajas de cartón pueden empacarse y colocarse en los carros localizados junto a la mesa de reempacado. Con este esquema un solo trabajador podría efectuar todas las etapas de manejo, o diversos operarios podrían trabajar uno al lado del otro.

Ilustración 19: Mesas de Trabajo



Fuente: Selders – University (2000)

4.3.5 Requisitos para el Registro y Funcionamiento de Centros de Acopio de Agrocalidad.

Productos destinados a Mercados Internacionales.

Requisitos para el registro y operación de Centros de Acopio

Los interesados en registrar y operar un centro de acopio, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Carta de solicitud de registro dirigida al Coordinador Provincial suscrita por el propietario, el representante legal. En caso de que éste actúe por medio de un mandatario, deberá adjuntar una copia del poder notariado y cédula, firmada por el propietario o representante legal.
- b. Copia del RUC.
- c. Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación de la persona natural, del representante legal o mandatario.
- d. Copia de los estatutos que constituyen la personería jurídica (personas jurídicas).
- e. Nombramientos actualizados e inscritos de los representantes legales (personas jurídicas).
- f. Dirección, teléfono, persona de contacto del centro de acopio.
- g. Copia notariada de las escrituras o contrato de arrendamiento del centro de acopio a nombre del solicitante.
- h. En caso de ser productor, comercializador o exportador, presentar el registro del MAGAP.
- i. Croquis de ubicación del centro de acopio.
- j. Reporte favorable de inspección, emitido por un técnico autorizado por AGROCALIDAD.
- k. Factura de pago por el concepto de registro de centro de acopio de empacadora, de acuerdo a lo establecido en el tarifario de AGROCALIDAD
- l. Listado de las compañías exportadoras que consolidan en el sitio, con sus respectivos planes de corte semanal.
- m. Autorización de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- n. Croquis de ubicación del centro de acopio.
- o. Cumplidos los requisitos antes citados, AGROCALIDAD emitirá un certificado de registro del centro de acopio.

Propósito y requerimientos técnicos exigidos en los Centros de Acopio

Estos sitios, deberán tener los siguientes ambientes:

- a. Parqueadero de camiones.
- b. Área de recepción de las cajas.
- c. Área de paletizado.
- d. Área de consolidación de cajas en contenedores, bajo cubierta de estructura metálica.
- e. Área para contenedores.
- f. Área para inspección con mesas de acuerdo a las disposiciones emitidas por AGROCALIDAD.
- g. Área de almacenamiento de pallets.

Dentro de cada área se deben tener en cuenta dos ejes:

Estructura

- a. Cada área debe estar debidamente rotulada.
- b. El techo de la planta debe ser de planchas de zinc, u otro material similar encontrarse libre de agujeros y acumulación de contaminantes que puedan caer sobre la fruta.
- c. Las áreas de recepción de cajas, paletizado e inspección deben ser bajo resguardo con paredes de concreto y ventanas con mallas anti insectos y piso encementado.
- d. El área de almacenamiento de pallets deben ser bajo resguardo con paredes de cemento y ventanas con mallas anti insectos o paredes con malla anti insectos sin desgarraduras u orificios, el piso debe ser encementado.
- e. El establecimiento no tiene que estar ubicado en zonas que se inunden, que contengan olores objetables, humo, polvo, gases, luz y radiación que pueden afectar la calidad del producto que se revisa.
- f. Los lugares de tráfico deben tener condiciones mínimas que eviten encharcamiento y acumulación de lodo y polvo. Estas deben estar señalizadas y diferenciadas para el tráfico peatonal.
- g. Tanto dentro como fuera del centro debe existir un buen sistema de drenaje que permita evacuar el agua que puede contaminar el producto.

- h. En los edificios e instalaciones, las estructuras deben ser sólidas, con materiales no contaminantes, de manera que no transmita sustancias indeseables que afecten la sanidad de la fruta.
- i. Las aberturas deben impedir la entrada de animales domésticos, insectos, roedores, mosca y contaminante del medio ambiente, como humo, polvo, vapor.
- j. El espacio debe ser amplio y los empleados deben tener presente que operación se realiza en cada sección, para impedir la contaminación cruzada.
- k. Cada área tendrá una adecuada iluminación, con luz natural siempre que fuera posible, y cuando se necesite luz artificial, ésta será lo más semejante a la luz natural para que garantice que el trabajo se lleve a cabo eficientemente. Las fuentes de luz artificial deben estar protegidas para evitar la contaminación en caso de rotura. i . Debe contar con un sistema de instalaciones sanitarias que garanticen que el producto va a estar libre de cualquier tipo de patógeno, en un número suficiente de acuerdo a la cantidad de trabajadores, mantenerse en perfecto estado (agua corriente, dispensador de jabón y gel desinfectante disponibles) y no encontrarse dentro del área de inspección. El número debe ser de 1 baño por cada 25 personas, calculando el personal fijo y los visitantes diarios.
- l. La mesa utilizada para inspeccionar la fruta por parte de los inspectores autorizados por AGROCALIDAD cumplirá con los siguientes requisitos:
- m. Debe ser de materiales que resistan la corrosión, las repetidas operaciones de limpieza y desinfección, que su superficie de contacto no transmita sustancias tóxicas, olores ni sabores, que afecten la calidad de la fruta.
 - i. Debe evitarse el uso de madera y otros materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse adecuadamente, a menos que se tenga la certeza de que su empleo no será una fuente de contaminación indeseable y no represente un riesgo físico.
 - ii. Toda la superficie en contacto directo con la fruta no debe ser recubierta con pintura u otro tipo de material desprendible que represente un riesgo para la inocuidad.

Higiene

- a. Todos los utensilios, los equipos y los edificios deben mantenerse en buen estado higiénico, de conservación y de funcionamiento.
- b. Para la limpieza y la desinfección es necesario utilizar productos que no tengan olor ya que pueden producir contaminaciones además de enmascarar otros olores.

- c. Las sustancias tóxicas (plaguicidas, solventes u otras sustancias que pueden representar un riesgo para la salud y una posible fuente de contaminación) deben estar rotuladas con un etiquetado bien visible y ser almacenadas en áreas exclusivas (aisladas). Estas sustancias deben ser manipuladas sólo por personas autorizadas. Los baños deben permanecer limpios, y tener a la vista un programa de limpieza.

Obligaciones de los Centros de Acopio

- a. Registrarse ante AGROCALIDAD.
- b. Los centros de acopio están obligados a mantener las instalaciones en buen estado de operatividad, de acuerdo a los requisitos de este manual. Y dar cumplimiento a las disposiciones que realice AGROCALIDAD.

PROCEDIMIENTO PARA REGISTRARSE ANTE AGROCALIDAD

Inspección

Para la emisión del Certificado de Registro de centros de acopio, el personal autorizado por AGROCALIDAD deberá realizar una inspección previa para determinar si las instalaciones cumplen con los requisitos exigidos por AGROCALIDAD.

Para constancia de las visitas e inspecciones realizadas, se llenará y firmará el reporte de Inspección por parte de los inspectores y los representantes del establecimiento inspeccionado, dejando una copia en la empresa.

Cumplidos los requisitos establecidos en el reporte de Inspección, el técnico debe presentar al Coordinador Provincial. Si el informe es favorable, se procederá a emitir el Certificado de Registro.

Por otro lado, si luego de la inspección se obtienen observaciones y recomendaciones, el técnico autorizado por AGROCALIDAD indicará en el informe el plazo que de común acuerdo se establezca con los responsables del lugar (el tiempo no podrá superar los 3 meses), para el cumplimiento de dichas recomendaciones u observaciones, teniendo en cuenta que hasta el cumplimiento total de los requisitos, no se le extenderá el Certificado de Registro del lugar, requisito indispensable para que se realicen inspecciones fitosanitarias.

Vencido el plazo acordado, AGROCALIDAD procederá a re inspeccionar el lugar para determinar el cumplimiento de las recomendaciones u observaciones realizadas.

Si la evaluación de re inspección señala que el centro no cumple con los requisitos técnicos o sanitarios involucrados en los procesos, AGROCALIDAD tendrá la base para no dar el informe favorable y dar por terminado el proceso. Una vez terminado el proceso, el representante legal deberá solicitar nuevamente el Certificado de Registro del centro de acopio y cancelar los valores establecidos por este servicio.

En el tiempo de vigencia del Registro, el representante legal será responsable del cumplimiento de los requisitos exigidos por AGROCALIDAD, que constan en este documento. AGROCALIDAD se reserva el derecho de realizar inspecciones por lo menos una vez al año para corroborar que se dé cumplimiento a los requisitos aquí indicados.

Asignación del Certificado de Registro

Una vez cumplido con lo establecido en el presente manual y con el informe aprobado se emitirá el Certificado de registro el cual incluirá un código específico

Duración y Causales de terminación del Registro

El Registro del centro será válido mientras cumpla las condiciones impuestas en este Manual. Las causas que pudieran ocasionar la suspensión del Certificado de Registro se mencionan a continuación:

- a. Incumplimiento de la normativa.
- b. No permitir el ingreso del personal de AGROCALIDAD en cualquier momento que se requiera.
- c. Notificación por escrito del abandono de la actividad por parte del representante legal, en caso de ser persona jurídica.
- d. A solicitud de terceras personas naturales o jurídicas, en la que se demuestre y sea verificado por AGROCALIDAD que el centro de acopio ha infringido los requisitos indicados en este documento.
- e. Suspensión de actividades por 3 meses, sin que haya una notificación por escrito del representante del Centro de Acopio.
- f. Recibir o reempacar fruta rechazada por problemas fitosanitarios.

Sanciones

Las personas que se opusieren u obstaculizasen, de cualquier modo la adopción de medidas encaminadas al cumplimiento de esta resolución, serán sancionadas conforme a la Ley de Sanidad Vegetal, sin perjuicio de que se recurra al auxilio de la Fuerza Pública, para la ejecución de la misma.

El exportador del material vegetal o sus derivados, que incluya material rechazado o no cumpliera las disposiciones establecidas en la Ley de Sanidad Vegetal, será sancionado con multa de hasta el cincuenta por ciento del precio FOB del producto a exportarse.

Los centros de acopio que no cumplan con los requisitos establecidos en el presente documento, serán susceptibles de que sus registros sean suspendidos, hasta que los cumplan.

La clausura será una sanción inmediata que se aplicará a quienes no cuenten con el respectivo registro. (Agrocalidad, 2013)

4.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Objetivo del Estudio Administrativo y Legal

- Determinar la figura Jurídica de la Empresa
- Establecer la Organización Técnica y Administrativa

4.4.1 Base Legal

Estructura Jurídica. Para la constitución de una empresa de cualquier índole existen unos procedimientos a seguir y unas normas específicas que seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de una empresa son:

Requisitos Comerciales: Requisito que se debe tramitar en la Cámara de Comercio del municipio de Riobamba y en cualquier Notaria local; teniendo en cuenta:

- Reunir los socios para constituir la empresa.
- Verificar en la Cámara de Comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa a crear.

- Elaborar la minuta de constitución y presentarlas en la notaria con los siguientes datos básicos: Nombre o razón social; objeto social; clase de sociedad y socios; nacionalidad; duración; domicilio; aporte de capital; representante legal y facultades; distribución de utilidades; causales de disolución; obtener la Escritura Pública Autenticada en la Notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, Diario Mayor y Balances, Inventarios, Actas; obtener Certificado de Matricula Mercantil.

4.4.2 Requisitos de Funcionamiento:

Son tramitados en GAD Riobamba, Obtener el Registro de Municipio

- Tramitar el Concepto de Bomberos.
- Tramitar el Permiso de Planeación Municipal.
- Solicitar el concepto sobre las condiciones sanitarias del establecimiento.

Requisitos de Seguridad Laboral:

- Se deben tramitar, Cajas de compensación Familiar, Fondo de Pensiones.
- Obtener el número patronal.
- Inscribir a los trabajadores en la IESS de riesgos del trabajo y Fondo de Pensiones.
- Inscribir la empresa en el Ministerio de Trabajo y Caja de Compensación Familiar.
- Requisitos Tributarios: Son tramitados en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales;
- Solicitar el Formulario de Registro Único Tributario.
- Solicitar el Número de Identificación Tributaria.

Por disposición de la Ley, es obligatorio matricular toda empresa o negocio y registrar en la Cámara de Comercio aquellos documentos en los cuales constan actos que pueden afectar a terceros.

La constitución de una sociedad, una reforma de sus estatutos, el cambio de gerente o Junta Directiva, la disolución de una sociedad, su liquidación o quiebra, las inhabilidades para ejercer el comercio, la autorización a un menor, para ser comerciante, en fin toda la vida de los negocios, debe inscribirse ante la Cámara.

4.4.3 Base Filosófica

La Filosofía Corporativa se considera como una responsabilidad ética y social en el desarrollo de las labores del negocio. Además son todos los elementos que guían las decisiones de la empresa, y definen el liderazgo de la misma; son la base de la cultura organizacional.

Logotipo



Visión

“Constituirse en una empresa líder en la producción y comercialización del tomate de árbol en la parroquia San Luis, brindando un servicio de calidad para lograr reconocimiento no solamente por parte de sus clientes sino también de sus empleados, y competidores considerando siempre y en todo momento los valores institucionales”.

Misión

“Producir y comercializar tomate de árbol de calidad, como una nueva alternativa nutricional para el mercado de la ciudad de la Unión Europea, respetando en todo momento del proceso normas de higiene, ofreciendo un servicio cordial, responsable y oportuno”.

4.4.4 Organización

Se presenta en la figura el organigrama propuesto para una gestión exitosa de la Empresa Productora y Comercializadora de tomate de árbol en la parroquia San Luis.

Organización Administrativa

La Empresa, trabajará con una estructura horizontal que se acople adecuadamente a las necesidades primordiales de la empresa y además se cimentará en valores y principios como son: responsabilidad, honestidad, lealtad, respeto, liderazgo, credibilidad, buen servicio y perseverancia.

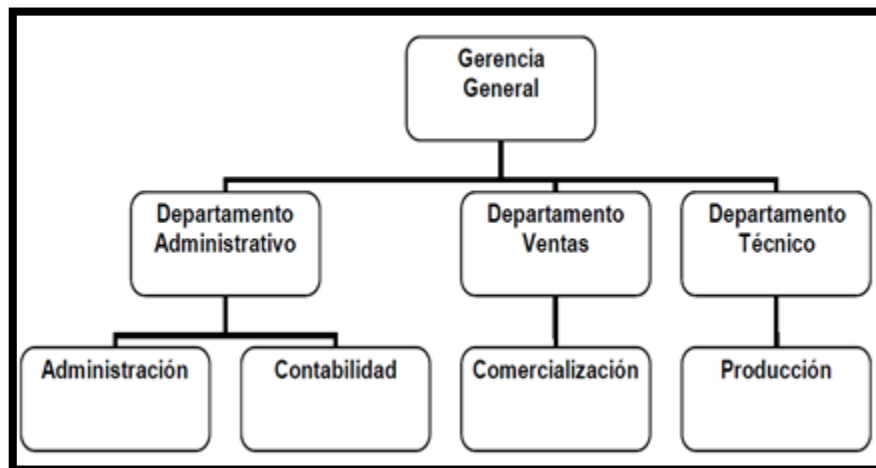
La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Ejecutivo: Está comprendido por el departamento administrativo financiero y ventas, los cuales trabajarán conjuntamente coordinando las actividades a realizar, para alcanzar los objetivos planteados.

Nivel Operativo: Está conformado por el departamento técnico el cual es el responsable de la producción y las actividades acordes a este, garantizando la calidad de los productos.

4.4.5 Organigrama Estructural

Ilustración 20: Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Propia

4.4.6 Organigrama Funcional

Descripción de los Puestos de Trabajo

La descripción de los puestos de trabajo de la empresa Luchofruit Cía. Ltda. Estará estructurada de tal manera que los empleados de cada área tengan de realizar sus

funciones de manera que ellos crean más conveniente, se señalara solamente cuales son las funciones básicas que deben cumplir mas no como las deben hacer.

- Gerente General
- Contador
- Jefe de Ventas
- Supervisor del Centro de Acopio
- Secretaria
- Asistente
- Administrativo
- Operarios Personal de Apoyo

A continuación se detalla las funciones para cada uno de los cargos propuestos de la empresa Luchofruit Cía. Ltda.

4.4.6.1 Nombre del Cargo.- Gerente General.

Naturaleza del Trabajo.- Está a cargo del control y supervisión total de la empresa.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades del Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Control de todas las áreas que forman parte de la compañía.
- Autorizar y analizar las compras, ventas y créditos representativos que se den en la empresa
- Control de todas las áreas que forman parte de la compañía.
- Supervisión y control de estadísticas de ventas por zonas
- Establecer el porcentaje de comisiones a pagar a vendedores, sea por la venta, por el cobro de facturas.
- Negociar con los proveedores, créditos, descuentos y bonificaciones.
- Establecer políticas de ventas.
- Controlar los procesos de exportación.

Perfil.- El Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Estudios de postgrado o maestría en Administración de empresas MBA.
- Experiencia Mínima de cinco años en empresas similares.
- Conocimientos en el mercado financiero, inversiones, crédito, microcrédito, operaciones y comercio exterior.
- Capacidad de relacionarse con otras áreas
- Líder, Motivador, Proactivo, Visionario
- Iniciativa y Creatividad.
- Excelente habilidad expresiva
- Habilidad de negociación
- Buen manejo de relaciones interpersonales.

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar a los propietarios de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.2 Nombre del Cargo.- Secretaria de Gerencia.

Naturaleza del Trabajo.- Tendrá una función operativa, al redactar cartas, informes, memos, etc. Se necesita para este cargo una persona dinámica.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades de la señorita secretaria de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Receptar llamadas.
- Receptar documentos.
- Desglosar y entregar documentos a los diferentes departamentos.
- Realizar oficios, memos, para los distintos departamentos.
- Responder correspondencias.
- Organizar el archivo
- Realizar otras labores que necesite la gerencia.

Perfil.- La señorita secretaria de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Estar estudiando alguna carrera universitaria en administración de empresas o afines
- Conocimientos básicos de contabilidad, archivos de documentos, trato con clientes, facturación, trato proveedores.
- Buen manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, Power Point)
- Excelente ortografía y redacción
- Experiencia Mínima de un año
- Buenas relaciones interpersonales
- Actitud de servicio
- Organizada y Responsable

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar al Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.3 Nombre del Cargo.- Contador (a)

Naturaleza del Trabajo.- Relaciona directamente con el manejo de procesos contables, tributarios.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades del señor o señorita contadora estar a cargo del área contable dentro de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Llevar la contabilidad diaria de los movimientos de la empresa.
- Estar pendiente de las leyes y reglamentos del código tributario del Servicio de Rentas Internas.
- Es responsabilidad del señor o señorita contadora relacionarse con la naturaleza propia de la empresa adquiriendo nociones básicas de la fruta (TOMATE DE ÁRBOL) que se exporta.

Perfil.- El señor o señorita contadora encargada de la actividad contable de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Título – CPA para que pueda firmar los salarios y todos los documentos concernientes la contabilidad.
- Haber obtenido el título superior en ciencias contables.
- Haber tenido experiencia mínimo 3 años.
- Ser hombre o mujer mayor de 25 años.
- Tener experiencia en contabilidad de costos.
- Tener conocimiento de inglés básico.

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar al Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.4 Nombre del Cargo.- Asistente Administrativo.

Naturaleza del Trabajo.- Encargado de brindar apoyo necesario tanto al Gerente General como al Contador. Se requiere de un estudiante o egresado de carreras Administrativas o Económicas.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades del Asistente Administrativo dentro de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Controla los pagos efectuados al personal administrativo u obrero por diversos beneficios.
- Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.
- Elabora y tramita solicitudes de autorización de modificación presupuestaria.
- Entrega cheques correspondientes a la nómina y revisa los recibos y envía al archivo general.
- Brinda apoyo logístico en actividades especiales.
- Recibe licitaciones y/o licitación de los proveedores.
- Recibe expedientes de las unidades solicitantes y lleva registro de las órdenes de compras.

Perfil.- El Asistente Administrativo de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Conocimientos en Atención al Cliente.
- Experiencia mínima de un año en Gestión de Asistencia.
- Secretariado y Atención al Público.
- Organización y solución de problemas.
- Con sólidos conocimientos en el manejo de herramientas informáticas.

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar al Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.5 Nombre del Cargo.- Jefe de Ventas.

Naturaleza del Trabajo.- Será el encargado de realizar todos los trámites y negociaciones con el PROECUADOR, para realizar tanto los pedidos de mercadería a los pequeños productores locales, como el despacho de las exportaciones hacia Unión Europea

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades del de Ventas de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Informar a los vendedores sobre el producto.
- Entregar semanalmente listas de precios y de stock.
- Imprimir reportes de ventas diarias del punto de venta y de los vendedores.
- Planificar la ruta de los vendedores para ventas y recuperación de cartera.
- Asignar vendedor el cupo de ventas a cumplir de acuerdo a la zona.
- Realizar la supervisión a los vendedores por zonas.
- Realizar conjuntamente con el Gerente el presupuesto de ventas mensuales.

Perfil.- El Jefe de Ventas de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Estudios superiores en Administración de Empresas, Ventas, Marketing o Afines.
- Conocimientos del mercado Español y Ecuatoriano
- Buen manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, Power Point)
- Conocimiento sobre el producto (Tomate de Árbol).
- Experiencia mínima de tres años en atención y servicio al cliente.
- Capacidad de Negociación
- Poder de Convencimiento y tener buenas Relaciones Humanas
- Proactivo, Dinámico.
- Actitud de Servicio.
- Capacidad de trabajar bajo presión

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar al Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.6 Nombre del Cargo.- Supervisor de Bodega.

Naturaleza del Trabajo.- Se encargara del control de inventarios, como del manejo de los operarios de carga como del personal de aseo y limpieza como la guardianía. Debe tener conocimientos de Administración y bodegaje, honradez comprobada y estar acostumbrado al trabajo bajo presión.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades del Supervisor de Bodega de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Planificar las actividades operativas de bodega
- Recibir y revisar las cargas del tomate de árbol.
- Realizar la toma física de las mercaderías para verificar si la existencia coinciden con las del sistema.
- Coordinar el despacho de las mercaderías para las distintas zonas.
- Actualizar los precios de las mercaderías
- Planificar la entrega diaria de los pedidos.
- Realizar las guías de remisión para el transporte de las mercaderías.

Perfil.- El Supervisor de Bodega de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Estudios universitarios en Administración de Empresas, Finanzas, Marketing o afines
- Conocimientos en organización de bodegas, toma de inventarios y kardex.
- Buen manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, Power Point)
- Conocimiento sobre el producto (Tomate de Árbol).
- Experiencia mínima de tres años.
- Capacidad de liderazgo.
- Honestidad intachable.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Emprendedor, Proactivo, Dinámico.
- Actitud de servicio.
- Capacidad para trabajar bajo presión.

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar al Gerente General de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.7 Nombre del Cargo.- Operarios.

Naturaleza del Trabajo.- Encargados del almacenamiento, recepción y despacho físico de la mercadería, que tengan licencia de conducir, y uno especializado en el manejo de montacargas.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades de los Operarios de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Despachar los pedidos
- Embalar la mercadería.
- Llenar las etiquetas con los datos de los clientes.
- Remarcar la mercadería cuando los productos no tienen precios de venta.
- Revisar fechas de expiración de los productos.
- Ayudar en las entregas de pedidos a los clientes junto con el chofer.

Perfil.- Los Operarios de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá contar con los siguientes requisitos mínimos.

- Título de bachiller.
- Poseer licencia tipo B
- Conocimientos en atención y servicio al cliente
- Buen manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, Power Point)
- Experiencia mínima de un año de trabajo en despachos
- Capacidad de trabajo en equipo

Reporte A.- Cualquier novedad, queja o inquietud se deberá reportar al Supervisor de Bodega de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda.

4.4.6.8 Nombre del Cargo.- Personal de apoyo.

Naturaleza del Trabajo.- Conformado por un conserje para cuidado y mantenimiento de la bodega y un guardia de seguridad.

Funciones y Responsabilidades.- Serán funciones y responsabilidades del Personal de Apoyo de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Las siguientes:

- Garantizar la apertura y cierre del edificio y dependencias donde presta servicio
- Controlar y custodiar las llaves del edificio y dependencias donde presta servicio.
- Controlar el estado de funcionamiento, aseo, mantenimiento y limpieza del edificio donde presta servicios.
- Suministrar el material y equipamiento necesarios para el funcionamiento de las instalaciones y locales donde presta servicio.
- Revisar y reponer materiales y equipamiento del local donde presta servicio, procurando se encuentren en condiciones normales de uso.
- Vigilar el estado del local y el funcionamiento de sus instalaciones, comunicando cualquier anomalía al responsable administrativo.
- Garantizar el control del acceso de personas al local, recibéndolas y acompañándolas cuando resulte conveniente.
- Recepcionar, custodiar y garantizar la distribución de la correspondencia, servicio de mensajería, paquetería y fax.

- Garantizar el encendido y apagado de luces y otras instalaciones que no dispongan de mecanismos automáticos que las regulen, en instalaciones a su cargo.

Perfil.- El Personal de Apoyo de la empresa LUCHOFRUIT Cía. Ltda. Deberá con los siguientes requisitos mínimos.

- Adultos entre 23 y 42 años.
- Record policial.
- Bachiller.
- Certificado de salud.
- Capaz de manejar emergencias eficientemente.

4.4.7 Operacionalidad

Básicamente la operacionalidad de la empresa consistirá en comprar el tomate de árbol a productores pequeños dentro de la parroquia San Luis, para luego exportar dicha mercadería hacia la Unión Europea, a través de PROECUADOR.

PROECUADOR, al ser una oficina de promoción de Exportaciones ecuatorianas, busca siempre nuevos mercados internacionales donde comprar productos, y a su vez brinda la posibilidad a países en desarrollo de mejorar sus exportaciones locales a través de convenios especiales, como es el caso que compete a la empresa en formación, ya que el producto tomate de árbol sí se lo produce en Europa, pero utilizando el sistema de ayuda al Tercer mundo proporcionado por PROECUADOR, se logra la exportación, independientemente de la demanda del país de destino, que favorezcan el crecimiento de la empresas productoras del país de origen.

Los montos exportados, así como también la revisión de la calidad y modelos, estarán sujetos a las disposiciones dadas por PROECUADOR a la institución. Los pagos que PROECUADOR realizará hacia la empresa estarán sujetos a la negociación de una carta de crédito, tramitada a través de una institución financiera del País de Origen (en este caso Ecuador) con filial en Europa, especialmente en Unión Europea; por lo cual se ha elegido al Banco de Guayaquil, que tiene filiales corresponsales en Europa para este trámite.

4.4.8 Procesos De Exportación

Declaración de Exportación.

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

Documentos a presentar.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

Trámite. El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto

aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque. Previa al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

Agente Afianzado de Aduana

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales.

Requisitos para ser Exportador en la ADUANA

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
 - Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
 - Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

Embalaje

Especificaciones de Empaque y Embalaje:

Empaque Tipo: Caja de 25 Kg

Estructura: Caja

Embalaje Tipo: Exterior de caja cartón e interior de polietileno

Presentación: Caja de 25 Kg

Rotulado: Nombre del Producto

Fecha de Producción:

Peso Neto:

Recomendaciones para el manejo y almacenamiento.

- Debe temperarse si se va a usar independientemente.
- No debe entrar en contacto con el agua.

- Almacenar en lugares frescos y secos, retirados de la pared y del piso para evitar la transmisión de humedad.
- No debe almacenar por encima de 30°C, si las condiciones sobrepasan estas temperaturas debe refrigerarse.
- Evitar el contacto directo con los rayos solares o cualquier fuente de calor.
- Evitar el contacto con cualquier tipo de contaminación ya sea físico-químico o microbiológica (jabones, fungicidas, condimentos, ceras, cebollas, productos fármacos, productos perfumados, entre otros).

Al planificar y diseñar envases y embalajes, deben tenerse en cuenta los aspectos medioambientales. Todo lo que hacemos tiene alguna repercusión sobre el medio ambiente, ya sea aceptable o perjudicial, en mayor o menor grado; las declaraciones y aseveraciones de índole ecológica se utilizan cada día más para atraer la atención de los consumidores respecto a los productos. Cada país puede tener sus propios regímenes y sistemas, aunque existen normas internacionales encaminadas a controlar mejor este aspecto.

Empaque

Se entiende por empaque todo elemento fabricado con materiales de cualquier naturaleza que se utilice para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar un producto (desde insumos y materias primas hasta artículos terminados), en cualquier fase de la cadena de distribución física. El empaque también es conocido bajo el término envase, por lo que la utilización de cualquiera de estos dos conceptos es válida. Respecto al embalaje, se entiende como tal cualquier medio material destinado a proteger y consolidar una mercadería para su expedición (manipuleo, carga y descarga, transporte interno e internacional, entre otros), y/o su conservación en depósitos o almacenes.

El término embalaje tiene dos significados:

- Acción de embalar los productos, es decir colocarlos dentro de un determinado empaque o envase.
- Es la caja, pallet, contenedor destinado a brindar protección severa con el objeto de afrontar un conjunto de riesgos.

Los empaques, teniendo en cuenta sus características, se pueden clasificar en:

Empaque primario

Es aquel recipiente o envase que contiene el producto. Ejemplo: Una botella que contiene en su interior una bebida.

Empaque secundario

Es aquel que contiene al empaque primario y tiene como finalidad brindarle protección, servir como medio de presentación y facilitar la manipulación del producto para su aprovisionamiento en los estantes o anaqueles en el punto de venta. Este empaque puede separarse del producto sin afectar las características del mismo. Ejemplo: Una caja que contiene una botella de vino.

Empaque terciario

Es aquel que puede agrupar varios empaques primarios o secundarios y tiene como finalidad facilitar la manipulación y el transporte de los productos. Ejemplo: Una caja de cartón que agrupa varias unidades de empaques secundarios, los cuales a su vez contienen en su interior un envase primario.

Unidad de carga

La unidad de carga es una combinación o agrupación de empaques terciarios o embalajes en una carga compacta de mayor tamaño, para ser manejada como una sola unidad, reduciendo superficies de almacenamiento, facilitando las operaciones de manipulación y transporte del producto. Ejemplo: Una estiba o pallet que puede agrupar varias unidades de empaques terciarios.

Pallets

Éstas son una plataforma para transporte sobre la cual puede depositarse una cantidad determinada de mercancías o unidades de carga, y que para efectos de manejo se desplaza con dispositivos mecánicos como grúas, carretillas o montacargas motorizados.

Se componen de dos entablados unidos entre sí, por travesaños separados. Existen las combinaciones “paleta caja”, en la que la paleta puede sustituir el piso de una caja y

convertirse en parte intrínseca del embalaje; se puede combinar con cajas de madera, metal o cartón.

Ilustración 21: Pallets



Fuente: <http://www.google.com/imimageso.uk/pallets.html&usg>

Las medidas estándar de una paleta cambian entre un país y otro, sin embargo, las medidas más utilizadas son:

Estados Unidos: 1.219 mm de ancho por 1.016 mm de fondo (48" x 40")

Europa: 1.200 mm de ancho por 1.000 mm de fondo (1.2 mt x 1 mt)

Contenedores

Los contenedores son recipientes hechos en metal y aluminio para transportar mercancías vía aérea, terrestre o marítima, pero con características y longitudes adecuadas a cada medio de transporte.

Los contenedores "General de 20 pies Dry", tienen las siguientes características:

- Se utilizan para transportar y almacenar carga general.
- Pueden ser utilizados para carga a granel si están correctamente depositadas en sacos o bolsas. Tienen dispositivos de trinca (asegurado) en el interior.
- Su peso bruto máximo: 24.000 Kilogramos o 52.910 libras.
- Capacidad de Carga máxima: 21.850 kilogramos o 48.170 libras.
- Tara (peso del contenedor): 2.150 Kilogramos o 4.740 libras.
- Capacidad cúbica: 33,2 m³.
- Dimensiones internas: Largo x ancho x alto: 2.352 x 5.900 x 2.390 metros.

Ilustración 22: Contenedor



Fuente: www.google.com/imagenes

Etiquetado, Marcado y Codificación

Etiqueta

La función de la etiqueta va mucho más allá de comunicar la identidad de una marca o información esencial acerca del producto. En las etiquetas puede estar registrado los códigos de lote, fechas de caducidad, códigos de barras, información nutricional, condiciones de uso o manejo, almacenamiento, entre otros.

- Éstas pueden estar en uno o varios idiomas a la vez.
- Fomentar las compras (promociones).
- Ofrece al producto garantía de inviolabilidad.
- Protegen el producto de la luz.
- Multifuncionales (cupones, recetas).
- Imagen de la empresa.

Marcado

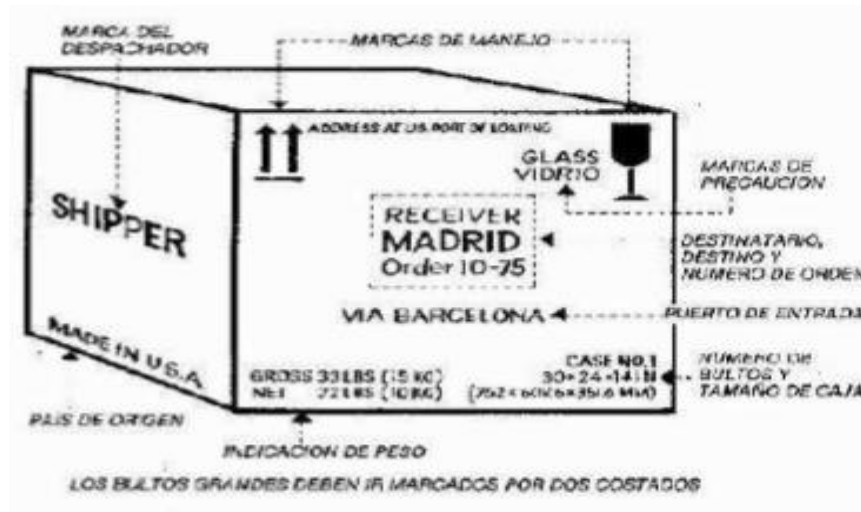
El marcado, al igual que el etiquetado y la codificación, reviste cada vez mayor importancia en la lucha contra el fraude y las violaciones. Existen tres tipos de marcas para el transporte de mercancías:

Marcas estándar expedición: Contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etcétera.

Marcas informativas: Es la información adicional que aparece en el empaque o embalaje como: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas, entre otros.

Marcas de manipulación: Es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o transportar la carga, en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.

Ilustración 23: Marcado



Fuente: www.google.com/imagenes

4.4.9 Requerimientos para la Exportación

Barreras arancelarias y Acuerdos comerciales

Dentro de UE el tomate de árbol ecuatoriano paga el 0% de arancel al igual que en Estados Unidos, así como en la mayoría de países a los que se exporta esta fruta ya que nos beneficiamos por la cláusula de la nación más favorecida, para poder acceder a este benéfico se debe presentar el certificado de origen del producto.

Son pocos los países en los que Ecuador debe pagar aranceles para ingresar con frutas frescas como es el caso de China donde se impone un 20% y en el caso de Rusia un 7.50%.

Barreras no arancelarias

Existen ciertos requisitos que el exportador ecuatoriano debe cumplir al momento de exportar sus productos; acorde a cada país/mercado estos presentan exigencias relacionadas con diversos temas como: sociales, medio ambiente, entre otras.

Estos requisitos se detallan a continuación tomados literalmente de las fuentes citadas después de cada especificación:

Barreras no arancelarias:

Italia, Reino Unido, Alemania, Polonia, España, Bélgica:

Aspectos generales:

La Unión Europea exige que los embalajes de madera (WPM) y madera procedentes de terceros países, a excepción de Suiza, estarán sujetos a una medida aprobada y mostrar la marca oficial, tal como se especifica en el anexo I y II de la Norma Internacional de la FAO para Medidas Fitosanitarias N ° 15 (NIMF 15 - Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional). Estas medidas no se aplican a (1) de madera en bruto, de 6 mm de espesor o menos, y (2) artículos de madera producida por la cola, calor y presión, o una combinación de éstos. Referencia: Directiva del Consejo (CE) n° 2000/29 y sus modificaciones.

Detalle:

Certificado de importación es requerido. Control realizado por la Aduana del país importador. Este producto está sujeto a una vigilancia comunitaria previa. Para efectos del control del peso neto de los plátanos frescos importados en la Comunidad, las declaraciones de despacho a libre práctica deberán acompañarse con un certificado de peso que certifique el peso neto del envío de plátanos frescos en cuestión, por tipo de envase y por origen.

Otros documentos son:

- Factura Comercial, cuyo responsable es el exportador (certificado universal, toda la Unión Europea).

1. La factura comercial debe incluir una clara descripción de las mercancías;
2. Si el consignatario desea tener esta factura devuelta, se le debe suministrar una copia adicional para la retención en la aduana;
3. Bajo ciertas circunstancias, las Aduanas pueden requerir una copia adicional de la factura comercial;
4. Copias de fax de la factura comercial son normalmente aceptadas;

5. La factura comercial que se pueden presentar en cualquier lengua de la UE, sin embargo, algunos Estados miembros de la UE podrá exigir una traducción a la lengua oficial del país.

- Lista de embalaje, cuyo responsable es el exportador (certificado universal, toda la Unión Europea).

1. Una lista de empaque puede ser necesario si los detalles de los contenidos de los paquetes individuales no están claramente demostrados en la factura comercial;
2. Copias de fax de la lista son normalmente aceptadas;
3. La lista de embalaje podrán presentarse en cualquier lengua de la UE sin embargo, algunos Estados miembros de la UE podrá exigir una traducción a la lengua oficial del país.

- Certificado Fitosanitario, cuyo responsable es el exportador (documento nacional).

1. El certificado fitosanitario es sólo necesario para el embalaje de madera de coníferas (por ejemplo, paletas, cajones, cajas, etc), originarios de China, utilizado en el transporte de objetos de todo tipo,
2. El certificado debe presentarse en al menos uno de las lenguas oficiales de la UE, preferiblemente en una de las lenguas oficiales del Estado miembro de destino;
3. Debe ser llenado en su totalidad ya sea en letras mayúsculas o totalmente a máquina,
4. El nombre botánico de las plantas se deberá indicar en latín,
5. Las alteraciones o tachaduras no certificadas invalidarán el certificado;
6. Todas las copias de este certificado sólo se expedirá con la indicación «copia» o «duplicado» impresa o estampada al respecto;
7. Además de exigir un certificado fitosanitario, de coníferas embalaje de madera debe ser tratada y marcada;
8. La madera de embalaje pueden ser:
 - a. tratados o secado en horno a una temperatura mínima de 56 grados centígrados durante al menos 30 minutos,
 - b. la presión (impregnado) tratados con un químicas, o
 - c. fumigado con un producto químico.

- Documento Único Administrativo (DUA), responsabilidad del importador (documento nacional).
- Declaración del valor de la carga, responsabilidad del exportador (documento nacional).
 1. La valoración de declaración facilite información sobre la valoración de las mercancías importadas en un único envío de derechos de aduana de importación e IVA. Este formulario debe acompañar cada declaración de importación (DUA), para productos sujetos a derechos de aduana ad valorem, si el valor total del envío sea superior a 10.000 euros y es de carácter comercial;
 2. Una declaración de valoración no es necesario si el valor en aduana se basa en SPVs o SIVs, los productos son frescos de frutas o verduras, o el importador ha registrado una declaración general de valoración (GVS);
 3. La valoración de la declaración puede presentarse en cualquier lengua de la UE, sin embargo, algunos Estados miembros de la UE podrá exigir una traducción en el idioma oficial del país.

Incoterms

“La Cámara Internacional de Comercio con el fin de aclarar la situación que presenta el comercio internacional, estableció un conjunto uniforme de condiciones y definiciones con la finalidad de evitar las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de los términos de mayor uso, en los diferentes países.

Aranceles

Todos los países de UE aplican tarifas aduaneras comunes a las importaciones de fuera de la Unión. Si no hay ningún acuerdo de intercambio especial en el contexto internacional, se aplica el arancel general de importación.

Partida Arancelaria

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
08.10.90	otros frutos frescos.
0810.90.30.00	Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (<i>Cyphomandra betacea</i>)

Requerimientos Fitosanitarios

Requisitos para la Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE)

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección fitosanitaria del envío
- Copia de la factura comercial
- Pago de tasa por la extensión del CFE (cuatro dólares por certificado).
- Resultados de análisis de laboratorio sí el país importador lo establece.

Las descripciones del envío son verificadas en el BL (emitido por la agencia naviera).

Ubicación de las oficinas de Sanibanano

Sanibanano cuenta con inspectores fitosanitarios en los puertos de Guayaquil y Bolívar, y en las diferentes coordinaciones provinciales como: Los Ríos, El Oro, Cañar, Cotopaxi, Manabí, Guayas, Santo Domingo, Bolívar y Esmeraldas.

Certificado de Origen

Requisitos para obtener Certificado de Origen:

1.- Registro en el Ecuapass:

El primer paso que debe realizar el exportador para poder obtener un certificado de origen es registrarse en ECUAPASS como exportador a través del sitio web:

[Https: //portal.aduana.gob.ec/](https://portal.aduana.gob.ec/), en la opción “Solicitud de Uso”.

(Para registrarse en Ecuapass deberá contar previamente con la firma digital o TOKEN)

2.- Generación de la Declaración Juramentada De Origen Djo:

Dentro de ECUAPASS, debe ingresar al menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”.

El usuario deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen.

La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada, si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los Acuerdos, para beneficiarse de las preferencias arancelarias correspondientes. La DJO tiene una duración de 2 años.

3.- Generación del Certificado de Origen:

- Si va a exportar a Estados Unidos de América, Unión Europea, Terceros Países, SGP o SGP+, la única entidad. El exportador debe ingresar en ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, completar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO.
- Si va a exportar a países de la CAN, ALADI O MERCUSUR, el Certificado de Origen puede ser emitido por las Cámara de Industrias y Producción, Cámara de Industrias de Guayaquil, Cámara de Industrias de Tungurahua, Cámara de Industrias de Manta, Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Machala, Cámara de Industrias de Cuenca, Cámara de Comercio de Huaquillas, Cámara de la Pequeña Industria del Carchi y FEDEXPOR.

El exportador deberá seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario y presentar documentación solicitada, para posteriormente retirar el certificado físico.

Nota:

Este procedimiento se exceptúa para los productos de pesca, acuicultura e hidrocarburos, para cuales los entes emisores son la Subsecretaría de Pesca (MAGAP), Subsecretaría de Acuicultura (MAGAP) y Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero del Ecuador - ARCH, respectivamente.

COSTO:

Otorgado por Agrocalidad tiene un costo de \$10,00 USD

4.4.10 Ventajas de la Carta de Crédito

Para el Exportador: Las ventajas fundamentales tienen que ver con la seguridad del cobro además de contar con dos deudores que son, el importador y el banco

Partes de La Carta de Crédito

Una carta de crédito tiene las siguientes partes:

- El importador u ordenante de la carta de crédito
- El banco emisor, banco del comprador o institución financiera que emite la carta de crédito
- El banco corresponsal notificador o pagador de la carta de crédito, que está ubicado en el país del exportador

El exportador o beneficiario del crédito Beneficios:

Confiere a ambas partes (Importador-Exportador) alto grado de seguridad de que las condiciones previstas sean cumplidas. Facilita el intercambio comercial entre el importador/exportador en aquellos casos de no contar con una historia crediticia en el exterior. Seguridad al comprador, en la revisión de documentos por personal bancario especializado en el área. Asegura el pago, siempre que se cumpla con los términos y condiciones del crédito.

4.4.11 Requerimientos Ambientales Internacionales

Los requisitos ambientales requeridos internacionalmente tienen que ver con los productos y con los procesos y métodos de producción, estos requisitos son los generados por la Organización Internacional de Estándares (ISO) y los Sellos Ambientales.

Considerando esto, especialmente en la industria se ha puesto en marcha un proceso de normalización y estandarización de los productos para mejorar la productividad, competitividad e integración. Para ello la ISO, reúne hoy a los Institutos de Normalización de más de noventa países, entre los que se encuentra el Ecuador.


Los sellos ambientales son instrumentos para incentivar al consumidor a adquirir productos que tienen calificación de compatibles con el medio ambiente, así como para animar a la industria a implementar procesos y métodos de producción más limpia. En el ámbito internacional son reconocidos y tienen vigencia tres tipos de etiquetado ambiental:


Certificaciones en el Ecuador

Es de esperar que la certificación y la gestión ambiental implícita promuevan el acatamiento de estándares ambientales, lo que permitirá desarrollar nuevos mercados y modernizar los mercados internos actuales. Sin embargo, esto plantea la necesidad de buscar sistemas simplificados de certificación para empresas agrícolas medianas y pequeñas, de tal manera que se eviten barreras comerciales.

En la actualidad, los productores agrícolas ecuatorianos tienen algunas posibilidades para acceder a la certificación ambiental en el país. Para ello, dependiendo del cultivo que se encuentran produciendo, de la ubicación geográfica de su unidad de producción, y del enfoque de certificación que requieran, pueden solicitar información a alguna de las siguientes organizaciones que se encuentran trabajando en el país.

Cuadro 33: Certificadoras Orgánicas

CERTIFICADORA	PROCEDIMIENTOS	COSTOS Y DURACION
 <p>Es una certificadora alemana orgánica que cuenta 8 certificados orgánicos permitidos en la unión europea. El estándar de Buenas Prácticas Agrícolas GLOBAL.A.P. Asegurar a los consumidores la forma de producción, minimizando los impactos perjudiciales al medio ambiente y asegurando un enfoque responsable de seguridad, sanidad y protección de los trabajadores y animales.</p>	<p>Proceso de Certificación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Póngase en contacto con nuestras oficinas 2.- Reciba la información oportuna, clara y necesaria. 3.- Facilitar la información de su requerimiento en nuestro formato. 4.- BCS presenta su oferta fija sin ningún compromiso 5.- De ser aceptada, usted deposita y envía el comprobante del mismo a: info@bcsecuador.com. 6.- BCS realiza la inspección y entrega un informe. 7.- Los informes aprobados ingresan a evaluación. 8.- entrega de certificado al cliente. 	<p>Duración</p> <p>Cualquier certificación otorgada por la BCS tiene un tiempo de vigencia de 1 año una vez entregada la certificación.</p> <p>Costos</p> <p>Los costos de una certificación se establecen una vez que se ha evaluado el requerimiento, como una referencia de una certificación es de \$1800USD.</p>

 <p>AGROCALIDAD es una institución estatal que se encarga de regular y controlar, la calidad de agro en el país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acta de Compromiso • Lista y condición de los operadores actualizada. • Personería Jurídica y Poder del representante legal de la entidad solicitante vigente. • Número del Registro Único de Contribuyente o documento equivalente, vigente en el país. • Lista de procesos de certificación de producción orgánica diferentes a lo contemplado en el presente Instructivo. • Manual de calidad que contenga la Política de Calidad del solicitante. • Manual de procedimientos (que incluya los registros) • Procedimiento para el tratamiento de quejas, reclamos y sanciones. • Relación del personal detallando su función, formación y condición laboral. • Lista de inspectores registrados. • Lista de laboratorios (subcontratistas) con su respectiva documentación. • Boleta de depósito de la tasa que fije la Autoridad Nacional Competente. 	<p>DURACION VIGENCIA DE 3 AÑOS COSTOS 1500 USD Tarifario Agrocalidad 2015 Datos de la cuenta bancaria para el pago del servicio Banco de Guayaquil Cuenta Corriente de AGROCALIDAD N° de Cuenta: 6243398 N° de Subcuenta 130111</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Investigación Propia

4.4.12 Marco Legal

Debido a que el tamaño de la empresa es pequeño y recién va a incursionar en el mercado se ha escogido el tipo de empresa de Compañía de Responsabilidad Limitada. Disposiciones Generales de La Compañía de Responsabilidad

a. Disposiciones Generales

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación

objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. Tomado de la Ley de Compañías.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio, y operaciones mercantiles, permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banca, seguros, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

4.5 ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1 Inversiones

Son aplicaciones que las personas naturales o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. Las decisiones de inversión son muy importantes pues implican la asignación de

grandes sumas de dinero por un período de largo plazo, de esto dependerá el éxito o el fracaso de una organización. Las inversiones tienen relación directa para poner en marcha el proyecto, así como la forma en que se financiarían dichas inversiones.

Por lo tanto las inversiones, determinan la cuantificación de todo aquello que la empresa requiere para operar y generar un bien o servicio; estas inversiones pueden clasificarse en tres grandes rubros que son:

Activos Fijos: Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos intangibles.

Activos Diferidos: Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones, las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o industriales, asistencia técnica.

Capital de Trabajo: Son aquellos que la empresa necesita para operar en un período de explotación. Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

4.5.2 Inversión Total

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir los datos del siguiente cuadro:

Cuadro 34: Inversión Total

Rubros	Inversión Total
Activos Fijos	32334.42
Activos Diferidos	2595
Capital de Trabajo	29967.99
TOTAL	64897.41
Fuente: Investigación Propia	
Realizado por: Jenny Urquizo	

Por lo tanto la inversión total del proyecto es de 64.897,40 USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.

4.5.3 Inversión en Activos Fijos o Tangibles

Cuadro 35: Inversión en Activos Fijos

COSTO	TOTAL
Construcción	0
Maquinaria y Equipo	22576.82
Utensilios y Accesorios	1655.00
Equipo de Computo	3940.00
Equipo de Oficina	428.00
Muebles y Enceres	1348.00
Terreno	0
TOTAL	32334.4
Fuente: Investigación Propia	
Realizado por: Jenny Urquizo	

En el cuadro anterior se presentan todos los datos en resumen de los activos fijos que necesita la empresa para empezar sus operaciones.

Maquinaria y Equipo.

La maquinaria y equipo se refieren tanto a los procesos de acopio como para el empaque de tomate de árbol, así como también los vehículos y contenedor refrigerado.

Cuadro 36: Maquinaria y Equipo

Concepto	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Balanzas Industriales	Unidad	5	210	1050
Banda Clasificadora	Unidad	2	485	970
Empacadora	Unidad	2	1328.41	2656.82
Vehículo	Unidad	1	17900	17900
Total				22576.82
Fuente: Investigación Propia				
Realizado por: Jenny Urquizo				

Utensilios Y Accesorios

Estos están conformados los demás utensilios necesarios para el proceso de operaciones del centro de acopio.

Cuadro 37: Utensilios y Accesorios

Concepto	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cuchillos	unidad	10	45	450
Contenedores Plásticos	unidad	50	10	500
Basureros	unidad	15	35	525
Extintor De 5kg.	unidad	5	30	150
Materiales De Aseo	unidad	15	2	30
Total				1655
Fuente: Investigación Propia				
Realizado por: Jenny Urquizo				

Equipo de Computo

Se requiere de 4 computadoras bien equipadas y 4 impresoras multifunción para el Gerente General, su Secretaria, El Contador, El Asistente Administrativo, El Jefe de Ventas y El Supervisor de la Planta para que pueda realizar su trabajo de forma ágil y eficiente.

Cuadro 38: Equipo de Computo

Concepto	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	unidad	4	870	3480
Impresora Multifunción	unidad	4	115	460
Total				3940
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

Equipo de Oficina

Para el área administrativa y de ventas se necesita equipar cada puesto con sus respectivos artículos de oficina.

Cuadro 39: Equipo de Oficina

Concepto	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	unidad	4	30	120
Fax	unidad	2	110	220
Calculadora	unidad	4	15	60
Útiles de Oficina	unidad	4	7	28
Total				428
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

Muebles y Enseres

Los muebles y enseres son para adecuar las oficinas del área administrativa y de ventas de la empresa.

Cuadro 40: Muebles y Enseres

Concepto	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	unidad	4	190	760
Sillas Giratoria	unidad	4	45	180
Sillas	unidad	4	12	48
Archivador	unidad	4	90	360
Total				1348
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

4.5.4 Inversión en activos diferidos o intangibles

Las inversiones en activos diferidos o intangibles están representadas por aquellas cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tiene las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperación está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Dentro de este grupo se encuentran comprendidos los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se armonizan o difieren en varias anualidades. Los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias, las cuentas incobrables que se deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido, entre otras.

Cuadro 41: Activos Diferidos

CONCEPTO		VALOR
Gastos de Puesta en Marcha		450
Gasto de Organización		1710
Gasto de Constitución		2265.76
Certificado Sello Verde	1800	
Certificado de Origen	10	
Certificado Fitosanitario	20.76	
Gasto de Patente	435	
TOTAL		4425.76
Fuente: Investigación Propia		
Realizado por: Jenny Urquizo		

Gastos de Puesta en Marcha

Denominada también etapa de prueba, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner la empresa, para el inicio de su producción normal. Para empezar el funcionamiento de la empresa productora de Tomate de árbol es necesario realizar inversiones que en un principio constituyen desembolsos que se deben asumir antes de percibir ingresos de esta manera se transforman en gastos que se incurre hasta que la planta alcance su

funcionamiento adecuado. Todos estos rubros están constituidos como capacitación al personal de la empresa para el manejo y comercialización de tomate de árbol y la utilización de medios informáticos y electrónicos, que facilitará la modernización de la misma.

Gastos de Constitución

Constituyen los gastos en que se incurre para la constitución de la compañía, rubros que se deben cancelar por conceptos de trámites legales, estos comprenden honorarios de abogado, notarías, inscripciones en las instituciones públicas y privadas respectivamente.

- Gastos de Certificado de Origen
- Gasto de Certificado Fitosanitario
- Gasto de Certificado Sello Verde

Gastos de Patentes

Para el funcionamiento de la planta es necesario obtener la patente municipal que permita el funcionamiento.

4.5.5. Capital de Trabajo.

Está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos. Por lo tanto, el Capital de Trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado. Para tomar en consideración el cálculo del Capital de Trabajo en relación a este proyecto es necesario considerar el período inicial de comercialización, además se debe tomar en cuenta la fecha en que se recibirá el ingreso de divisas, de acuerdo a las condiciones de pago.

El capital de trabajo se encuentra formado por los siguientes rubros:

Costos de Producción:

- Materia Prima.- Son aquellos materiales que se transforman por parte del producto final.

- **Materiales Directos.**- Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del producto final.
- **Mano de Obra Directa,**- Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de los materiales en productos utilizando sus manos, herramientas y equipos.

Costos Indirectos de Fabricación:

- **Mano de Obra indirecta.**- Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.
- **Materiales Indirectos.**- Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del producto terminado.
- **Suministros y Servicios.**- Corresponde a gastos por concepto de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguro y repuesto de maquinaria y equipos.

Gastos Operacionales:

- **Gastos Administrativos.**- Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.
- **Gastos Ventas.**- Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas del departamento de comercio exterior como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación. Para la determinación del Capital de Trabajo es necesario el costo de comercialización durante el período de gracia, equivalente a un semestre.

Cuadro 42: Gastos Operacionales

CONCEPTO	VALOR MENSUAL
<u>COSTOS DIRECTOS</u>	
Materia Prima	11309.76
Materiales Directos	971.93
Mano de Obra Directa	1453.44
TOTAL	13735.13
<u>COSTOS INDIRECTOS</u>	
Mano de Obra Indirecta	357.58
Insumos	1363.86
Mantenimiento	76.5
Gastos Administrativos	2256.8
Gasto en Ventas	12124.98
Seguro	23.13
TOTAL	16202.85
TOTAL CAPITAL SOCIAL	29937.98
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo	

4.5.6 FINANCIAMIENTO.

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos. La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

4.5.6.1 Fuentes de Financiamiento.

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta que el monto de endeudamiento no es muy alto, se recomienda que se aplique un préstamo para pequeñas empresas en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobadas, como puede ser el Banco de Guayaquil, Banco del Pichincha o Procupano. El proyecto será financiado el 26,04 % correspondiente al total de la inversión con el Banco de Guayaquil con un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 5,83% semestral para créditos, con pagos semestrales.

4.5.6.2 Estructura del Financiamiento.

El proyecto se encuentra financiado con el 73,96 % con recursos propios y el 26,04 % restante por un préstamo a través de los fondos del Banco de Guayaquil.

Tabla de Amortización del Préstamo.

Las condiciones del crédito son:

1. Monto 16.897,40
2. Interés 12 % anual = 5,83% semestral
3. Plazo 10 años
4. Período de pago Semestral = 20 periodos
5. Forma de amortización Dividendo Constante

Amortización Dividendo Constante

Una vez conocido el tipo semestral, pasamos a calcular el valor de A_0 (valor actual de una renta unitaria, post pagable, de 20 semestres de duración, con un tipo de interés semestral del 5,83%)

$$A_0 = (1 - (1 + i)^{-n}) / i \text{ luego,}$$

$$A_0 = (1 - (1 + 0,0583)^{-20}) / 0,0583 \text{ luego,}$$

$$A_0 = 11,63$$

A continuación se calcula el valor de la cuota constante luego,

$$M = 53.860,03 / 11,63 \text{ luego,}$$

$$M = 1.452,93$$

Por lo tanto, la cuota constante anual se eleva a 1.452,93 dólares

Cuadro 43: Tabla de Amortización

Tabla de Amortización				
Período	Amortización	Interés	Dividendo	Saldo
0				16.897,40
1	467,81	985,13	1.452,93	16.429,60
2	495,08	957,85	1.452,93	15.934,52
3	523,94	928,99	1.452,93	15.410,58
4	554,49	898,44	1.452,93	14.856,09
5	586,82	866,12	1.452,93	14.269,27
6	621,03	831,91	1.452,93	13.648,25
7	657,23	795,7	1.452,93	12.991,01
8	695,55	757,38	1.452,93	12.295,46
9	736,10	716,83	1.452,93	11.559,36
10	779,02	673,92	1.452,93	10.780,35
11	824,43	628,5	1.452,93	9.955,91
12	872,50	580,43	1.452,93	9.083,41
13	923,37	529,57	1.452,93	8.160,05
14	977,20	475,74	1.452,93	7.182,85
15	1034,17	418,76	1.452,93	6.148,68
16	1094,46	358,47	1.452,93	5.054,22
17	1158,27	294,66	1.452,93	3.895,95
18	1225,80	227,14	1.452,93	2.670,15
19	1297,26	155,67	1.452,93	1.372,89
20	1372,89	1.372,89	1.452,93	0
Fuente: Investigación Propia				
Realizado por: Jenny Urquiza				

4.5.7 Presupuesto de Costos

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la elaboración de los productos, es decir todos los gastos invertidos por la empresa en el proceso de comercialización. Este rubro es importante porque se encuentra en relación directa con el valor del precio final, por lo que con una mayor eficiencia de producción y minimizando los desperdicios se obtendrá un costo de producción menor, que será competitivo. Por su naturaleza existen dos tipos de costos: Fijos y Variables.

4.5.7.1 Costos Variables

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan. Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

a.- Materia Prima: Son aquellos que intervienen en el proceso de producción y terminan formando parte de la venta final; constituye la base del proyecto, en el presente caso de estudio estará constituido las compras necesarias tomate de árbol de los pequeños y medianos productores.

Cuadro 44: Materia Prima

Concepto	Cantidad Mes	Cantidad Anual	Costo Mensual	Valor Anual
Compra	Kilogramos	Unidades	USD	USD
Tomate de árbol	50400	604800	11088	133056
TOTAL			11088	133056
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

b.- Materiales Directos: Son aquellos materiales que sirven para la presentación del producto, como son las etiquetas y los empaques; así tenemos el siguiente rubro.

Cuadro 45: Materiales Directos

Concepto	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Valor Mensual	Valor Anual
Cartón Corrugado	5.42	65	952.8902	11427.65
TOTAL			952.8902	11427.65
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

c.- Mano de Obra Directa: Está constituido por aquellos trabajadores que participan en el transporte de los productos finales utilizando herramientas y equipos. La mano de obra directa para el proyecto se encuentra determinada por el requerimiento del personal que participa en el proceso de comercialización de tomate de árbol y su puesta en bodega.

Cuadro 46: Mano de Obra

Detalle	Pago Mensual	Valor Anual
Obreros	949.96	11399.52
Supervisor	474.98	5699.76
TOTAL	1424.94	17099.28
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo		

d.- Insumos: En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de comercialización de tomate de árbol, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro.

Cuadro 47: Insumos

Concepto	Medida	Cantidad Mes	Cantidad Anual	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable	m 3	40	1200	32	384
Luz Eléctrica	kilowatts	600	7200	640	7680
Teléfono	minutos	1000	12000	200	2400
TOTAL				872	10464
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo					

4.5.7.2 Costos Fijos

Son aquellos que no guardan relación con el volumen de ventas, su monto total permanece constante a través del período, es decir venda o no la empresa se tendrá que incurrir en esos costos.

a.- Mano de Obra Indirecta: Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. Se contempla un Guardia y un Conserje.

Cuadro 48: Mano de Obra Indirecta

Detalle	Valor Mensual	Valor Semestral	Valor Anual
Personal de Apoyo	379.98	2279.9	4559.81
TOTAL	379.98	2279.9	4559.81
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo			

b.- Reparación y Mantenimiento: Este valor está dado en función de los activos fijos que dispone la empresa de comercialización de tomate de árbol.

Cuadro 49: Reparación y Mantenimiento

Concepto	Inversión Total	Porcentaje Anual	Valor Mensual	Valor Anual
Maquinaria y Equipo	21673.38	3%	54.18	650.2
Equipo de Computo	5793.6	3%	14.48	173.81
Equipo de Oficina	542.64	3%	1.36	16.28
Muebles y Enceres	1989	3%	4.97	59.67
TOTAL			74.99	899.96
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

c.- Seguros: El bienestar y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir siniestros, de esta manera se garantiza la actividad de comercialización de la empresa.

Cuadro 50: Seguros

Concepto	Valor Inicial	%	Seguro Mes	Seguro Anual
Maquinaria y Equipo	21673.38	0.50%	9.03	108.37
Utensilios y Accesorios	2335.8	0.50%	0.97	11.68
Equipo de Computación	5793.6	2.50%	12.07	144.84
Equipo de Oficina	542.64	0.50%	0.23	2.71
Muebles y Enceres	1989	0.50%	0.83	9.95
TOTAL			23.13	277.55
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

d.- Depreciación: Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes. La Depreciación no implica una salida de dinero efectivo de la empresa ya que es una cuenta de reserva para dar de baja un activo fijo y poder ser substituido por otro cuando haya cumplido la vida útil.

Cuadro 51: Depreciación

Concepto	Valor	%	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	21673.38	10%	10	2167.34
Utensilios y Accesorios	2335.8	10%	10	233.58
Equipo de Computación	5793.6	33.33%	3	1931.01
Equipo de Oficina	542.64	10%	10	54.26
Muebles y Enceres	1989	10%	10	198.9
TOTAL				4585.09
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

e.- Amortización: Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto. Por lo tanto consiste en ir dando de baja al activo diferido de acuerdo a la norma de contabilidad

Cuadro 52: Amortización

Descripción	Costo	%	Años	Valor Anual
Gasto de Puesta en Marcha	450	20%	5	90
Gastos de Organización	1710	20%	5	342
Gasto de Patentes	435	20%	5	87
TOTAL				519
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

4.5.8 Gastos Administrativos

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas globales de una empresa, es decir la operación general de la empresa.

Cuadro 53: Gastos Administrativos

Gastos Personales	Cantidad	Valor Mensual	Valor Semestral	Valor Anual
Propietario - Gerente	1	712.47	4274.82	8549.64
Contador	1	474.98	2849.88	5699.76
Secretaria	1	225.62	1353.69	2707.39
Asistente Administrativo	1	225.62	1353.69	2707.39
TOTAL PERSONAL		1638.69	9832.08	19664.18
Gastos Generales				
Suministro de Oficina	6 SETS	36	216	432
Total Suministro de Oficina		36	216	432
TOTAL		1674.69	10048.08	20096.18
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

4.5.9 Gastos de Ventas

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para la venta y comercialización de tomate de árbol.

Cuadro 54: Gasto de Ventas

Gastos	Cantidad	Valor Mensual	Valor Semestral	Valor Anual
Jefe de Ventas	1	479.98	2849.88	5699.76
Gastos Generales				
Tarjeta de Exportación	1	11.2	11.2	11.2
Gastos de Exportación	1	11886.3	71317.83	142635.66
SUBTOTAL		11897.5	71329.03	142646.86
TOTAL GASTO VENTAS		12377.48	74178.91	148346.62
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo				

4.5.10 Gastos Financieros

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido con la CFN por medio de la Banca Privada, en este caso sugerido a través del Banco de Guayaquil como banca de primer piso utilizada para el desembolso del préstamo, es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

Cuadro 55: Período de Financiamiento

PERIODO	INTERES
0	
1	985.13
2	957.85
3	928.99
4	898.44
5	866.12
6	831.91
7	795.7
8	757.38
9	716.83
10	673.92
11	628.5
12	580.43
13	529.57
14	475.74
15	418.76
16	358.47
17	294.66
18	227.14
19	155.67
20	80.04
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo	

Costos Total

La determinación dividir el costo total para el número de unidades producidas en un período, en este caso durante la comercialización anual. Los Costos Totales establecidos para el primer año se detallan a continuación.

Cuadro 56: Costo Total

DETALLE	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima		133056.00
Materiales Directos		11427.65
Mano de Obra Directa		17099.28
Insumos		10464
Mano de Obra Indirecta	4559.81	
Reparación y Mantenimiento	899.96	
Seguro	277.55	
Depreciación	4585.09	
Amortización	519	
SUBTOTALES	10841.41	172046.93
SUBTOTAL COSTO DE PRODUCCION	182888.34	
Gastos Administrativos	20096.18	
Gasto Financiero	1942.28	
Gasto de Ventas	148346.62	
SUBTOTAL GASTOS	170385.08	
COSTO TOTAL	353273.42	
Kilogramos Vendidos	523658.50	
Costo Unitario por kilogramos	0.67	
Fuente: Investigación Propia Realizado por: Jenny Urquizo		

Cuadro 57: Costo de Producción

DETALLE	1	2	3	4	5
Materia Prima	133056	138378.24	149669.90	168358.29	196955.38
Materiales Directos	11427.65	11884.76	12854.55	14459.62	16915.71
Mano de Obra Directa	17099.28	17783.25	19234.36	21636.04	25311.11
Insumos	10464	10882.56	11770.58	13240.30	15489.28
VARIABLE	172046.93	178928.81	193529.40	217694.25	254671.48
Mano de Obra Indirecta	4559.81	4742.20	5129.17	5769.61	6749.63
Reparación y Mantenimiento	899.96	935.96	1012.33	1138.74	1332.16
Seguro	277.55	288.65	312.21	351.19	410.84
Depreciación	4585.09	4768.49	5157.60	5801.60	6787.05
Amortización	519	539.76	583.80	656.70	768.25
FIJOS	10841.41	11275.07	12195.11	13717.84	16047.94
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	182888.34	190203.87	205724.51	231412.09	270719.42
Gastos Administrativos	20096.18	20900.03	22605.47	25428.08	29747.26
Gasto Financiero	1942.28	2019.97	2184.80	2457.60	2875.05
Gasto de Ventas	148346.62	154280.48	166869.77	187705.80	219589.24
TOTAL GASTOS	170385.08	177200.48	191660.04	215591.48	252211.54
COSTO TOTAL	353273.42	367404.36	397384.55	447003.58	522930.96
Kilogramos Vendidos	523658.50	544604.84	589044.59	662595.06	775142.50
Costo Unitario por kilogramos	0.67	0.70	0.76	0.85	1.00

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Jenny Urquizo

Se ha realizado una proyección sugerida de los costos de producción para los 5 primeros años de vida del proyecto para realizar un estimativo de la evolución de los precios y costos.

4.5.11 Presupuesto de ingresos.

Es la planificación de la empresa en proyección al comportamiento en diez años del flujo de efectivo, por concepto de las ventas, es decir que los ingresos son provenientes de la comercialización y venta de tomate de árbol.

Ingresos por Ventas

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

Cuadro 58: Ingreso por Ventas

VENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Unidades Producidas	523658.50	544604.84	589044.59	662595.06	775142.50
Precio Unitario	0.81	0.84	0.91	1.02	1.2
TOTAL INGRESOS	424163.39	457468.07	536030.58	675846.96	930171.00

4.5.12 Evaluación financiera y económica

La evaluación de proyectos permite una medición del nivel de utilidad que obtiene dicho empresario como justo rédito al riesgo de utilizar sus recursos económicos en la alternativa de inversión elegida. Los beneficios de la evaluación de proyectos permitirán determinar si es factible o no, es decir que por medios matemáticos, financieros facilitará analizar las proyecciones para la toma de decisiones, ya que permitirá evitar posibles desviaciones y problemas a largo plazo.

De esta manera se mide una mayor rentabilidad de los recursos al poner en marcha el proyecto con relación a los intereses que percibiría por parte de la banca. Las técnicas utilizadas cuando la inversión produce ingreso por sí misma, es decir que permite medir por medio de los indicadores financieros tales como: Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Estado de Situación Inicial.

Este balance se realiza al constituirse una sociedad y contendrá la representación de las aportaciones realizadas por los socios. Está constituido en forma ordenada por todas las cuentas contables de la empresa al momento de comenzar el ciclo contable, es decir se encuentra conformada por cuentas de activo, pasivo y patrimonio de este modo permitirá establecer la situación financiera de la empresa.

Cuadro 59: Estado de Situación Inicial

LUCHOFRUIT S.A			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
AÑO 2015			
ACTIVOS		PASIVO	
<u>Activo Disponible</u>		<u>Pasivo Largo Plazo</u>	
Caja	32354.58	Préstamo por pagar	16897.4
<u>Activo Fijo</u>		TOTAL PASIVO	16897.4
Maquinaria y Equipos	22576.82	PATRIMONIO	
Utensilios y Accesorios	1655	<u>Capital Social</u>	48000
Equipo de Computación	3940		
Muebles y Enceres	428		
Equipo de Oficina	1348		
<u>Activo Diferido</u>			
Gasto de Puesta en Marcha	450		
Gasto de Organización	1710		
Gastos de Patentes	435		
TOTAL ACTIVOS	64897.4	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	64897.4

GERENTE

CONTADOR

Los resultados en el análisis del estado de situación inicial evidencia que el valor por activos corresponde a 64.897,40 USD, pasivos corresponde a 16.897,40 USD, donde consta el pasivo a largo plazo por el préstamo otorgado a través de la Entidad Bancaria, mientras que los recursos propios correspondientes al patrimonio es de 48.000 USD.

Estado de Resultados

Es el documento contable que corresponde al análisis o al detalle de las cifras y datos provenientes del ejercicio económico de la empresa durante un período determinado. Este instrumento contable permite determinar la utilidad neta del ejercicio económico de la empresa, así como también los sueldos y utilidades de los trabajadores, y los impuestos establecidos por la ley tributaria que debe cumplir la organización.

Cuadro 60: Estado de Resultados

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	536846.01	558319.85	603878.75	679281.47	794663.24
(-) Costo de Ventas	353273.42	367404.36	397384.55	447003.58	522930.96
(=) UTILIDAD BRUTA	183572.59	190915.49	206494.2	232277.89	271732.28
(-) Gasto de Administración	20096.18	20900.03	22605.47	25428.08	29747.26
(-) Gasto Ventas	148346.62	154280.48	166869.77	187705.8	219589.24
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	15129.79	15734.98	17018.96	19144.01	22395.79
(-)Gastos Financieros	1942.28	2019.97	2184.8	2457.6	2875.05
(=) UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACION	13187.51	13715.01	14834.16	16686.41	19520.74
(-) 15% Participación Trabajadores	1978.13	2057.25	2225.12	2502.96	2928.11
(=) UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS	11209.38	11657.76	12609.03	14183.45	16592.63
(-) 25% Impuesto a la Renta	2802.35	2914.44	3152.26	3545.86	4148.16
(=) UTILIDAD NETA	8407.03	8743.32	9456.77	10637.58	12444.47

Fuente: Investigación Propia.
Realizado por: Jenny Urquizo.

Flujo de Caja.

“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja”. El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo.

Cuadro 61: Flujo de Caja

DETALLE	AÑOS					
		1	2	3	4	5
(-) Inversión	48000					
(+) Ventas		424163.39	457468.07	536030.58	675846.96	930171
(-)Gastos de Producción		18554946	192971.44	288717.91	234779.26	274658.53
(=) Utilidad Neta		238613.93	264496.63	327312.67	441067.70	65551247

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. A partir de ese punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo de ese punto, el producto ocasiona pérdidas. Matemáticamente para la determinación del punto de equilibrio tenemos la siguiente fórmula:

- Punto de equilibrio de producción física:

Fórmula:

$$PE = CF / (Pu - CVu)$$

Donde:

Pu = Precio de venta unitario

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

CVu = Costo variable unitario

Cuadro 62: Punto de Equilibrio

Costos Fijos	Total	Precio de Venta Unitario	Total	Costo de Venta Unitario	Total
Maquinaria y Equipo	22576.82	Costo Total de Producción	0.67	Gastos Indirectos de Fabricación	0.01
Utensilios y Accesorios	1655			Insumos	0.02
Equipo de Computo	3940			Materias Primas	0.25
Equipo de Oficina	428			Mano de Obra	0.03
Muebles y Enceres	1348	Utilidad 20%	0.13		
TOTAL	29947.82	TOTAL	0.80	TOTAL	0.32

$$PE = CF / (PVU - CVU)$$

$$PE = 29947.82 / (0.80 - 0.32)$$

$$PE = 29947.82 / 0.48$$

$$PE = 62.391,29$$

El punto de Equilibrio nos indica que la empresa no tendrá problemas de liquidez cuando sus ingresos igualen o superen los USD \$ 62.391,29.

Valor Actual Neto

Conocido también como Valor Presente Neto (VPN) Se define como la sumatoria de los flujos netos de caja actualizados, menos la inversión inicial. Con este indicador de evaluación se conoce el valor en dinero actual que va a recibir el proyecto a futuro a una tasas de interés y un periodo determinado, fin de comparar este periodo en la inversión inicial.

$$VAN = \Sigma \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

$$VAN = 798037.99$$

Banco Guayaquil tasa de interés de 16.28%

El proyecto generará ganancias de USD \$ 798.037,99 luego de recuperar la inversión inicial.

Tasa Interna de Retorno

Muestra la inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer el préstamo, sin que incurra en futuros fracasos financieros.

$$TIR = i^2 - \left[VPN^2 \left\{ \frac{(i^2 - i^1)}{VPN^2 - VPN^1} \right\} \right]$$

$$TIR = 0.440394529$$

$$TIR = 0.4403 * 100$$

$$TIR = 51\%$$

La tasa interna de retorno es del 44%. Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista es el mayor que obtendrá en la mejor alternativa. Por lo tanto conviene realizar el proyecto.

Periodo de Recuperación del Capital

Este periodo está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión es decir donde el flujo acumulado se convierte en positivo, a partir de ese momento la empresa contaría con recursos propios, para cubrir los egresos necesarios, durante la vida útil del proyecto.

$$x = \frac{(190613.93 * 12)}{23861393}$$

$$x = 9.58$$

El periodo de recuperación del capital es de 1 año, 9 meses.

CONCLUSIONES

- Con el Diagnóstico Situacional realizada a la parroquia se pudo identificar que existen problemas en la comercialización de los productos agrícolas, debido a la presencia de intermediarios que adquieren los productos a precios sumamente bajos que no representan una ganancia significativa para el productor.
- Mediante el Estudio de Mercado se concluye que la investigación, presenta datos alentadores de parte de los productores para establecer una red de comercialización de productos orgánicos, de esta manera ofertar tomate de árbol de primera calidad a precios accesibles al consumidor final.
- Con el Estudio Técnico se determinó que la parroquia San Luis es el lugar estratégico para la creación del Centro de Acopio, porque tiene el mayor porcentaje de su población, que se dedican a la agricultura y especial a la producción de tomate de árbol, además los factores geográficos y la distancia hacia los sectores productivos favorecen al desarrollo del proyecto, evitando gastos logísticos innecesarios.
- La Organización de la empresa estará representada con las respectivas áreas de trabajo y la designación de funciones que cada uno de los puestos debe cumplir, así también, la empresa tiene formulada su misión y visión que permite conocer lo que hace y hacia dónde se dirige; de acuerdo a la Evaluación Financiera se establece que la inversión justifica la puesta en marcha del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda establecer canales de comercialización directa con los productores, para evitar la intromisión de los intermediarios a fin de beneficiar a los productores ofreciéndoles un precio estándar, que le genere una utilidad, que cubra los requerimientos de los productores de tomate de árbol.
- Renovar constantemente las estrategias de comercialización, para buscar nuevos mercados y lograr posicionarnos sólidamente en el mismo, logrando ser reconocidos tanto dentro, como fuera del país gracias a la calidad de nuestro producto.
- Aprovechar los factores de localización del proyecto para incrementar el área de abastecimiento de los productos y poder extender su comercialización a diferentes lugares, además se debe realizar un estudio anual para determinar si la capacidad instalada es suficiente para el volumen de productos agrícolas recibidos y determinar su posible crecimiento.
- Asociar a los productores de tomate de árbol de la parroquia San Luis, para que trabaje directamente con el Centro de Acopio, esto para asegurar la entrega directa del producto al centro, para que no exista escasez y esto no afecte al normal funcionamiento del mismo.
- Realizar convenios interinstitucionales a fin de obtener la capacitación y el asesoramiento continuo para el personal administrativo como operario, por profesionales con experiencia que ayuden al fortalecimiento del Centro de Acopio.

BIBLIOGRAFIA

- Porter M. (2001). Ventaja competitiva. México: Continental.
- Agrocalidad. (2013). Manual Registro de Centros de Acopio. Quito: Agrocalidad
- American Institute of Steel Construction, Inc. (1997). Manual of Steel Construction Allowable Stress Design; novena edición. Chicago, Illinois, USA.
- Guerrero Ramo, C. I. (2001). Administración de Alimentos a Colectividades y Servicios de Salud. México: McGraw-Hill
- Pro Ecuador. (2013). Análisis de las Exportaciones de Frutas Exóticas. Quito: Pro Ecuador.
- Villagrán de Batres, L. (2011). Guía de Buenas Prácticas de Manufacturas para Plantas Empacadoras de Vegetales Frescos. Guatemala.
- Bendow, B. (1992). Suiza: forum de Comercio Internacional. Promoción de exportaciones a Europa. Primera parte, textos de promoción y giras de ventas. Madrid: cci, unctad/gatt.
- Cuadrado, J. (1997). Las Ferias y Exposiciones en Europa como Factores de Competencia y Especialización Urbana. Servilab.
- Guzmán, F. (2009). Resumen Ejecutivo. Informe de Ferias y Misiones de la CORPEI. Biofach. Quito: Corpei
- Albornoz G. (1990). El Cultivo del Tomate de Árbol en el Ecuador U.C. Quito, SICA, (2006). Agro negocios Tomate de Árbol,
- Identificación de mercados y tecnología para productos agrícolas tradicionales de exportación. Ministerio de Agricultura de Colombia. Quito: MAG
- BURNEO J, (2006). Ministerio de Agricultura y Ganadería, Dirección de Información Agropecuaria
- Banco Central del Ecuador, (2007). Información Estadística Mensual Junio Guía para la formulación de proyectos. Quito: BCE.
- Corporación de Estudios y Publicaciones (2001). Regímenes competitivos sectoriales, productividad y competitividad internacional. JM Katz, G Stumpo - Enoikos, - CDI-MECON. Quito: CER.

- Senlle A. (2004) Calidad total y normalización - Barcelona: Gestión 2000.
- Munro-Faure. L, Munro-Faure. M (1994).La calidad total en acción. - Ed. Folio.
- Moreno-Luzón. M, Bonet. F, Cruz. T, (2001). Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: Teoría y estudio de casos. México: Prentice Hall.
- Estrada P. (2000), Lo que se debe conocer para exportar. Quito: Abya Yala
- Molina Aznar, V. (2002).Contabilidad para no contadores.
- Rolland G., Dupuy Y. (1992). Manual de control de gestión.

ANEXOS

Anexo 1: Reporte de Inspección

 **Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca**

 **AGROCALIDAD**
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO

Av. Eloy Alfaro y Amazonas
Edificio MAGAP - PISO 9
Tel: (593) 2-2567 232
direccion@agrocalidad.gob.ec
www.agrocalidad.gob.ec

REPUBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

REPORTE DE INSPECCIÓN PARA EL REGISTRO DE CENTROS DE ACOPIO

I. TIPO DE REPORTE: Inscripción Renovación Código de Registro: _____

II. DATOS GENERALES

1. Razón Social: _____ 2. RUC: _____
3. Código de registro de la exportadora en Agriocalidad: _____
4. Nombre del centro de acopio: _____
5. Provincia: _____ 6. Cantón: _____ 7. Parroquia: _____
8. Sitio: _____ 9. Coordenadas: X _____ Y _____

III. DESCRIPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS

El Centro de Acopio es:

PROPIO
ARRENDADO
OTRO Especifique: _____

Tipo de construcción:

BLOQUE/CEMENTO
MADERA
MIXTO

POSEE:

Sistema de drenaje que permite evacuar el agua que pueda contaminar la fruta SI NO
Aberturas que impidan la entrada de animales domésticos, insectos, roedores, moscas y contaminantes del medio ambiente como humo, polvo, vapor SI NO
Un sistema de instalaciones sanitarias en perfecto estado y no deben encontrarse dentro del área de inspección SI NO

Área de recepción de camiones:

Rótulos SI NO
Piso de cemento o asfalto SI NO
Limpieza adecuada SI NO
Iluminación adecuada SI NO

Área de paletizado:

Rótulos SI NO
Piso de cemento o asfalto SI NO
Limpieza adecuada SI NO
Iluminación adecuada SI NO
Cubierta adecuada SI NO

Área para contenedores:

Rótulos SI NO
Piso de cemento o asfalto SI NO
Limpieza adecuada SI NO
Iluminación adecuada SI NO

Área para inspección:

Rótulos SI NO
Piso de cemento o asfalto SI NO
Limpieza adecuada SI NO
Iluminación adecuada SI NO
Cubierta adecuada SI NO
Mesa de inspección SI NO

En base a la inspección realizada se procede a:
APROBAR DESAPROBAR EXTENDER EL PLAZO TIEMPO

IV. OBSERVACIONES _____

DIA MES AÑO

Anexo 4: Tarifario de Agrocalidad

Nº	PARTIDA PRESUPUESTARIA	CODIGO TARIFAS	NOMBRE DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	TARIFA 2016 USD. Con cuatro decimales
		01.	SANIDAD VEGETAL, (TARIFA CERO IVA)		
		01.01.	CERTIFICACION FITOSANITARIA INTERNACIONAL PARA EXPORTACION.		
1	130111	01.01.001	CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA MUESTRAS DE PRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL PARA APERTURA DE MERCADO, INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LABORATORIO EN EL EXTERIOR.	HASTA 30 KG.	20,7640
2	130111	01.01.002	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION EN ORNAMENTALES CON ETIQUETA	UNIDAD, CAJA	0,0934
3	130111	01.01.003	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA Y DE CALIDAD DE CACAO Y CAFÉ.	KILOGRAMOS	0,0078
4	130111	01.01.004	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION DE MANGO.	POR CONTENEDOR	72,6740
5	130111	01.01.005	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION DE PLANTAS Y PRODUCTOS VEGETALES FRESCOS, MANGO SIN CONTENERIZAR EN RUTAS AEREAS Y TERRESTRES FRONTERIZAS.	KILOGRAMOS	0,0031
6	130111	01.01.006	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION DE GRANOS EN GENERAL (EXCEPTO ARROZ Y MAÍZ).	POR TONELADA	0,1557
7	130111	01.01.007	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION DE PRODUCTOS, SUBPRODUCTOS PROCESADOS DE ORIGEN VEGETAL, INCLUYE MADERA INDUSTRIALIZADA, CATEGORIA 1 DE RIESCO FITOSANITARIO.	POR ENVIO*	134,9660
8	130111	01.01.008	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION DE MADERA EN BRUTO, TROZAS, PINGOS, ROLLIZA	POR ENVIO*	20,7640
9	130111	01.01.009	SERVICIO DE CERTIFICACION FITOSANITARIA PARA EXPORTACION DE PALLETS TRATADOS	UNIDAD	0,0260
10	130111	01.01.010	CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA EXPORTACION DE MUSÁCEAS.	UNIDAD	4,6719
11	130111	01.01.011	CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA EXPORTACION DE ORNAMENTALES.	UNIDAD	1,2458
12	130111	01.01.012	CERTIFICADO DE ORIGEN	UNIDAD	10,0000

Anexo 5: Tarjeta de Importación - Exportación

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR		COMERCIO EXTERIOR		No. 010932	
		TARJETA DE IDENTIFICACION		FECHA REGISTRO:	
IMPORTADOR - EXPORTADOR					
NOMBRE O RAZON SOCIAL:				RUC:	
DIRECCION:				C.C.:	
CIUDAD: PROVINCIA: TELEFONO:				CATASTRO:	
WEB SITE:				CODIGO O.I.C.:	
REPRESENTANTE LEGAL:				E-MAIL:	
DIRECCION:				C.C.:	
CIUDAD: PROVINCIA:				TELEFONO: FAX:	
				E-MAIL:	
ACTIVIDAD ECONOMICA CIU (DE ACUERDO CON EL INSTRUCTIVO DEL SISTEMA INFORMATICO DEL SERVICIO ADUANERO)					
ACTIVIDAD	DESCRIPCION				CODIGO
PRINCIPAL:					
SECUNDARIA:					
OTRAS SECUNDARIAS:					
SECTOR INSTITUCIONAL AL QUE PERTENECE					NACIONALIDAD:
1. PUBLICO			2. PRIVADO:		
1.1 GOBIERNO CENTRAL:	<input type="checkbox"/>	2.1 EMPRESA NO FINANCIERA:	<input type="checkbox"/>	ECUATORIANA: <input type="checkbox"/>	
1.2 GOBIERNO LOCAL (MUNICIPIOS Y CONS. PROV):	<input type="checkbox"/>	2.2 INSTITUCION FINANCIERA:	<input type="checkbox"/>	EXTRANJERA: <input type="checkbox"/>	
1.3 SEGURIDAD SOCIAL:	<input type="checkbox"/>	2.3 COMPAÑIA DE SEGURO:	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
1.4 EMPRESA PUBLICA:	<input type="checkbox"/>	2.4 INSTITUCION SIN FIN DE LUCRO:	<input type="checkbox"/>	
1.5 INSTITUCION FINANCIERA:	<input type="checkbox"/>	2.5 PRODUCTOR INDIVIDUAL:	<input type="checkbox"/>		
1.6 OTROS ORGANISMOS:	<input type="checkbox"/>	2.6 PERSONA NATURAL:	<input type="checkbox"/>		
Firma Imp./Exp./Representante Legal			Firma Autorizada Banco Corresponsal		
Valor: U.S. \$0.30 Form. No UP-192 Rev.					