



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

TÍTULO

**IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA
PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PIÑA EN EL CANTÓN MILAGRO**

**PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS:

**KARLA MAGDALENA GAME MENDOZA
TERESA CELESTE NARANJO
GLADIS DEL CONSUELO VINUEZA BURGOS**

TUTOR:

PHD. RAFAEL CASTAÑO OLIVO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2008



REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

TÍTULO

**IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA
PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PIÑA EN EL CANTÓN MILAGRO**

**PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS:

KARLA MAGDALENA GAME MENDOZA
TERESA CELESTE NARANJO
GLADIS DEL CONSUELO VINUEZA BURGOS

GUAYAQUIL - ECUADOR

2008



REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

TÍTULO

**IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA
PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PIÑA EN EL CANTÓN MILAGRO**

**PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS:

KARLA MAGDALENA GAME MENDOZA

TERESA CELESTE NARANJO

GLADIS DEL CONSUELO VINUEZA BURGOS

TUTOR:

PHD. RAFAEL CASTAÑO OLIVO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2008

DECLARACION EXPRESA

Por medio de la presente declaro ante el Consejo de Dirección de la Facultad de Posgrado de la UTEG que el trabajo de Maestría presentado es de nuestra propia autoría no tiene material escrito por otra persona al no ser el referenciado debidamente en el texto, por parte de el o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otra Maestría de una Institución nacional o extranjera.

Karla/Teresa/Consuelo

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL "UTEG"
ESCUELA DE POSTGRADO
INFORME DEL TUTOR**

Yo, NAFAEL COSMIO OLIVA.....considero que el desarrollo de la tesis titulada:.....
.....
.....

En cuanto:

Asistencia a los encuentros planificados:

Muy satisfactorio	<input type="checkbox"/>	Satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>
Poco satisfactorio	<input type="checkbox"/>	Insatisfactorio	<input type="checkbox"/>

Cumplimiento de las observaciones realizadas:

Muy satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>	Satisfactorio	<input type="checkbox"/>
Poco satisfactorio	<input type="checkbox"/>	Insatisfactorio	<input type="checkbox"/>

Responsabilidad en el cumplimiento del cronograma:

Muy satisfactorio	<input type="checkbox"/>	Satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>
Poco satisfactorio	<input type="checkbox"/>	Insatisfactorio	<input type="checkbox"/>

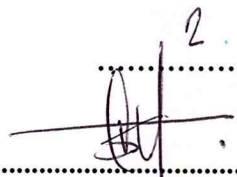
Profundidad y científicidad del proyecto:

Muy satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>	Satisfactorio	<input type="checkbox"/>
Poco satisfactorio	<input type="checkbox"/>	Insatisfactorio	<input type="checkbox"/>

Por consiguiente certifico que el trabajo desarrollado está apto para su :

Predefensa	<input type="checkbox"/>	Defensa	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------	--------------------------	----------------	-------------------------------------

Con la calificación de (-----)

2


Firma del Tutor

AGRADECIMIENTO

A DIOS, quien con su omnipotencia y majestuosidad nos permitió alcanzar una de nuestras mas anheladas metas, convertirnos en Máster en Administración de Empresas, a nuestro tutor Ph. D. Rafael Castaño Olivo por sus sabios conocimientos en cuanto a investigación así como también por su calidad humana, comprensión y paciencia, a ellos nuestros imperecederos agradecimientos.

Las autoras

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres Walter y Magda a mi esposo Freddy, a mis hijos Karen, Josías y Jeremy, a mis hermanos Isaac y Josue y a todos quienes me apoyaron en los momentos mas difíciles cuando creí que no lo lograría.

Karla Magdalena Game.

DEDICATORIA

A Dios Omnipotente, por permitirme seguir haciendo realidad, mi sueño.

A la memoria de mi señor Padre Enrique Naranjo.

A mis queridos hijos Luis Jonathan, Erika Lissette y Domènica Celeste que son la razón de mi existencia.

A mi esposo Luis Guillermo que confió en mi motivándome e impulsándome a seguir adelante.

Teresa Naranjo.

DEDICATORIA

El esfuerzo y dedicación que he puesto en esta Tesis, con mucho amor a Dios, a mi padre Carlos Ignacio desde el cielo gracias por haberme dado ejemplo de superación, a mi madre cuyo afecto y comprensión ha sido mi aliciente, a mi esposo Jorge Enrique cuyo apoyo ha sido fundamental en mis estudios, a mis hijos Katherine, Mafer, Junior y a mis hermanos Carlos, Armando, Sandra, Diana quienes me han servido de inspiración, apoyo para no desmayar en esta obra.

RESUMEN

La dificultad que enfrentan los países productores de piña son originados por los bajos precios que reciben al realizar las exportaciones al mismo tiempo que importan los derivados de esos productos a precio muy elevado esto sucede con la piña, banano, mango entre otros en esta investigación se plantea el tratar de disminuir el problema creando grupos de microempresas agrícolas que orienten su producción hacia un centro de acopio.

Con la finalidad que la producción y el trabajo sea coordinado de una manera productiva para los productores de piña; de esta manera se mejora el nivel de vida de la población ubicada en la zona rural del cantón Milagro y su influencia compuesta por cantones como: Naranjito, Bucay, Marcelino Maridueña.

La propuesta consiste en la conformación de un centro de acopio que incluya productores de piña en la zona antes mencionada quienes venderán la totalidad de su producción al centro en mención. A ello se suman también los proveedores que son un eslabón en la cadena quienes garantizan el cumplimiento del proceso productivo ayudando al productor desde el cultivo hasta la venta del fruto.

Los resultados que se obtendrán son varios: desaparición de intermediarios, mejorar los precios tanto para los productores como para los comercializadores y consumidores finales.

Otra ventaja consiste en el incremento de fuentes de trabajo y finalmente la recuperación de aéreas improductivos que anteriormente producían piña.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CONTENIDO

CAPITULO I

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION	
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2.2 Formulación del problema de investigación.....	2
1.2.3 Sistematización del problema a investigar.....	3
1.2.4 Pronostico.....	3
1.2.5 Control del pronostico.....	3
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.5 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.5.1 Marco teórico.....	6
1.5.2 Marco conceptual.....	39
1.6 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	43
1.6.1 Hipótesis general.....	43
1.6.2 Hipótesis particulares.....	43
1.6.3 Variables.....	44
1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	45
1.7.1 tipo de investigación y perspectiva.....	45
1.7.2 Selección de la muestra.....	45
1.7.3 Método de investigación.....	46
1.7.4 Fuentes y técnicas para la recolección de datos.....	47
1.7.4.1 Tratamiento de la Información.....	47
1.8 RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS.....	48

CAPITULO II

2. ANALISIS, PRESENTACION DE RESULTADOS Y DIAGNOSTICO	
2.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	49
2.2 DIAGRAMA CAUSA EFECTO.....	49
2.3 ANALISIS FODA.....	50
2.4 ANALISIS SITUACIONAL DE PORTER.....	51
2.5 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVA DEL SECTOR AGRARIO.....	51
2.5.1 Análisis comparativo de fortalezas, oportunidades, debilidades y	

amenazas.....	52
2.6 RESULTADOS OBTENIDOS.....	56
2.7 VERIFICACION DE OBJETIVOS.....	70
2.8 VERIFICACION DE HIPOTESIS.....	71
2.9 MATRIZ FODA.....	72

CAPITULO III

3. PROPUESTA DE CREACION	
3.1 ANTECEDENTES.....	74
3.2 OBJETIVOS.....	74
3.2.1 objetivo general.....	74
3.2.2 objetivos específicos.....	75
3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MANUAL DE FUNCIONES	75
3.3.1 Manual de funciones y procedimientos.....	76
3.4 UBICACIÓN.....	79
3.4.1 Red vial.....	82
3.4.2 Zona industria.....	82
3.4.3 El eslabón del sector comercial.....	82
3.5 MISION, VISION Y VALORES CORPORATIVOS.....	83
3.5.1 Misión.....	83
3.5.2 Visión.....	83
3.5.3 Valores corporativos.....	83
3.6 ESTRUCTURA EXTERNA DEL CENTRO DE ACOPIO.....	84
3.7 NORMA DE CLASIFICACION PARA COMPRA Y VENTA DE LA PIÑA.....	85
3.7.1 Categoría extra.....	85
3.7.2 Categoría I.....	85
3.7.3 Categoría II.....	85
3.8 CONDICIONES QUE DEBE CUMPLIR EL CENTRO PARA EL ACOPIO Y COMERCIALIZACION DE LA PIÑA.....	86
3.9 POLITICAS DE FORTALECIMIENTO DE COMERCIALIZACION A NIVEL LOCAL Y NACIONAL.....	87
3.9.1 Las ventajas de asociarse con los proveedores.....	88
3.9.2 Para que asociarse.....	89
3.10 FLUJOGRAMA DE PROCESO.....	89
3.11 CADENA DE VALOR DEL CENTRO DE ACOPIO.....	91
3.12 MERCADOS.....	92
3.13 CRONOGRAMA DE ACCION PARA INICIAR ACTIVIDADES....	93
3.14 VALOR AGREGADO.....	95
3.15 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS DEL CENTRO DE ACOPIO.....	95
3.15.1 Subprogramas.....	95
3.15.2 Metas.....	96

3.16 IMPACTO DE LAS LEYES TRIBUTARIAS.....	96
3.17 ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO.....	97
3.17.1 Inversión inicial.....	97
3.17.2 Financiamiento.....	98
3.17.3 Gastos administrativos.....	99
3.17.4 Presupuesto de compras.....	100
3.17.5 Presupuesto de venta.....	101
3.17.6 Flujo de caja.....	101
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFIA.....	103
ANEXOS.....	105
ANEXO 1: IMAGEN CORPORATIVA.....	106
ANEXO 2: COSTO DE PRODUCCION POR HA. DE PIÑA.....	110
ANEXO 3: ENCUESTA.....	111
ANEXO 4: ENTREVISTAS.....	113
ANEXO 5: REFORMAS TRIBUTARIAS RISE.....	114
ANEXO 6: REQUISITOS PARA EL PRESTAMO CFN.....	119

INTRODUCCION

De los estudios realizados del sector agrícola del cantón Milagro se han identificado un conjunto de problemas especialmente en los productores de piña que es el objetivo de nuestro estudio, debido a que queremos desarrollar un centro de acopio que agrupe a los pequeños productores de la fruta con fines de agruparlos para que desarrollen pequeñas microempresas y su producción sea comercializada a través de un centro de acopio.

Para ver las posibilidades de creación del centro de acopio se realizaran visitas a productores que puedan orientar y conocer sus opiniones en cuanto a futuro que desde su óptica nos sirva para llegar a implementarlo, y que a su vez sea el horizonte de apoyo a los productores.

La determinación de la problemática en que se encuentran los productores de piña debido a los altos costos de producción, la carencia de un sistema de comercialización que les garantiza una rentabilidad acorde a la inversión y el tiempo en que tarda la cosecha.

Dentro de las estrategias que se aplicarán serán de capacitación exclusivamente en la producción de la piña por medio de personal especializado del centro de acopio.

La utilización de tecnología adecuada para reducir costos y poder competir con los mercados de otros sectores que se vienen desarrollando y que están ganando mercado tanto local como internacional, desplazando a los pequeños productores de piña del cantón Milagro. Para la estructuración del centro de acopio se planteara objetivos para investigación previa y análisis de cada uno de los productores del sector para determinar las necesidades que puedan solucionar su problema.

El diseño de estrategias para conformar grupos de productores que destinen su cosecha al centro de acopio, para esos productores se les deberá dar un tratamiento preferencial porque formaran parte de la estructura del centro.

El estudio relacionado con el mercado y sus tendencias tanto en el mercado nacional como las proyecciones para incursionar en los mercados internacionales como una forma de fortalecimiento para el sector piñero de la zona.

La factibilidad financiera para poder desarrollar y que se sustenta en las políticas gubernamentales por medio del sector financiero como son la CFN y el BNF podrán permitir implementar el centro de acopio.

CAPÍTULO 1

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes de la Investigación

Como es de gran conocimiento Milagro es una ciudad reconocida por el cultivo de piña, que debido a su gran calidad en su fruta es conocida como la tierra de las piñas, que se debe a las tierras arenosas que posee el sector llamado Banco de Arena, Roberto Astudillo y Naranjito. Con el transcurrir de los años ha venido descendiendo el nivel de producción por diversos factores como, la migración interna de los agricultores por nuevas formas de vida y trabajo, otro factor es el crecimiento habitacional del sector donde ha existido la mayor producción de piña; otra consideración importante es el débil poder económico de los pequeños agricultores que actualmente continúan produciendo y que debido a los altos costos de producción, no están en capacidad de sembrar todas sus extensiones de tierra que muchos de ellos si poseen.

El producto de todos los factores mencionados ha permitido que la demanda del producto sea cada vez mayor en los comerciantes que vienen de todas las regiones del país, que se han visto en la necesidad obligada de acelerar el proceso de maduración con químicos que deteriora las propiedades alimenticias de la fruta.

El aspecto sobre la comercialización y el de mayor interés para el proyecto, es a través de sistemas domésticos y tradicionales sin organización de tal manera de regular los precios, primeramente para cubrir los costos de producción y garantizar un margen de rentabilidad que aliente la producción, para evitar que el comerciante sea el que obtenga los mayores beneficios

La pérdida del liderazgo comercial que mantenía Milagro y su entorno con relación a la producción de la piña, nos obliga a buscar alternativas para que no se pierda la oportunidad de mantener una de las principales fuentes de sostenimiento familiar, especialmente del área rural de este sector agrícola.

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 Planteamiento del Problema

La deficiente infraestructura comercial del sector productor de piña donde cada productor oferta su producto de una manera independiente y esta sujeto a la demanda y precios que impone el mercado, cuando se debería considerar la oferta de los productores, que muchos de ellos por vender el producto, sus márgenes de rentabilidad se ven reducidos.

El sector agrícola de Milagro y su entorno no muestra señales de desarrollo y más bien tiende a disminuir su producción. El escaso y casi nulo apoyo a los pequeños y medianos productores, así como la falta de planes de comercialización, impiden un crecimiento de este sector y disminuyen la calidad de vida de sus habitantes.

1.2.2 Formulación del problema de investigación

¿De qué manera debería implementarse un centro de acopio con el fin de motivar e incentivar la producción de piña, y que su comercialización se la lleve una manera organizada, donde se considera su historia y tradición como una de las fortalezas para su negociación?

1.2.3 Sistematización del Problema a investigar

- ¿Cuál es el sistema de comercialización de los pequeños y medianos productores de frutas del sector rural del cantón Milagro?
- ¿Cuáles son las principales fortalezas y limitaciones del sector rural dedicado a producir frutas como la piña en la zona del cantón Milagro y su entorno?
- ¿En qué áreas existe mayor necesidad de capacitación e intercambio de experiencias como para organizar las microempresas agrícolas en este sector?

- ¿Cómo están organizadas actualmente las microempresas agrícolas en el cantón Milagro?
- ¿Cuáles son los fundamentos que permitirían crear un centro de acopio en el micro región constituida por el cantón Milagro y su entorno?

1.2.4 Pronóstico

Si no se organiza al sector productivo agrícola para trabajar bajo el sistema de acopio que proteja a los productores de piña con poca capacidad de producción, disminuirá las posibilidades de crecer y de mejorar la calidad de vida de quienes se dependen de este tipo de actividades.

1.2.5 Control del Pronóstico

La organización del sector productivo agrícola a través de la creación de microempresas que trabajen bajo el esquema comercial de un centro de acopio para impulsar el crecimiento rural de la microrregión y el mejoramiento de la calidad de vida de la población de Milagro y su entorno.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo general

Estructurar un centro de acopio con fines de comercialización y exportación de frutas como la piña, que favorezca al sector rural agrícola industrial del cantón Milagro.

1.3.2 Objetivos específicos

- Evaluar la información disponible sobre la comercialización a pequeña y gran escala de la piña en las áreas rurales del cantón Milagro.

- Analizar las fortalezas, limitaciones y estrategias a seguir para desarrollar un centro de acopio de piña en el medio rural de Milagro y su entorno.
- Evaluar la factibilidad de creación de un Centro de Acopio para pequeños productores de piña del cantón Milagro y sus alrededores.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La realidad económica y social que representa el campesinado ecuatoriano que contribuye a su propia subsistencia y a la alimentación de las poblaciones rurales y urbanas y la importancia que adquieren los esquemas de consolidación de la democracia, el equilibrio campo-ciudad y la desaceleración de procesos de urbanización, superan las teorías que prevalecían hace algunos años, según las cuales los campesinos estaban condenados a desaparecer como consecuencia de su rechazo al cambio y de su capacidad para vincularse con el mercado.

El Ecuador integra en su territorio las regiones Amazónica, Andina y Litoral, con diferencias y desigualdades sectoriales que conducen a una heterogeneidad de la agroindustria rural. Pequeños agricultores producen una amplia variedad de frutas y hortalizas que son escasamente procesadas y se comercializan en fresco con baja rentabilidad, por dificultades de transporte y problemas de intermediación. Existe un amplio potencial para la implementación de la agroindustria rural. En tal sentido, hasta hace poco tiempo la Agroindustria Rural era un sector desconocido, al cual se le negaba importancia social y económica, además se pensaba que los productores campesinos no tenían capacidad empresarial. Desde hace 15 años se ha desarrollado en América latina un fuerte movimiento de promoción para ayudar a los pequeños productores y a los campesinos a valorizar su producción mediante el funcionamiento de redes y, de esa manera,

mejorar sus condiciones de vida gracias a los ingresos generados y a los empleos creados.

Milagro tiene las condiciones agrícolas para iniciar un proyecto de este tipo que favorezca al sector agrícola, sin embargo, no existen los mecanismos organizacionales y estratégicos que garanticen el respaldo económico de parte del estado o de otras organizaciones no gubernamentales o fundaciones. Este proyecto busca hacer el estudio y plantear los mecanismos que permitan viabilizar la organización y gestión de un centro de acopio para la comercialización de la piña y en periodo muy corto lograr la exportación.

Milagro y los cantones que se enmarcan en su entorno, constituyen uno de los sectores agrícolas de mayor productividad en el país, especialmente en la obtención de caña de azúcar, piña, banano, mango, y en menor cantidad, cacao, leguminosas y otros frutales.

Durante el período de cosechas, se presentan grandes dificultades, especialmente a los pequeños productores, quienes prefieren dejar que los productos se pierdan por los bajos precios que reciben por ellos, lo mismos que no cubren ni los costos de producción. Milagro, sólo aprovecha la caña de azúcar a través de los ingenios Valdez y San Carlos, la Papelera Nacional y las destiladoras de alcohol Codana y la de Marcelino Maridueña. Los demás productos son causa de pérdidas económicas por la falta de planificación para encontrar nuevos mercados para su comercialización y por no existir industrias dedicadas al proceso de éstos productos.

1.5 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Marco Teórico

Los centros de acopio son diseñados con el propósito de lograr un mejor aprovechamiento de la producción agrícola, principalmente en lo referente al manejo de productos, tratando de eliminar en lo posible las pérdidas, tanto por manejo como por falta de una clasificación adecuada. Los centros de acopio están equipados con bodegas, equipos de enfriamiento en algunos casos, tinas de lavado, mesas de selección, empacadoras, y equipo de embalaje.

Es una necesidad para las comunidades rurales de toda la América Latina, encontrar la forma de canalizar y organizar sus esfuerzos en pos de un desarrollo sustentable y sostenible que les permita aprovechar en forma eficiente y responsable el gran cúmulo de recursos de que dispone la región.

Así, frente a necesidades comunes, se hace evidente la posibilidad de desarrollar estrategias comunes, que permitan a todos los países con características similares enfrentar unidos este gran desafío de los tiempos actuales, que en definitiva se convertirá en la herencia imperecedera de las generaciones del mañana.¹

Grande es el deseo de todos los habitantes del sector de ver al Ecuador y a Milagro y su entorno convertido en una región desarrollada y pujante, con empresas y con todos sus hijos gozando de un bienestar derivado de este nivel de desarrollo. Sin embargo, la historia ha demostrado que los cambios pueden demorar penados muy prolongados y son generalmente muy paulatinos.

La microempresa trabajando en forma de red puede resultar entonces el camino adecuado para aprender a caminar, teniendo siempre claro que si el mejoramiento continuo es nuestro objetivo principal en todo lo que hagamos, la microempresa será un punto de partida, el comienzo de un camino de desarrollo,

1 CEPAL: Panorama Social de América Latina 2004

pero el que sea la meta o no de nuestra vida, dependerá de los límites que nosotros mismos pongamos a nuestro destino. (Sabino, Carlos 1991)

Definición de Microempresa

Una definición que existe para este tipo de empresa, se basa en el número de personas que laboran en ella y es así como se puede precisar como microempresa aquella que cuenta con un número de empleados no superior a 10. Esta definición, sin embargo, adolece de un defecto importante, se olvida que existen empresas altamente tecnificadas que con un número inferior al mencionado puede tener ventas de volúmenes muy importantes.

Resulta entonces necesario desarrollar una definición basada en el tipo de tecnología que utiliza la empresa de manera de caracterizar su acción sobre la base de la forma de producir, más que del número de personas que la conforman. Obviamente, el número de personas será un indicador relevante cuando la tecnología usada sea de nivel primario.

Una empresa de esta naturaleza puede caracterizarse por la especialización en su producción. Puede producir bienes de altos niveles de calidad y al mismo tiempo puede caracterizarse por ser muy innovadora en sus procesos y en sus productos, por simples que ellos sean. Estas cualidades le permiten a la microempresa tener acceso a mercados de élite con alto poder adquisitivo y un marcado sentido de la discriminación por la calidad.

La microempresa rural

Las aplicaciones de los conceptos relacionados con la microempresa a las condiciones que favorezcan al medio rural, deben adecuarse a las particulares características de este medio tan especial. Lo extraordinario de este medio radica en que está inserto en la naturaleza misma, es la naturaleza misma, los recursos disponibles constituyen las materias primas y las personas que forman parte de él son los ejecutores ideales para una actividad a pequeña escala.

Naturaleza y características

El medio rural es un ámbito de características muy adecuadas para la instalación y desarrollo de empresas pequeñas. Las familias rurales son instituciones naturales para este tipo de actividad. La interrelación que existe entre familias de una misma comunidad da las condiciones óptimas para un crecimiento lento, pero sostenido. Muchas de las comunidades presentan características que favorecen la producción de materias primas susceptibles de procesamiento, dentro de un marco de especialidad orgánica. Muchas otras presentan una gama de especies exóticas de gran aceptación en mercados exigentes y de alto poder adquisitivo.

Si a lo anterior se agrega que las frutas y hortalizas son cada vez más demandadas por sus características nutricionales tan particulares, el rubro de las microempresas agroindustriales rurales de frutas y hortalizas, especialmente aquellas que presentan altos contenidos de vitaminas u otras sustancias nutritivas, resulta altamente atractivo.

Organización y objetivos

Uno de los aspectos más importantes a considerar en el desarrollo de la idea de tratar de implementar una microempresa, es el aspecto organizativo, es decir, de qué manera estará constituida la empresa; cuál será su organigrama, por simple que sea; cuál será su sistema de producción, incluidos los procesos que estarán involucrados; cómo será el abastecimiento de las materias primas; cuáles serán los mercados objetivo, por lo tanto, cuáles serán los productos y sus especificaciones.

Así, la creación de una microempresa, a diferencia de lo que se puede suponer, debe considerar las mismas estructuras de gestión que una empresa de tamaño más grande, más simplificadas, pero de igual naturaleza, de manera que la empresa pueda manejarse en términos técnicos, económicos y de gestión en forma adecuada que permita su sustentabilidad.

Un aspecto muy importante en la organización es lo relativo al abastecimiento de materias primas. Cuál será la forma de proveerse de las materias primas para el

funcionamiento de la empresa. Cuál será el tipo de relación entre los proveedores y la empresa de procesamiento. Cuál será la proporción de autoabastecimiento si la hubiera. Cómo se estructurarán los contratos de compra para los proveedores externos.

Un conocimiento acabado del mercado objetivo, dará las bases para la adecuada planificación de la producción, de su calidad, de las características que deberán presentar los diversos productos, los tipos de envase a usar.

Por otra parte, es muy importante establecer claramente cuáles son los objetivos de la actividad que se va a realizar. Se debe determinar si el objetivo es el autoconsumo de la comunidad donde se encuentra inserta la empresa, si el objetivo es además el mejoramiento del nivel de vida de la comunidad, si el objetivo es proyectarse al mercado regional o nacional. En otras palabras, se debe establecer con certeza por qué se está desarrollando el emprendimiento, por qué se está instalando la empresa, de modo de actuar en consecuencia.

Definición de agroindustria

Para los fines de este proyecto resulta innecesario e improductivo entrar en una discusión profunda de los que se entiende por agroindustria, un tema que ha dado para llenar varias páginas de voluminosos documentos desarrollados en diferentes contextos en el pasado.

Por lo tanto, proponemos desarrollar una definición simple, que exprese lo que necesariamente debe estar presente como una forma de crear un consenso para continuar con la discusión de los aspectos verdaderamente interesantes de este estudio.

Así, podemos definir agroindustria como aquél subsector de la economía que comprende actividades de acondicionamiento, conservación, procesamiento y comercialización de bienes provenientes de la producción primaria agropecuaria y/o la recolección de productos silvestres o naturales. Esta definición, como se puede observar, no considera algunas actividades de tipo secundario, que contemplan el uso de materia primas industriales como la harina, los cueros, los

subproductos de la industria azucarera y otros. Solamente se refiere a la actividad industrial desarrollada con productos primarios. Además, esta definición deja definitivamente fuera del análisis a los productos acuícolas, ya sea marinos o de agua dulce.

Dentro de esta investigación, la definición de agroindustria adquiere una connotación más restringida, en el sentido de incluir solamente el manejo de materias primas de tipo hortifrutícola, es decir, todas aquellas materia primas provenientes de la fruticultura y de la olericultura, ya sean de naturaleza silvestre o espontánea, o proveniente de sistemas de producción agrícola formales. (Universidad Agraria, Guayaquil 2005)

De este modo, estarnos cubriendo una parte del sistema agroindustrial, porque estimamos que la especificidad de los productos que se consideran en esta oportunidad constituye por si misma un tema muy complejo, que difícilmente se podría combinar con otros sistemas productivos agropecuarios en un análisis de tiempo limitado como el que estamos desarrollando ahora.

El aprovechamiento integral de los recursos

Ya se ha mencionado que los recursos disponibles en Milagro y su zona de influencia, en términos de productos hortofrutícolas cultivados o silvestres, es potencialmente muy grande. Sin embargo, cuando se analizan las pérdidas que afectan a este tipo de productos, las cifras pueden sorprendernos. En general es relativamente sencillo estimar volúmenes no aprovechados cuando se trata de productos cultivados, los cuales se manejan en sistemas relativamente controlados, resulta difícil, sin embargo, estimar siquiera en muchos casos, las pérdidas que ocurren en sistemas silvestres donde los productos se desperdician aún sin recolectar.

Lo significativo de este análisis radica en que, en muchos casos, los productos potencialmente aprovechables pueden constituirse en recursos procesables y comercializables de un valor importante. Por esta razón es que se hace necesario que cada zona evalúe su potencial en términos de los recursos naturales disponibles, es necesario tener claro cuál es el volumen de los recursos y cuáles

son las realidades actuales, en relación con las pérdidas netas de poscosecha o con el desperdicio de productos silvestres no aprovechados al no ser recolectados.

Muchos de estos recursos están disponibles con diferente grado de dificultad para las comunidades que los contienen, de modo que se hace necesario establecer la disponibilidad real de los recursos, las formas de producirlos o recolectarlos para las condiciones específicas de cada área o región, así como las diferentes posibilidades de aprovechamiento que ellos tienen en cada caso en particular. Muchas veces este aprovechamiento será de tipo local, en algunas oportunidades existe un potencial de comercialización más regional o incluso nacional y en otros casos, existen posibilidades ciertas de una comercialización que traspase las fronteras nacionales para acceder a mercados de alta exigencia.

Lo importante en el mensaje es que los recursos existentes, sean de la naturaleza que sean, deben ser aprovechados en beneficio de un mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de las regiones que los poseen. Cuando un bien agrícola se produce, con los consiguientes costos de producción involucrados, resulta penoso ver que algunos casos lo realmente aprovechable no supera el 50 % de lo potencialmente aprovechable, esto significa que un 50% de los recursos productivos usados fueron desperdiciados aproximadamente y no es posible concebir que este sea un lujo que un país pueda darse.

Los mercados

Este es uno de los aspectos más relevantes en el análisis de las posibilidades de éxito, en la factibilidad de un proyecto de microempresa. El establecer la naturaleza de los mercados, la accesibilidad de los mercados existentes, el nivel de competitividad que la empresa tiene frente a proveedores ya posicionados en el mercado, resultan factores muy importantes de considerar al momento de planificar esta actividad

Los mercados objetivos de una microempresa agroindustrial rural en el ámbito de las frutas y hortalizas, por ejemplo, pueden ser de naturaleza muy variada. Desde la producción para el autoconsumo, no necesariamente considerada un mercado propiamente tal, hasta la exportación hacia países de alta exigencia, poder adquisitivo alto, niveles importantes de discriminación.

Estas posibilidades crean una variabilidad importante en el enfoque que los microempresarios pueden y deben dar a su actividad, será diferente cuando el producto de la empresa sea para autoconsumo que cuando éste sea para el consumo comunitario o si se destina a consumo regional, nacional o internacional. Las diferencias radican en los requerimientos que el producto debe cumplir en relación a las normativas particulares que en cada caso se deben aplicar. Existirán, de este modo, normas técnicas y sanitarias que se deben cumplir a nivel local, regional y nacional; así como procedimientos que se deben cumplir para satisfacer las exigencias de los mercados internacionales.

En algunas ocasiones, las regulaciones locales son diferentes y especiales con respecto a la normativa nacional, privilegiándose un sistema de producción y comercialización local, por sobre la comercialización nacional que incluye trabas adicionales en materias de subsidios para la instalación, exigencias en términos de leyes laborales y otras regulaciones especiales que pueden incentivar este tipo de actividad en una región o zona determinada del país.

Un aspecto que también resulta atractivo de desarrollar es el de la asociación para la venta de los productos. Esto requiere de una organización muy ordenada, en el sentido de establecer un mecanismo de normas que permita al grupo producir bienes uniformes, es decir, bajo las mismas especificaciones técnicas que puedan comercializarse incluso bajo una misma marca. De este modo el cliente recibe el material de un distribuidor sin conocer el origen específico del producto. La comercialización desarrollada en esta forma tiene la ventaja de la disminución significativa de los costos relacionados con este ítem, uno de los costos variables de mayor importancia en este negocio. Además, permite establecer una estrategia conjunta para todos los productos de una región o incluso del país, lo que logra un mejor posicionamiento frente a los clientes.

Las metas

Uno de los aspectos más difíciles al planificar una actividad, de la naturaleza que sea, es la estructuración de metas específicas que alcanzar, estableciendo los plazos en los cuales estas metas deben ser cumplidas. Las metas son los resultados que satisfacen los objetivos propuestos por el grupo que sustenta una idea y corresponden a hitos muy bien definidos que deben ser alcanzados normalmente como paso previo al avance a etapas consecutivas.

La capacitación

Una de las bases del buen accionar de cualquier actividad que requiera de una habilidad técnica, es el desarrollo del conocimiento. Cuando un ser humano desea llevar a cabo tareas definidas de un cierto grado de especialización, se hace necesario que logre la mejor preparación posible para enfrentar tales tareas. De este modo, el poner en funcionamiento una microempresa agroindustrial rural para que trabaje en el procesamiento de frutas y hortalizas, hace necesario desarrollar un esfuerzo importante en capacitación. En diversas áreas del quehacer productivo se hace necesario crear capacidades, desarrollar habilidades que permitan a quienes llevan adelante la tarea salir exitosos del emprendimiento.

Una necesidad permanente

La capacitación no tiene un plazo establecido dentro del cual se produce y luego se olvida, la capacitación es una tarea que implica un proceso continuo, que se adecua a los cambios permanentes que se experimentan en el medio en el cual el individuo se desenvuelve.

Este proceso que puede ser interno de la empresa, aún de la microempresa, también puede requerir de ayuda externa, en materias de diversa índole, laboral, de gestión, de tecnología, administrativa y financiera, etc. Cualquiera que sea la naturaleza de la necesidad, es importante tener muy claro que es un proceso imprescindible de realizarse si se desea mejorar en forma permanente los niveles de eficiencia de la empresa.

¿Por qué se considera una necesidad?. Porque debe ser visualizado de ese modo por los verdaderamente interesados en recibir los conocimientos. No es posible que la capacitación sea una actividad impuesta desde el exterior, por instituciones gubernamentales o no gubernamentales, excepto como requisito básico para la entrega de recursos. Pero la capacitación debe ser entendida como una inversión por parte de la propia empresa. Por ello que el proceso puede ser realizado internamente como una manera de aprovechar los recursos internos disponibles en materia de conocimientos.

El desarrollo de capacidades

La eficiencia de un grupo de trabajo dependerá siempre de la capacidad individual de cada uno de sus integrantes y esta capacidad es siempre susceptible de ser aumentada mediante el entrenamiento, la capacitación sistemática y el logro de un trabajo en equipo, en el cual se cumplan cada una de las metas impuestas por los responsables de la gestión, que en el caso de una microempresa pueden ser todos los participantes o dueños de la misma.

La capacidad de establecer los objetivos, las metas y los procedimientos para lograrlos es una de las más fundamentales necesidades de un grupo organizado. Se debe tener la capacidad para variar, para re-estudiar el camino recorrido, para hacer correcciones, para enfrentar problemas y, sobre todo, se debe tener una capacidad especial para resolverlos en forma eficiente.

La capacidad para resolver problemas es una herramienta muy valiosa, pero se debe tener claro que más importante que encontrar una solución en forma rápida, es la capacidad de reconocer dónde está el problema, cuál es el problema que nos afecta. Recién con una adecuada identificación del problema, recién en éste caso se puede pasar a buscar las causas que lo motivan y luego de establecidas estas causas, que deben ser las causas raíces o fundamentales, se puede pensar en las posibles soluciones que existen para el problema.

El mejoramiento continuo y el desarrollo

Las teorías de la calidad total siempre han considerado como uno de sus pilares fundamentales el mejoramiento continuo, es decir, el logro de pequeños mejoramientos en forma permanente, de manera de producir cambios sutiles en los procedimientos y en el accionar de las personas, más que cambios rápidos y muy significativos en un plazo menor. El mejoramiento continuo es un término que se aplica indistintamente a la gestión y a los procesos y tiene un efecto muy positivo en el aumento tan buscado de eficiencia en los procesos industriales. La gente contenta es más productiva y la mayor productividad conduce casi siempre a un desarrollo sostenido de las actividades del hombre.

Una forma distinta de mejoramiento es la Reingeniería, es decir, cambiar en un momento dado la naturaleza del proceso que se está llevando a cabo, desarrollar una idea nueva sobre el mismo objetivo, establecer un proceso diferente. La reingeniería no es un paso paulatino, sino es un cambio casi completo de la concepción del proceso actual por uno nuevo, y se realiza en un plazo más bien breve.

El mejoramiento continuo es un logro, no es una metodología, sino es una meta, que se puede desarrollar por diversos métodos, todos los cuales pueden ser igualmente aplicados. Así, siendo casi una disciplina de vida, es perfectamente posible su aplicación, como concepto, a empresas de cualquier tamaño, incluso familiar. Analizado desde este punto de vista, obviamente el mejoramiento continuo será un factor altamente determinante de un desarrollo sostenido de la empresa.

Al variar las metas con el tiempo y al tenerse una visión diferente cada vez que se alcanza un hito, el desarrollo será una consecuencia casi lógica de todo el proceso de mejoramiento, por muy paulatinos que sean los cambios que se deben producir.

El mejoramiento continuo es un fenómeno que ocurre generado desde el interior de las organizaciones, difícilmente se puede inducir o favorecer significativamente desde el exterior. Las organizaciones cambian porque sus integrantes desean el

cambio y solamente si existe la real voluntad de cambio, entonces, se producirán los cambios que conduzcan a un mejoramiento real del nivel de eficiencia de la empresa. El apoyo de las organizaciones técnicas producirá solamente el incentivo sistematizado para los cambios, pero ellos serán permanentes solamente si el fondo de los cambios proviene directamente del interior mismo de los grupos que son el sujeto del cambio.

En el plano de la sanidad agrícola

La institución encargada de impulsar la política de la normativa y de los sistemas de sanidad e inocuidad agropecuaria es el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA.

El SESA posee la estructura del sistema sanitario nacional, que se soporta en un esquema de organismos múltiples, pero con enfoques sectoriales, donde participan el Ministerio de Agricultura y Ganadería Acuacultura y Pesca –que lo preside- y las áreas de Gobierno de salud, de ambiente, de comercio exterior de industrialización y de competitividad. Estos enfoques dan lugar al establecimiento de políticas, acciones y responsabilidades descoordinado entre los diferentes sectores, y por ende en sus instituciones.

Este problema nace de una falta de concepción de las cadenas de producción alimentaría y, por lo tanto, hay un enfoque que conlleva a una gestión interinstitucional sin articulación, lo cual deja espacios, o eslabones del proceso bastante debilitados.

En forma general se ha podido determinar que el sistema sanitario y fitosanitario tiene que hacer reformas desde el punto de vista estructural, técnico y de infraestructura referidos a:

- a. Coordinación intra e interinstitucional a nivel nacional.
- b. Definición sobre las competencias de la institución.
- c. Profesionalismo del personal especializado, y superación de las debilidades en el nivel de preparación, recursos e infraestructura; y

d. Aplicación uniforme de las directrices y medidas sanitarias.

Estas falencias no permiten responder eficientemente a los requerimientos del mercado nacional e internacional, creando una serie de conflictos entre los intereses de salud pública y sanidad agropecuaria y la productividad y competitividad de los sectores productivo, industrial y comercial.

En relación a la parte legal, la normativa nacional se encuentra enfocada, en su gran mayoría, hacia el control de fronteras. Ecuador cuenta con un sistema de vigilancia aunque en la práctica ha resultado ser insuficiente para realizar actividades de detección y control de plagas y enfermedades mediante alerta temprana. Es necesario propiciar un enfoque, más de prevención que de control, sin que esto quiera decir que no tenga capacidad de reacción rápida ante problemas coyunturales o de control de frontera. La dinámica internacional, exige que los sistemas sanitarios y fitosanitarios sean orientados hacia un accionar a partir de un análisis de riesgo, para su control.

Dentro del contexto de la globalización, que implica negociaciones internacionales de comercio, se ha identificado que el SESA debe ser fortalecido, principalmente las áreas correspondientes a barreras sanitarias y fitosanitarias en puertos, aeropuertos, y puestos de frontera tomando en cuenta la importancia de sus funciones, que son: ejecutar la política de sanidad agropecuaria, proteger y mejorar la producción agropecuaria, garantizar la inocuidad de los alimentos, apoyar el comercio internacional, controlar la calidad de los insumos, minimizar los riesgos a la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en estas acciones.

La acreditación del personal técnico del sector privado para el cumplimiento de actividades de inspección fitosanitaria, en productos de exportación y control cuarentenario, es una modalidad de trabajo que la institución ha implementado con singular éxito. Este puede ser un recurso alternativo enfocado en las áreas y

servicios delegables del SESA, para superar las instituciones del sector oficial en cuanto al recurso humano².

La visión de futuro

Cuando se desarrolla una idea, cualquiera sea su naturaleza, uno de los aspectos que siempre deben plantearse es la visión de futuro que se tiene de la actividad que resultará de tal idea. Normalmente, en el desarrollo de una microempresa la visión de futuro es limitada porque se está restringido a un proyecto de naturaleza muy pequeña. Sin embargo, se debe tener presente que es la visión de futuro de cualquier actividad del hombre lo que lo motiva a enfrentarse a dificultades, problemas y fracasos y continuar luchando por vivir.

La acción motivada

Cada acción que el ser humano realiza, está motivada por la luz al fondo del túnel, por una estrella que simboliza los más profundos anhelos respecto de cada cosa que realiza. Para el caso de las microempresas rurales la situación no es diferente. Se sabe exactamente cuál es el comienzo del proyecto, es decir, de qué dimensiones es y qué actividades realizará, pero raramente se tiene una visión de los que la empresa será en 10 o más años. Esto es una necesidad que debe ser satisfecha como una forma de incentivo al trabajo y como una manera de planificar orgánicamente el desarrollo. Muchas microempresas crecen inorgánicamente y por lo tanto crean tumores internos que no pueden controlar y terminan por destruirlas. El crecimiento debe ser orgánico y una buena manera de sistematizar el crecimiento es tener una planificación adecuada de corto, mediano y largo plazo.

Las motivaciones que mueven a un ser humano a actuar de una forma determinada son muy variadas. Es ideal que los grupos que conforman estas microempresas tengan motivaciones parecidas, o que puedan complementarse. Motivaciones muy disímiles podrán causar dificultades muy importantes en el desarrollo de las microempresas.

² www.sesa.gov.ec/

La visión de futuro, una meta real

Cuando se crea una visión de futuro en forma artificial se tiende a ser muy pragmático y a pensar que los sueños no podrán constituir jamás metas reales. Muchas veces la visión que uno tiene del futuro de una actividad está limitada por nuestros propios límites y ellos impiden que se desarrollen todas las potencialidades y las capacidades de los hombres.

Hay ejemplos en la historia que muestran que en circunstancias especialmente difíciles ciertos hombres han desarrollado proyectos de futuro que les han permitido salir adelante cuando las probabilidades de éxito eran casi nulas.

Es esta visión de futuro la que se debe transformar en nuestra meta real, en el fin último por el cual se realizarán todos los esfuerzos necesarios para alcanzar el nivel de vida deseado.

El aprender a desarrollar un proyecto de futuro es parte del desarrollo de las capacidades que comentamos en los puntos anteriores, es decir, la capacidad de crear una planificación de acuerdo a los recursos disponibles y basados en tal planificación crear una visión de futuro, es algo que se aprende, que se entrena y que se desarrolla sistemáticamente

Mecanismos a nivel gubernamental y privados que existen para fomentar el desarrollo de la agroindustria rural

Para ser coherentes con lo anotado anteriormente, se debe decir que tampoco hay una política definida que sirva directamente para la formación y desarrollo de agroindustrias rurales.

Si bien es verdad que aún en los planes de desarrollo más optimistas de cada uno de los gobiernos en los últimos tiempos se menciona la necesidad de una mejora de la producción agrícola como parte de un mecanismo para elevar el nivel de vida de la población, esto ha quedado solamente en buenas intenciones. A pesar

de que para todos es conocido que el sector agroindustrial es un sector estratégico que provee de mayor empleo, alimentos, y genera ingresos.

Con estos antecedentes el desarrollo agroindustrial se debe en gran medida al esfuerzo privado. En los últimos años se encuentran en la región algunas fundaciones privadas, sin fines de lucro, ya sean de carácter local, nacional o internacional, las llamadas ONGs cuyos objetivos son la asistencia técnica agropecuaria, en muchas ocasiones con pequeños créditos y con financiamientos de instalaciones que sirven a la comunidad y el apoyo a la capacitación campesina con énfasis en la capacitación de la mujer y de la juventud. Entre los principales podríamos anotar a los siguientes:

CECA:	Centro de Educación Campesina del Azuay
SENDAS:	Servicios para un Desarrollo Alternativo del Sur
CECCA:	Centro de Educación y Capacitación Campesina del Azuay
UTEPA:	Unidad Técnica Ecuatoriana de Ecodesarrollo
JORCE:	Juventud Organizada Rural Católica Ecuatoriana
FEPPE:	Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio

Instituciones gubernamentales y No gubernamentales responsables de la implementación de las agroindustrias rurales y su nivel de participación en el desarrollo del sector

En el país deberían preocuparse de la creación de agroindustrias rurales los organismos centrales y regionales que actúan directamente en el sector agropecuario. Algunos de estos, como el CREA (Centro de Reconversión Económica del Azuay, Cañar y Morona Santiago), juegan un papel importante. Esta institución, creada en 1958 para manejar la crisis suscitada en la región a raíz de la caída de las exportaciones del sombrero de paja toquilla, ha venido realizando una serie de programas tendientes a conseguir el desarrollo

económico integral de la zona, dedicándose no solamente al sector industrial propiamente dicho sino también al sector agroindustrial.

Lamentablemente existen muchos organismos del estado que se dedican a la creación y capacitación de microempresas, pero estas actividades se realizan solamente en el sector urbano. Entre las principales organizaciones que se dedican a estas tareas podemos anotar las siguientes:

- El Centro de Desarrollo Industrial del Ecuador (CENDES), Institución que funciona desde 1974 proporcionando asistencia técnica para una mejor utilización de los recursos existentes, pudiendo ser esto financieros y humanos, orientados principalmente al fortalecimiento y desarrollo de la pequeña industria.
- El SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional) tiene como funciones la formación de mandos medios y mano de obra calificada para la industria, el comercio y los servicios y la capacitación de los trabajadores activos. El SECAP realiza entre una de sus actividades cursos periódicos en la rama de alimentos esto es: lácteos, cárnicos y conservas de frutas y hortalizas. A estos cursos acceden personas que poseen solamente educación primaria.

También en este sentido se debe anotar el empeño de la Universidad Ecuatoriana de llegar a los sectores rurales marginados con cursos de capacitación que se consideran como parte de un programa global de Extensión Universitaria y Servicio a la Comunidad. Dentro de ese programa podemos mencionar a la Universidad Estatal de Milagro a través de su Departamento de Investigación que ha elaborado proyectos en este sentido y se encuentra en constante conversación con el sector productivo de la micro región en la que se desarrolla.

Por último cabe anotar que también los Consejos Provinciales y los Concejos Municipales, estarían en capacidad de apoyar la formación de agroindustrias

rurales, ya que esta actividad se enmarca dentro de sus objetivos, los mismos que están relacionados con el desenvolvimiento económico de sus sectores, a través del fomento de la producción ya sea esta agropecuaria, minera o industrial para procurar de esta manera el bienestar de la colectividad urbana o rural.

FORTALECIMIENTO DE SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN A NIVEL LOCAL Y NACIONAL

El acceso de los pequeños y medianos productores a los mercados internos se dificulta por la existencia de las cadenas de intermediación que encarecen el costo de los productos; y que, en su mayoría, no aportan valor agregado real a la misma. La dificultad de estos productores para acceder a la información sobre mercados limita su poder de negociación ante los intermediarios. Situación que afecta fuertemente sus ingresos y su motivación para mejorar su productividad.

La piña es vendida a precios irrisorios, mientras que el intermediario goza de muchos más beneficios que el productor, lo cual decepciona al productor. No estar informado ni tener los contactos dentro del mercado le impiden a ellos entregar directamente el producto.

La ausencia de una legislación moderna que genere mecanismos de regulación del mercado y que fomente la competencia, agrava las distorsiones provocadas por la presencia de numerosas situaciones de oligopsonio, así como también del monopsonio generando conflictos en los acuerdos, lo cual se traduce en un encarecimiento significativo de los costos de transacción.

Por estas razones, se debe garantizar un desarrollo armonioso de las transacciones comerciales entre los actores de la cadena y, por lo tanto, un eficiente funcionamiento del mercado interno, pues es una de las claves de la competitividad.

La conformación de redes en diferentes áreas facilita la entrega directa del producto desde el lugar donde se lo cosecha a la industria, evitando la participación de los intermediarios.

De la misma manera, la comercialización del producto elaborado es entregado directamente a las grandes y medianas tiendas para su distribución al consumidor final, abaratando costos y por consiguiente el precio final del producto.

En cuanto al mercado y el sistema de comercialización externo el gobierno nacional en el texto de las políticas para el agro ecuatoriano 2007 – 2020 establece que:

Se impulsara la consolidación de la institucionalidad de los sistemas de negocios con el pequeño agricultor.

Se implementara un sistema de información e inteligencia de mercado.

Se impulsara la agricultura por contrato entre los diferentes actores de la cadena agroproductiva.

Se apoyará al desarrollo de programas de absorción de cosechas.

Se promocionara las compras públicas y privadas, de productos alimentarios, a través de la Bolsa de Productos Agropecuarios.

Se fomentaran las compras directas por los Programas de Asistencia Alimentaria, como el Programa Mundial de Alimentos PMA. Se promociona ferias locales. Se implementara un Programa de Desarrollo de Productos con Identidad Territorial.³

Se implementara sistema de normas y regulaciones orientadas a mejorar la eficiencia del mercado y la valoración de la calidad e inocuidad.

³ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA DEL ECUADOR. "Políticas de Estado para el Sector Agropecuario 2007-2020"

Se fomentará y fortalecerá la comercialización de productos orgánicos.

Se promocionara a base de un estudio de las características del mercado interno de productos de la pesca y la acuicultura y con sistemas apropiados para su comercialización su consumo en todas las regiones del país.

Se reforzara el sistema de comercialización competitivo y transparente a través de tiendas comunales, centros de acopio y redes regionales de comercialización alternativas y comercio justo, entre otros.

Estas políticas definitivamente se constituyen en una esperanza para el éxito de este proyecto, debido a que el propio gobierno se propone a financiar y promover la comercialización de la producción evitando la intermediación que tanto ha debilitado al sector agroindustrial.

INVESTIGACION, TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA Y CAPACITACION A PRODUCTORES DE PIÑA

Los datos del III Censo Nacional Agropecuario indican que apenas un 6,8% de las unidades de producción agropecuaria se encuentran cubiertas por algún tipo de asistencia tecnológica, incluyendo las herramientas de mercadeo de las casas comerciales de insumos.

En cuanto a educación un 22,5% de los censados no tiene ningún nivel de instrucción aprobado, un 65,3% ha cursado estudios primarios, un 8,4% nivel secundario y un 3,8% el nivel universitario. Esta estructura revela un enorme déficit de instrucción formal, agravado por una baja cobertura de capacitación laboral en el sector agropecuario.

La baja productividad de los cultivos y producción pecuaria en el país, comparada con otros países de desarrollo similar al del Ecuador, es el resultado de las debilidades mencionadas, así como del bajo nivel de aplicación de innovaciones tecnológicas, el uso de paquetes tecnológicos, que no están acordes al suelo,

clima y realidades socioeconómicas de los productores, el divorcio secular entre los centros de investigación o entidades académicas públicas y los requerimientos de los productores en materia de gestión productiva y de mercados.

La innovación tecnológica es clave para el fortalecimiento de la competitividad en el Agro, tanto para aquellos rubros cuya estrategia de desarrollo se basa en la reducción de costos, como para los que buscan una diferenciación por calidad. La base para los procesos de innovación, que contienen etapas de investigación y de transferencia de tecnología, es la capacitación del talento humano y el rescate de los conocimientos ancestrales aplicables a la realidad actual, para desarrollarlos y vincularlos con los adelantos científico-técnicos de la modernidad.

PRODUCCION Y MERCADOS: DIFUSION DE INFORMACION

El sistema de información Geográfica y Agropecuaria, SIAGRO, es el organismo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, que coordina la política de producción y mercados, en conjunto con otros organismos públicos y privados⁴.

La disponibilidad y el acceso a la información, tanto para la gestión de la producción, como para el desarrollo de los mercados, es aun limitada en el Agro ecuatoriano, aquello ha sido compensado parcialmente por el MAGAP, a través del Proyecto SICA, mediante la ejecución y difusión del III Censo Nacional Agropecuario y el levantamiento de la pagina web del Sistema de Información para el Sector Agro pecuario así como por otras iniciativas como el centro de información de la Corporación de Promoción de Inversiones y Exportaciones, la red Ecuarural del IICA, el portal Agroecuador de la cámara de Agricultura de la primera zona, el Sistema de Información Geográfica y Agropecuaria SIGAGRO, y el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador SISE, entre otras⁵.

⁴ www.sica.gov.es, Servicio de Información y Censo Agropecuario.

⁵ www.inec.gov.ec, Instituto Nacional de Estadística y Censos

El sistema de información Geográfica y Agropecuaria, SIGAGRO, tiene como misión diseñar e instrumentar métodos y técnicas de cuantificación de las variables ambientales e incorporarlas a los sistemas de planificación, seguimiento y evaluación para el desarrollo del agro. Debe cooperar con las Subsecretarías regionales del Ministerio, corporaciones regionales, y organismos seccionales, en lo referente al cumplimiento de la política y normatividad nacional, dentro de los campos del uso, manejo y conservación de los recursos naturales renovables e impacto ambiental rural.

Sin embargo, a pesar de estas iniciativas y de la actualización de información de oferta productiva, la situación en general para el Agro sigue siendo deficitaria, la información no se encuentra actualizada, procesada ni adaptada a la realidad del consumidor final, y el nivel de acceso es bajo.

ALTERNATIVA: PROYECCION DE INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PIÑA EN LA ZONA DEL CANTON MILAGRO

Queremos dejar como un precedente que se deben realizar estudios encaminados a formación de agroindustrias con todos los productos agrícolas de la región. Milagro es una zona agrícola por excelencia y ha logrado un desarrollo agroindustrial sostenible a través de la Empresa azucarera Valdez con más de cien años en el mercado. A ello se suma la empresa de alcoholes CODANA, las cuales producen a través de la industrialización de la caña de azúcar.

Existen otras empresas agroindustriales con las mismas características que se ubican en la zona de influencia de esta ciudad como son el Ingenio San Carlos, La Papelera Nacional, la de Alcoholes San Carlos y otras de menor rango.

La principal característica del cantón Milagro es la Piña, la cual se ha convertido en el símbolo de la ciudad. Las propiedades de la tierra arenosa propicia para el cultivo de este producto en la zona de la parroquia Roberto Astudillo, convirtió a este sector en uno de los principales abastecedores de piña en el país.

El escaso apoyo al sector agrícola y principalmente el pésimo sistema de comercialización ha provocado una disminución considerable de la producción de la piña. Al crearse un sistema de redes de comercialización mediante microempresas agroindustriales que se dediquen a la industrialización de la piña, estamos convencidos que mejorará la producción en beneficio de los pequeños finqueros que tradicionalmente se dedicaron al cultivo de este producto.

A continuación detallaremos las virtudes de la piña y su incidencia en el sector agro industrial a nivel local y nacional.

LA PIÑA

La piña de nombre científico (**Ananas comosus**), es una especie de la familia de las Bromeliáceas, y se estima que en el mundo existen más de 1.400 especies. Esta fruta es originaria de Sur América, específicamente de la zona tropical de Paraguay, Brasil y Argentina, recocida en los países nórdicos, se le apreciaba más por ser un manjar que por su condición de fruta, sin embargo, en la medida en que fue creciendo su producción y arraigando su consumo los precios se estabilizaron.

En fresco y en procesado, ha llegado a convertirse en la quinta fruta más popular en los Estados Unidos, apuntando un consumo per cápita en promedio de 14 libras al año.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

La piña es un fruto compuesto, formado por aproximadamente 150 a 200 pequeños frutos individuales unidos al eje central de la inflorescencia. En el extremo superior del fruto se encuentra una corona de hojas, la cual continúa su crecimiento hasta que el fruto madura y que es utilizada para la propagación de la planta. En la base del fruto pueden crecer esquejes algunos de los cuales en

realidad son las coronas de frutos pequeños que no siempre son visibles y que también son utilizados para la propagación de la planta. Normalmente, la maduración del fruto se lleva a cabo en unos 5 o 6 meses después de la formación de la inflorescencia, dependiendo de las condiciones climáticas

FACTORES DE PRECOSECHA

La calidad del fruto de la piña depende en gran medida de las prácticas de cultivo que se siguieron durante su formación y desarrollo. Un buen cultivar debe producir un fruto de forma cilíndrica, buen color, ojos planos, un pedúnculo floral corto pero vigoroso, pulpa firme, de buen color, con poca fibra, con alto contenido de materia seca, acidez moderada, alto contenido de vitamina C y una relación pequeña de hoja a fruto. Para la obtención de frutos con valor comercial, es necesario buenas prácticas de cultivo y la selección del cultivar apropiado a las condiciones ecológicas del lugar y el mercado de destino. También, es importante diferenciar si el cultivar va a ser destinado para el mercado local, exportación o para industrialización. Si los frutos van a ser destinados al procesamiento, se recomienda que el ciclo de crecimiento sea largo y una densidad de plantación relativamente baja. Si el fruto es para exportación, normalmente se incrementa la densidad de plantación para obtener frutos más pequeños. Como el ciclo de floración de la piña es poco confiable, se acostumbra inducir la floración con productos que liberan etileno como el carburo de calcio y el etefón. Esta práctica es común para las piñas destinadas al procesamiento y la exportación que requieren de tamaños y pesos homogéneos. Durante el desarrollo del fruto es necesario un buen control de plagas y enfermedades y evitar las escaldaduras producidas por el sol. Este daño se presenta cuando el pedúnculo de las piñas es delgado y poco resistente por lo que se dobla con facilidad exponiendo la fruta a los rayos del sol. Cuando los frutos son para exportación es necesario reducir el tamaño de la corona, lo cual puede realizarse arrancando el meristemo con una herramienta filosa parecida a un cincel cuando la corona tiene aproximadamente 8 cm de largo. También se puede limitar la longitud de la corona aplicando 80 ppm de "Fruitone" (ácido clorofenoxipropiónico) aproximadamente 6 semanas después de la aparición de la flor.

CRITERIOS DE CALIDAD

La calidad de la piña depende de la sanidad y aspecto del fruto. La fruta no debe presentar golpes de sol ni daños ocasionados por enfermedades o por insectos (Figura 3). Uno de los daños más comunes es la podredumbre del fruto producida por el hongo *Thielaviopsis paradoxa*. Este hongo infecta la piña durante el desarrollo del fruto aunque es común que la invada después de la cosecha, cuando se utilizan cuchillos sucios sin desinfectar. Las moscas de la fruta atacan a la piña en la etapa cercana a la madurez, pero debido a su elevada acidez, por lo general las larvas no sobreviven en el fruto. El lepidóptero *Batrachedra* sp. Se alimenta de los tejidos externos del fruto causando lesiones que producen una exudación gomosa y aunque el daño se puede presentar en cualquier etapa de desarrollo del fruto, es más evidente en la etapa de madurez en la que se forman cavidades que se secan, se tornan duras y adquieren un color oscuro, que hacen que el fruto no sea apropiado para la comercialización.

ÍNDICES DE MADUREZ

El punto en el cual un fruto se considera listo para cosechar depende de su destino final ya sea para enlatado, exportación o mercado local. La fruta para enlatado y mercado local tiene que cosecharse madura. Las frutas de color verde oscuro no son apropiadas para los mercados en fresco. La madurez se determina por los días después de la floración o por el color de la cáscara que cambia de un verde oscuro a un verde claro y después a un amarillo anaranjado, dependiendo de la variedad. El cambio de color se inicia en la base pedúncular del fruto y poco a poco se va extendiendo hacia la corona a medida que avanza la maduración, hasta que todo el fruto tiene un color homogéneo



Componente	Cantidad	Unidades	%DDR
Energía	200	Ki	2.29
Energía	50	Kcal	2.29
Proteína	Contiene menos de 1 g 0.80		
Grasa	0		
Carbohidratos	14	g	
Fibra		g	
Vitamina A	5	ug	
Vitamina	0.61	mg	102
Calcio	18	mg	2
Fósforo	8	mg	
Hierro	5	mg	4

Fuente: Olga María Murillo Directora del CNP

El Ecuador ha sido uno de los exportadores de piña, aunque su crecimiento se ha detenido durante los últimos años.

PARTICIPACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL GRUPO ANDINO EN LA PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PIÑA

Entre las décadas del 80 y 90, el área sembrada con piña en el Grupo Andino aumentó en más de 5 500 ha. En los años 80, Ecuador tenía el 44% del área y Venezuela el 20%. En la década de los 90, la participación de los países cambió pasando Colombia con la mayor área sembrada teniendo el 40% del total, del

Grupo Andino, sin embargo a partir de del 2000 volvió a caer el área sembrada en Colombia llegando a sólo 3 600 Ha.

GRUPO ANDINO: SUPERFICIE SEMBRADA DE PIÑA (ha)

Países	1980	1984	1990	1996	1997	1998	1999	2000
Bolivia	710	766	1100	1200	1200	1300	N.D	N.D
Colombia	2454	3700	7755	5821	9286	6752	4013(1)	3605(1)
Ecuador	7967	4015	3200	3100	3500	N.D	N.D	N. D
Perú	3490	4600	5600	4900	5100	6400	N.D	N-D
Venezuela	3528	3506	4400	4600	4700	8900	N.D	N»D
TOTAL	18149	16587	22055	19621	23786			

(1) No incluye área del Departamento de Santander. Estimado 2 000 ha adicionales.

(2) FUENTE: Estadística Junac y otras.

(3) Elaboración: Francisco Ferrucci. Consultor JUNAC.

Este cuadro nos muestra una decadencia de la producción de piña en el Ecuador durante los últimos años. Colombia es el primer productor del Grupo Andino con el 37% en 1980 y 55% en 1995. Este nivel de producción posibilitó que Colombia sea en 1995 el 81 más grande productor de piña en el mundo mientras que en 1990, ocupó sólo el 111 lugar a nivel mundial.

Para comparar el nivel y comportamiento de la producción del Grupo Andino con respecto a los principales países productores de piña del mundo se tiene que Tailandia, Filipinas, Brasil, India, Nigeria y China presentan un volumen de producción mayor que el correspondiente al total del Grupo Andino.

La piña en Milagro

Francisco Benítez y Blanca Fajardo son dos milagreños dedicados al expendio de piña hace diez años.

El sitio de concentración para la venta de la fruta es el mercado Colón, ubicado en la avenida del mismo nombre. Ellos pertenecen a la Asociación de Comerciantes Minoristas Piñeros y Afines, que agrupa a más de 40 vendedores minoristas y mayoristas de diversos sectores. Es muy común ver en este mercado la llegada y salida de carros abarrotados de piña, la misma que es comercializada para ser

trasladada a las principales ciudades del país y muchas para la exportación aunque en menor proporción.

“A nivel mundial la piña milagreña es la mejor. Aquí la vienen a comprar para enviarla a España y Alemania”, afirma Fajardo.

Respecto a que Santo Domingo de los Colorados le arrebató el título de primer productor de piña a este cantón, Carlos Ortega, jefe de Negocios Internacionales de Reybampac, menciona que la fruta que se produce en Santo Domingo (la MD2 o Golden) se la exporta y la de Milagro, que se la clasifica de acuerdo con el tamaño (grande, pareja, barba, rebarba, bola y bolilla) es para consumo interno.

Milagro se niega a ceder el primer lugar en producción de piña, pero necesita reorientar su sistema de comercialización que estaría orientado a dedicar su producción en gran parte a la industrialización mediante diversos derivados que servirían para el consumo interno, inclusive para la exportación



TENDENCIAS DE CONSUMO DEL MERCADO INTERNACIONAL

CRECIMIENTO DEL MERCADO LATINOAMÉRICA CON LOS PROCESADOS EN ESTADOS UNIDOS

En conserva

En los últimos años, los países latinoamericanos han ganado terreno en el mercado de los productos derivados de piña dirigidos al mercado de Estados Unidos; para piña en conserva han aparecido proveedores como es el caso de

Brasil, **Ecuador** y Colombia. Este último por ejemplo, incrementó su participación en 18 toneladas de 2004 a 2005, lo que representa 45% de crecimiento anual promedio. En valor el incremento fue mayor, poco más de 51%; apuntando un precio implícito en 2005 de US \$1.59 por libra, introducido por el puerto de Miami. Estos montos y volúmenes son importantes para Colombia, si se tiene en cuenta que la principal economía de Latinoamérica Brasil, acumuló 14 toneladas; tan solo 24% de las exportaciones Colombianas a ese destino durante 2005. ⁶

De igual manera, Ecuador es un país que cuenta con similares condiciones edafoclimáticas a las de Colombia para el cultivo de frutas, especialmente en el grupo de las tropicales, dentro de estas se encuentra la piña; dada la ubicación geográfica en donde se encuentra, acumula tan solo 42% del volumen que Colombia colocó a ese mercado, presentando una diferencia de 34 toneladas en 2005, permitiendo exponer la ventaja que posee, percibiendo un futuro prometedor en un corto plazo para el desarrollo de la industria nacional.

La jalea de piña

Otro producto de la piña que vale la pena tener en el análisis es la jalea, que a pesar de no contar con una partida arancelaria propia para el registro de entrada a Estados Unidos, se incluyen en el grupo genérico de jalea, conjunto en el cual este mercado ofrece el mayor potencial de exportación para cualquier país, teniendo en cuenta las estadísticas³ que permiten observar una tendencia creciente en el lapso 2000-2005, perteneciente a confituras, jaleas y mermeladas de piña, momento desde el cual a partir de 2000 viene presentando un flujo comercial fuerte, que ha llevado a que en 2005 apunte un crecimiento anual acumulado de 20%, periodo dentro del cual se destaca 2003-2004, con un incremento de su flujo comercial en 34 toneladas, que representó 37% del incremento total causado en este periodo.

⁶ PNUD. "Hacia un desarrollo sin pobreza en América Latina y el Caribe". Editorial Presencia Ltda. Colombia, 1991. Págs. 232 y 233.

Dicha correspondencia, entre el comportamiento de las exportaciones y las ventanas de ingreso, cada vez mayores en términos de valor y volumen para el mercado de Estados Unidos, plantea un desafío para la industria nacional ecuatoriana, de forma que se aproveche, incrementando la activa participación registrada en los últimos años a la vez, que se convierta en un producto jalonador, ampliando las posibilidades y permitiendo crecimiento y generación de riqueza a través de esta vía comercial.

Los enlatados de Piña

Durante muchos años, la República Popular de China, dominó la producción de productos enlatados a base de piña; gracias a la capacidad instalada con que contaban, una vez superada la guerra de *Indochina*, inició una producción a escala, especialmente enlatados; inundando el mercado mundial, presionando a que el precio bajara y se estabilizara rápidamente.

El poderío de china en este mercado fue neutralizado gradualmente por países como Filipinas y Tailandia, que para el caso del mercado de Estados Unidos representaron 50% y 34% respectivamente en 2005. Mostrando en el caso de Tailandia un incremento en marzo de 2006 de 239 toneladas adicionales a las exportadas en el mismo mes del año anterior. Lo cual llevó a que China se desplazara al tercer lugar con 13%. Todo esto ha presionado el ingreso de nuevos países competidores como: Costa Rica, Brasil, México y Colombia; en productos elaborados a base de piña, lo que muestra la aparición y por consiguiente sus oportunidades para el área latinoamericana en dicha participación comercial.

Brasil por su parte, exportó en 2004, 8 toneladas de piña enlatada a Estados Unidos, resultado de un incremento con respecto al año anterior de casi tres veces, poco más de 5 toneladas, las cuales ingresaron por los puertos de Miami y New York. Por este último puerto Colombia tiene registros solamente en 2002, apuntando poco más de 1 tonelada. Costa Rica, conocido por dominar el mercado en fresco de este producto; registra poco más de 34 toneladas en 2005.

México es el único país de la región latinoamericana que ha mantenido presencia continua en las importaciones de Estados Unidos en buena parte por su cercanía

geográfica, a pesar de presentar una variación negativa acumulada de 25%, en el periodo 2001-2005, equivalente a 101 toneladas; situación presentada en el periodo 2002-2003.

CONCLUSIONES RESPECTO A LA PIÑA

La situación es clara, en los últimos años y teniendo en cuenta el desempeño comercial que ha presentado América Latina en los productos derivados de piña y aprovechando el espacio cedido por La República Popular de China, gradualmente se ha creado una posibilidad de acceder a un lugar importante, permitiendo colocar este producto con mayor valor, en la medida en que la industria desarrolle productos más elaborados, aprovechando de la mejor manera el consumo creciente de piña fresca y procesada en el mercado de los Estados Unidos en los últimos años y el posicionamiento de Colombia al interior del bloque de países de Latinoamérica, especialmente en el grupo genérico de jaleas y mermeladas de piña. De igual manera, aprovechar las condiciones propicias para el cultivo de la piña de forma, que la empresa privada de mano del Estado ecuatoriano a través de políticas agrarias, establezcan una estrategia integral que lleve de la mano la aplicación de políticas dirigidas al desarrollo de la industria, con reglas de juego claras, que posibiliten la exportación de derivados en piña al mercado de Estados Unidos.

Algunas Conclusiones respecto a la industrialización

La pequeña y mediana microempresa agroindustrial, representan una clara alternativa de desarrollo de los diferentes sectores involucrados en la INDUSTRIA, debiendo por lo tanto darles la prioridad adecuada, que hasta el momento no se le ha dado, o en todo caso es insuficiente.

Por lo tanto, la pequeña y mediana microempresa sustenta un crecimiento muy dinámico y participación relativa en cuanto al número de establecimientos, personal ocupado, generación de Valor Agregado.

La imagen objetivo que se propone para la pequeña y microempresa debe tener las siguientes características:

- Moderna, eficiente y de crecimiento
- Articulación intra e intersectorial
- Pilar del desarrollo regional y local
- Dinamismo tecnológico y capacidad de innovación
- Marco institucional adecuado, es decir que concentre a todos los actores e instituciones involucrados en su desarrollo.

Lo anterior supone:

Contar con financiamiento, capacitación, asistencia técnica, comercialización, abastecimiento de insumos, infraestructura, investigación y transferencia de tecnología, formalización y registro información promoción de inversiones etc.

Dentro del marco de este objetivo principal, la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe ha realizado durante los últimos años un esfuerzo importante para apoyar el desarrollo del sector micro empresarial.

Más de 670 personas participaron en las diferentes actividades realizadas sobre la pequeña agroindustria, de las cuales, 52 % se capacitó a través de los cursos prácticos, realizados a nivel sub-nacional, nacional y subregional.

El desarrollo de la microempresa agroindustrial ofrece una buena alternativa para el desarrollo socio-económico de la población rural. Los beneficios que tiene el desarrollo de la pequeña empresa agroindustrial son:

- Proporcionar un valor agregado a la materia prima;
- Reducción de pérdidas pos cosecha. Esta reducción es aún mayor cuando las actividades se realizan en las zonas de producción;
- Generar empleo;
- Disponibilidad de productos fuera de temporada;
- Mejorar el nivel de nutrición de las poblaciones;
- Integración de actividades rurales en la economía de mercado.

un proceso productivo; desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, y su comercialización en los mercados internos y externos. La finalidad del enfoque de cadenas es: conocer en detalle el funcionamiento de un proceso productivo desde el punto de vista tecnológico y económico; definir las posibilidades reales de mantener o generar competitividad; evaluar el impacto de los cambios en el entorno; evaluar la influencia de la situación económica nacional e internacional; y, definir agendas de trabajo conjuntas entre los agentes económicos que participan en la cadena. En un ambiente de continua búsqueda de competitividad, solo la atención a todos los eslabones del proceso productivo conduce al logro de los rendimientos y la calidad de los productos, para ingresar y permanecer en los mercados.

ESTADOS UNIDOS UN MERCADO PARA LOS CENTROS DE ACOPIO

El hecho que el ATPEA esté vigente para Colombia no implica que todo lo que Colombia produce en textiles y confecciones sea fácilmente vendible. Es un mercado muy competido, el primer comprador del mundo, todos los países miran

allí y quieren colocar sus productos. Estados Unidos tiene muchos mercados y en ellos hay dos muy importantes, el que podemos llamar “mercado gringo” compuesto por los americanos descendientes de los ingleses y el mercado latino, más cercano a nuestro tallaje y moldearía y a los gustos por diseños y colores. El mercado Americano es un mercado de grandes volúmenes, no muy exigible en calidad (lo es mucho más el Europeo), pero si es estricto en cumplimiento (fechas de entrega y cantidades entregadas).

Si bien toda la extensión de los Estados Unidos puede ser importante como mercado, el nicho para iniciar, y continuar aprendiendo, es el mercado de La Florida Referenciados en estudios realizados por BANCOMEX (Banco de Comercio exterior de México) El Mercado de Florida es sin duda, uno de los de mayor crecimiento en la Unión americana y a nivel mundial. Por su estratégica posición geográfica, ubicada en el centro del Continente Americano, entre el Golfo de México y el mar Caribe, por la diversidad étnica de su población, aunada a la importante infraestructura de servicios con que cuenta, particularmente los de transporte, financiamiento y comunicaciones, han convertido a Florida en el “Centro Estratégico de Negocios y de Distribución Comercial” más importante del hemisferio. Particularmente el mercado de la Florida realizó importaciones, el último año, por más de US\$5.000 millones en prendas de vestir. Otro factor fundamental es la presencia de población de origen hispano que radica en el sur de la Florida, potencial consumidora de artículos Colombianos y principales distribuidores para los mercados de Latinoamérica.

La evolución obligada

Para ser competitivas en el mercado Americano las empresas ECUATORIANAS dedicadas a la comercialización de productos agrícolas y sus derivados, se han venido preparando y ya aparecen como solución las estrategias mediante alianzas que hasta hace unos pocos años se consideraban imposibles. Las cadenas de valor son una respuesta actual. Se define a la “Cadena de Valor” como “la colaboración estratégica de empresas con el propósito de satisfacer

objetivos específicos de mercado en el largo plazo, y lograr beneficios mutuos para todos los “eslabones” de la cadena. El termino “cadena del valor” se refiere a una **red de alianzas verticales o estratégicas** entre varias empresas de negocios independientes dentro de una categoría de productos o servicios”.
(Gómez Escobar, 2004)

Esto ha permitido eliminar transacciones innecesarias que se reflejan en reducción de costos en toda la cadena de abastecimiento y permite llegar con un precio más bajo y un margen importante. Se cumple así la profecía de Kottler del dar más por menos.

1.5.2 Marco conceptual

Microempresa.- Aquella organización que cuenta con un número de empleados no superior a 10 y que trabajan con la finalidad de obtener ingresos por medio de la producción y comercialización de los productos que estos elaboran.

Agro.- La palabra agro, es un enfoque multisectorial, hace referencia a la producción agrícola, forestal, silvícola, pesca, acuacultura, agro productiva, agroindustrial, agroforestal, al agro comercio, al agroturismo y lo agro artesanal. Por otra parte, se debe enmarcar también dentro de un enfoque multisectorial, a través del cual se reconoce el rol del sector en la conservación de los recursos naturales y del medio ambiente; el tratamiento de ciertos problemas de carácter global como en el cambio climático, biodiversidad, desertificación y otros; así como el desarrollo del capital social y el mantenimiento de la vida comunitaria.

Industria.- Es aquella entidad concerniente a la transformación de la materia prima en producto final.

Agroindustria.- Entidad u organismos que se encarga de transformar la materia prima que proporciona el agro, para luego transformarla en producto final.

Acopiar.- Juntar, reunir en cantidad algo, y más comúnmente granos, provisiones, etc.

Pobreza.- Nivel de vida de las personas de un lugar, dependiendo del nivel de ingresos y de la satisfacción de sus más elementales necesidades.

Políticas.- Normas particulares que aplica un estado o una organización para desarrollar de mejor manera sus actividades.

Planes de Apoyo financiero.- Planes que aplica una institución o el Estado para favorecer a determinados grupos vulnerables y de personas que deseen formar microempresas.

Microempresas agrícolas.- Grupo de microempresas que se organizan para propiciar una mayor dinámica de coparticipación en los procesos productivos, beneficiándose de manera común todos sus integrantes y quienes dependen de ellas.

Desarrollo sostenible.- Desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer a la de las futuras.

Índice de calidad de vida.- Características de vivienda y posibilidades de acceso a los servicios públicos domiciliarios, así mismo miden nivel de educación, incluyen variables que miden el capital humano.

Subempleo.- Se produce cuando una persona trabaja menos de 32 horas semanales o cuando su empleo no corresponde al nivel de su calificación.

Competitividad: Proceso de cambio continuo y dinámico cuyo objetivo es la permanencia en el mercado y la obtención de beneficios financieros y/o económicos. Se habla de un proceso continuo, porque el esfuerzo competitivo debe ser permanente; y se habla de dinámico, porque el cambio continuo del entorno obliga a realizar ajustes constantes.

Enfoque de demanda.- El enfoque de demanda implica considerar los requerimientos o demandas de la cadena productiva la oferta en función de la demanda; es decir, responder a la demanda reales de los actores que conforman la cadena productiva. Ejemplo de esto es la realización de propuestas de políticas con base en las necesidades de los propios agricultores.

Innovación.- proceso de capacitación y conocimiento para nuevos productos o servicios, e implantación de técnicas productivas diferentes a la existentes, o de apertura de nuevos mercados, que ayudan a estimular el desarrollo de cualquier sociedad o nación. También se llama así al proceso de transformación de un producto ya existente, modificando sus características para perfeccionarlo, o creando aplicaciones nuevas.

Inocuidad.- Sinónimo de calidad sanitaria; se refiere a la aptitud de un alimento para el consumo humano sin causar enfermedad.

Producto diferenciado.- Corresponde a aquel producto que posee valor agregado; y se diferencia de los demás, ya sea por tener mayor calidad, mejor precio o utilidad.

Rentabilidad.- porcentaje de beneficios que rinde un activo (ej. Tierra) durante un determinado período de tiempo. Cierta actividad económica es rentable si produce beneficios.

Sostenibilidad.- Término que alude a lo “que se mantiene”.

Sustentabilidad.- término que alude al “sustento necesario para vivir”.

Valor agregado.- Es la diferencia entre el valor original de los bienes que produce un sector o empresa y el valor de los insumos que el sector o empresa utiliza para producirlos. Es decir, valor agregado corresponde a todo lo que el productor agrega para enriquecer o desarrollar un producto a partir de su estado

natural o a partir del estado en el que recibe (por ejemplo el valor agregado del productor de café es el conjunto de acciones para entregarlo en calidad de ser comercializado; o el conjunto de procesos que somete quien recibe el café en grano para convertirlo en café soluble).

Tecnología.- La Tecnología es una característica propia del ser humano consistente en la capacidad de éste para construir, a partir de materias primas, una gran variedad de objetos, máquinas y herramientas, así como el desarrollo y perfección en el modo de fabricarlos y emplearlos con vistas a modificar favorablemente el entorno o conseguir una vida más segura.

Abastecimiento.- El proceso de abastecimiento es el conjunto de actividades que permite identificar y adquirir los bienes y servicios que la compañía requiere para su operación, ya sea de fuentes internas o externas. Partiendo de esta definición, se puede ver que el abastecimiento va más allá de la simple adquisición de materia prima, ya que se encarga de todo lo que requiere la empresa para su operación, así como de facilitar los medios necesarios para conseguirlo.

Mercado.- Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

Capacitación de personal.- La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo

Mejoramiento continuo.- El Mejoramiento Continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo.

Normas de calidad.- son un conjunto de normas que estandarizan procedimientos de trabajo para garantizar la calidad de un producto o servicio. *La* totalidad de los aspectos y características de un producto, que le confieren aptitud para satisfacer necesidades establecidas o implícitas

1.6 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.6.1 Hipótesis General

Si se crea un centro de acopio para la comercialización de la piña, mejorará la productividad y el nivel de vida de la población rural del cantón Milagro

1.6.2 Hipótesis Particulares

- El análisis previo sobre la producción y productividad de la piña en el cantón Milagro permite tomar decisiones sobre la factibilidad de conformar microempresas productores de piña entre los pequeños productores de piña.
- El estudio e indagaciones previo con los pequeños productores de piña del cantón Milagro y sus alrededores permite determinar el porque del debilitamiento productivo piñero en la zona.
- Al analizar la realidad actual de la microempresa en Milagro, se comprobará su desorganización y poca eficacia.
- La aplicación de programas de capacitación, en el que se incluyen alternativas de financiamiento a los pequeños productores de piña, tanto a nivel técnico como organizacional, sirve de estímulo para el resurgimiento de la producción de la piña en el cantón Milagro.

- .La ubicación, productividad y desarrollo organizacional de un centro de acopio en el sector rural del cantón Milagro, garantizará la comercialización a precios justos y optimización de los recursos humanos y materiales de la micro región.

1.6.3 Variables

VARIABLES. CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	Definición conceptual de la variable	Dimensiones de la variable	Indicadores	Instrumentos Items
DEPENDIENTE				
Centro de acopio piña	Desarrollo de una empresa que acopia productos del sector agrícola piña. Evitando la venta de la materia prima a precios irrisorios.	Niveles de Producción Infraestructura rural Competitividad	Calidad de productos Variedad Servicios Básicos Capacitación	Observación Encuestas Entrevistas
INDEPENDIENTE				
Microempresas agrícolas	Grupo de microempresas que funcionan de manera coordinada, de tal manera que cada una produce lo necesario para abastecer las necesidades de la otra	Planeación Organización	Metas Funcionamiento	Observación Entrevistas

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Tipo de investigación y perspectiva.

La investigación que nos proponemos realizar es de tipo **Descriptiva**, porque buscamos los fundamentos que nos ponen con claridad frente al problema.

Además es **de Campo**, por la necesidad de buscar información directamente la encontraremos en la población y específicamente en la muestra seleccionada

Se transforma en **explicativa** cuando se detalle los pasos que se han seguido durante la investigación y las recomendaciones que se hagan para realizar planes de financiamiento.

Es importante añadir que como proyecto **factible** se debe hacer constar las siguientes etapas: Diagnostico, planteamiento, Fundamentación teórica y procedimiento metodológico así como la propuesta.

1.7.2 Universo y Muestra

- **Tipo de muestra.**

Muestra no Probabilística: Seleccionamos este tipo de muestra porque la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con las características de la investigación debido a que se considerarán sólo a los pequeños productores y posibles inversionistas en microempresas de acopio y comercialización.

Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N}{\epsilon^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{82}{0.0025 (81) + 1}$$

$$n = \frac{82}{1.20}$$

$$n = 68$$

Procedimiento de selección.

Se aplicará el método por cuotas y además para confirmar el estudio se aplicará el método de casos, en las situaciones especiales

1.7.3 Método de investigación.

Histórico – Lógico. Es necesario conocer los antecedentes relacionados con la microempresa rural y buscar la relación con la calidad de vida de la población. Por ello este método será necesario durante el proceso de investigación.

Analítico – Sintético. El análisis de la situación socioeconómica de la población rural y de sus familias nos lleva a obtener conclusiones y síntesis importantes para la toma de decisiones sobre programas de productividad micro empresarial y ayuda o soluciones a las necesidades de apoyo a pequeños inversionistas.

Método Hipotético-Deductivo

Este método nos conducirá a confirmar las hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos y de principios y leyes más generales. Las inferencias lógico deductivas nos permitirá arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis

Inductivo – Deductivo.

Este método es muy aplicado en la investigación, parte de la inducción o de la deducción dependiendo de la necesidad y de las facilidades que otorga el objeto de estudio. En nuestro caso, debemos aplicar ambos métodos.

Método Sintético

Este método nos permitirá relacionar ciertos hechos aparentemente aislados relacionarlo como son la situación productiva y sus limitaciones especialmente en el sector rural..

Métodos Empíricos

La importancia de la aplicación de éste método, radica en la percepción directa del objeto de investigación, la situación de pobreza, y del problema, que es el gran porcentaje de desocupación que impide un mejor nivel de vida..

Los instrumentos que se aplican en los métodos empíricos son especialmente la encuesta y la entrevista, a más de la observación. En la investigación nos servirán para obtener información de todas las fuentes seleccionadas.

1.7.4 Fuentes y técnicas para la recolección de información

Las principales fuentes serán los pequeños productores que provienen de trabajadores pobres y sector campesino. Las autoridades, inversionistas, alcaldes, autoridades universitarias, sector bancario y otros.

1.7.4.1 Tratamiento de la información.

Descriptiva. Es necesario la aplicación de un software de manejo de la información obtenida en las encuestas. El seleccionado es el SPSS.

Inferencial.- La interpretación de los resultados para la toma de decisiones es importante, por lo que debe ser aplicada de igual manera.

Se aplicarán los dos tipos de estadística, por la necesidad de aprovechar al máximo la información que se obtenga.

1.8 RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS

Impacto social.- El sector agrícola es uno de los más descuidados por los gobiernos, a pesar de ser uno de los que históricamente más ha producido. Ese abandono ha producido pobreza, migración del campo a la ciudad, creando más problemas sociales.

La creación de un centro de acopio permitirá al campesino mejorar su nivel de vida, y a los que han buscado la ciudad sin encontrar resultados, a regresar y obtener resultados que le permitan alimentar, educar y gozar de muchos otros beneficios sociales.

Los beneficiarios se incrementarán en muchas familias que dependerán del sector agrícola, la industria y otros de la comercialización.

Impacto económico.- La situación económica del productor agrícola no ha sido justo durante los últimos años. La intermediación durante el proceso de venta de lo que produce, hace que reciba mínimos ingresos que afectan a la vida familiar.

El Centro de acopio permitirá mejorar los ingresos sin encarecer el precio del producto simplemente porque desaparecerán los intermediarios, optimizará la producción, mejorará la calidad.

CAPÍTULO II

2. ANALISIS, PRESENTACION DE RESULTADOS Y DIAGNOSTICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

A continuación realizaremos un análisis sobre las causas que podrían afectar y beneficiar la ejecución del proyecto y que servirán para el diseño de las estrategias.

2.2 DIAGRAMA CAUSA EFECTO SOBRE LOS PROBLEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIÑA EN MILAGRO



2.3 ANÁLISIS FODA

A continuación se describe el FODA del proyecto.

FORTALEZAS

- Clima tropical
- Terrenos aptos para la producción de piña
- Infraestructura apropiada
- Incursión comercial en otros mercados
- Regularidad de precios
- Personal capacitado y especializado en el producto

OPORTUNIDADES

- Sistema innovador
- Apertura de nuevos mercados
- Disponibilidad de Crédito
- Ubicación estratégica
- La existencia de modernas cadenas de supermercados e hipermercados
- Necesidades de los productores que garanticen la venta de su producción

DEBILIDADES

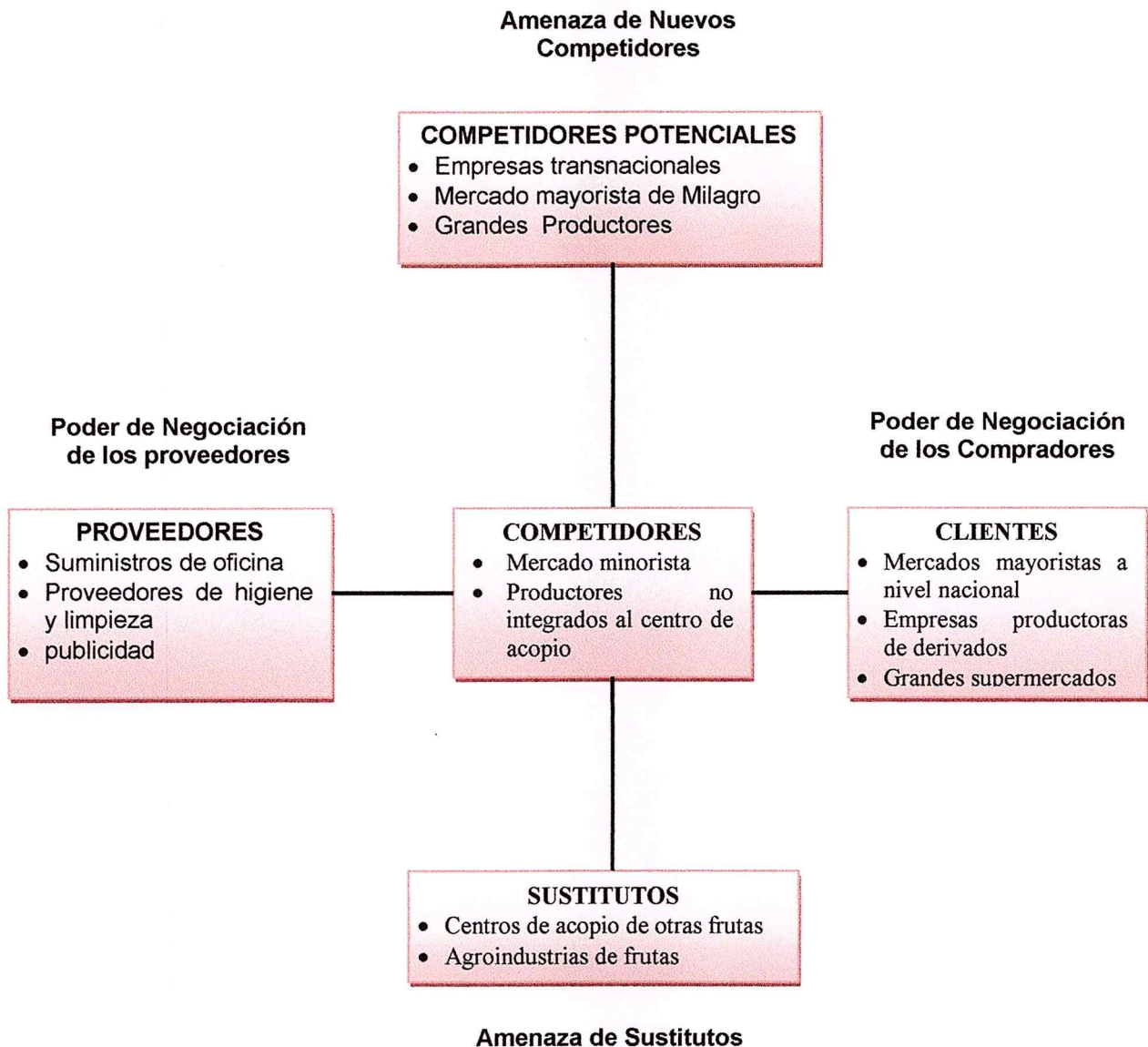
- Sistema nuevo en el sector
- Lento posicionamiento del sistema
- Disponibilidad económica

AMENAZAS

- Bajos niveles de planificación de la producción por parte de agricultores
- Conformación de otros centros de acopio provenientes de los mismos productores
- Carencia de recursos económicos para la siembra de piña
- Inversión extranjera en la producción de piña del sector

2.4 ANÁLISIS SITUACIONAL DE PORTER

Análisis de las Estrategias Competitivas de Porter



Con el propósito de tener una idea general de la situación agrícola en el Ecuador, procedemos a realizar un breve análisis de la situación actual, para lo cual tomaremos como base el FODA realizado por el actual gobierno presidido por señor Presidente Ec. Rafael Correa y que constan en el decreto Ejecutivo No. 1419 de fecha 18 de Mayo del 2006, en el que constan las Políticas de Estado para el Sector Agropecuario Ecuatoriano 2006 – 2020

La situación actual del estudiante es difícil por las pocas oportunidades de trabajo y su total dependencia de los padres u otros familiares, lo cual motiva a buscar alternativas que permitan mejorar el nivel de vida y las posibilidades de continuar sus estudios hasta lograr una carrera profesional.

2.5 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA DEL SECTOR AGRARIO DEL ECUADOR

2.5.1 Análisis comparativo de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas FODA del agro ecuatoriano

FORTALEZAS

La capacidad exportadora del agro, sustentada en una amplia oferta de productos tradicionales de exportación y derivada de la riqueza de recursos naturales que posee y la presencia de los llamados micro-climas, que vuelven más competitivos a nivel internacional.

Alianzas político – privadas para el acceso a mercados internacionales, Existen numerosas iniciativas del Ministerio de Agricultura y Ganadería, acuicultura y pesca, para fomentar y facilitar espacios de concentración de cadenas de valor, como los Consejos consultivos Agropecuarios.

El agro como generador de empleo rural. En el 2001, la población económicamente activa PEA dedicada a la agricultura, representó el 27,5 % del total.

El dinamismo de del sector privado y la valoración de la integración con exportadores e industriales. A pesar de la baja inversión pública en el sector y la inexistencia de líneas de financiamiento a tasas de interés y plazos acordes con el tipo de productor pequeño mediano y grande, el productor empresario continúa produciendo y emprendiendo negocios.

Adecuada integración física del país y cierta infraestructura de exportación.

Existe una red vial principal que comunica a las zonas productivas del país, estimulando la integración de las mismas.

Innovación tecnológica. El agro ha venido desarrollando nuevas formas de tecnología.

El agro es altamente participativo en el desarrollo nacional. Durante el período 1996- 2005 la participación el PIB fue de 10.79%. Incluyendo a la agroindustria muestra un valor promedio de 20.74%. En el año 2004 las exportaciones agroindustriales en las exportaciones FOB totales representan el 37.93%.

OPORTUNIDADES

Apertura Comercial. Los procesos de apertura comercial con terceros países pueden traducirse en potenciales mercados para los productos del agro ecuatoriano. Existe una presión internacional para reducir subsidios y poder incursionar en mercados desprotegidos.

Aumento de la demanda para productos diferenciados. Ha crecido la demanda de productos primarios y procesados en los que Ecuador tiene potencial productivo y exportador. Existe una importante demanda de productos nostálgicos por parte de la población emigrante ecuatoriana en los países desarrollados.

Recursos disponibles de la cooperación internacional y de inversiones externas. Se están implementando nuevos programas de desarrollo con fondos de la cooperación internacional

DEBILIDADES

Ausencia de estrategia y planificación.- No existe una unidad de políticas y negociaciones comerciales, que apoye a la implementación, seguimiento, evaluación e impacto de las políticas, estrategias y planes.

Altos costos de operación e insuficiente financiamiento.- con servicios públicos caros y todavía deficientes (telecomunicaciones, energía eléctrica, distribución de agua, red vial, entre otros). Es insuficiente la infraestructura de apoyo a la producción (centros de acopio y riego igualmente la importación de tecnología para procesos agroindustriales: maquinaria y equipo especializados). Mientras tanto se vive un alto valor de los insumos, de la mano de obra, de los intereses financieros, y del mantenimiento en general.

No existe, en general, suficiente financiamiento orientado a las actividades y condiciones del área rural, con un adecuado acceso en cuanto a los plazos, montos y tasas de interés; existe poca prioridad económica y política por parte del Estado, para el sector rural.

Débil institucionalidad pública y privada: existe retraso en el ajuste institucional que camine acorde a las exigencias de la apertura comercial y el desarrollo del sector; particularmente en los servicios fitosanitarios y zoonosanitarios, por parte de las instituciones que conforman el sistema nacional sanitario. Es excesiva la concentración y centralización en los trámites para la aprobación de asociaciones, gremios y corporaciones.

Bajo nivel de asociatividad, tanto horizontal como vertical, para aglutinar unidades modernas de gestión productiva o comercial y para el encadenamiento de valor agregado. Falta una visión integral, de continuidad y de reglas claras, en base a objetivos seleccionados en consenso, por los actores.

Baja productividad y calidad. Casi todo el agro ecuatoriano revela niveles de productividad significativamente inferiores al promedio de América Latina y/o mundial. Así mismo, existe baja calidad de los productos destinados al mercado interno.

Falta de desarrollo y gestión de la información alineada a la demanda. Existen sistemas de información desactualizados y poco articulados entre sí; un incipiente uso de la información económica y comercial; sobre las normas de los

acuerdos, de las condicionantes de mercados externos y de la competitividad internacional. Igualmente, falta de información estadística en torno a las actividades que el sector realiza.

Deficientes sistemas de comercialización. El sistema de comercialización interna y externa, en la mayoría de los productos es deficiente, se presenta distorsiones en los mecanismos de aplicación de precios; hay excesiva intermediación sin aporte de valor agregado y falta de infraestructura de apoyo a la comercialización.

Recursos humanos con limitaciones. El sistema educativo ecuatoriano carece de contenidos temáticos actualizados en tecnología, innovación, gestión, procesos y administración; y la educación rural tiene poca o ninguna incidencia en la formación técnica adaptada al entorno. Por otro lado, existe baja cobertura del sistema educativo, y no despierta sensibilidad y elementos de conciencia necesarios en el campo de la preservación de los recursos naturales.

Reducida investigación: La inversión del país en investigación agropecuaria es muy reducida, con el consecuente impacto en los niveles de competitividad. Existe una débil articulación entre investigación a nivel académico y del sector público, empresas, gremios y cadenas de valor del sector productivo.

AMENAZA

Competencia de productos. El ingreso de productos agrícolas provenientes de terceros países, a precios más bajos que los producidos nacionalmente. En el caso del camarón existe sobreproducción mundial y nuevos competidores, lo que se considera una amenaza que se debe analizar en profundidad.

Ausencia de incentivos al sector vs otros países. Existe incompreensión hacia actividades como la pesca por parte de algunos organismos oficiales, expresada en los aranceles y salvaguardas arancelarias. Las dificultades para realizar importaciones y los altos impuestos que gravan al sector.

Dependencia de la naturaleza; que afecta la capacidad productiva del país; una amenaza permanente agravada por la falta de previsión y planes de contingencia frente a una alta dependencia de factores climáticos y eventos naturales.

Inestabilidad política y jurídica: Los constantes cambios en las autoridades del sector y la inseguridad jurídica, implican una caída importante en la inversión extranjera directa (IED) y restan continuidad en las negociaciones internacionales, inseguridad jurídica, manifestada por situaciones políticas internas, leyes obsoletas

Distorsiones de mercado, encarnadas por los subsidios y las medidas de apoyo doméstico (MAD) de otros países a sus respectivos sectores agrícolas : además las devaluaciones cambiarias en los países vecinos, y el incremento de las barreras no arancelarias establecidas por otros países, incluyen disposiciones de propiedad intelectual.

Existe una competencia desleal, fundamentalmente por la pesca no regulada que puede ocurrir en el Océano Pacífico Occidental, y la actividad de las flotas que operan allí. Igualmente por la amenaza de la aplicación de dumping en la relación comercial con Estados Unidos.

Ausencia de una Política Nacional. No hay progreso en cuanto a fuentes de generación hidroeléctrica y energía más baratas, para que los sectores productivos puedan progresar.

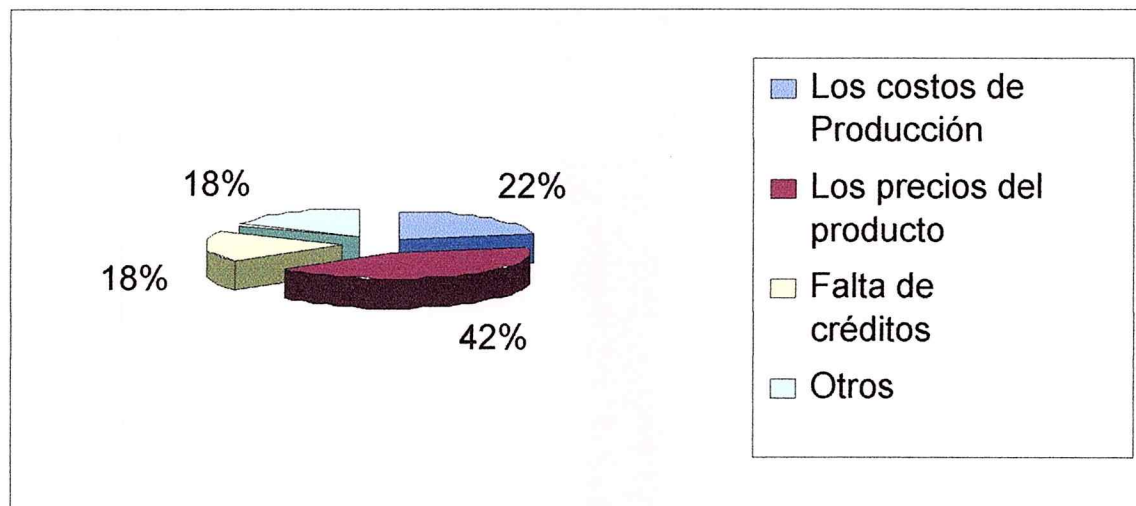
2.6 RESULTADOS OBTENIDOS

Con el fin de comprobar las hipótesis planteadas en el estudio realizado procedimos al análisis de las encuestas y entrevistas aplicadas a varios de los involucrados en el problema que motiva esta investigación.

Análisis de la encuesta aplicada a pequeños productores campesinos de la zona correspondiente a la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro, del recinto El Rosario del cantón Naranjito, Chague del cantón Bucay y Taura del cantón Naranjal.

1.- ¿Cuál de las siguientes dificultades son las que más afecta a los productores de piña?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Los costos de Producción	15	22%
Los precios del producto	29	42%
Falta de créditos	12	18%
Otros	12	18%
Total	68	100%



Fuente: Autores de la investigación

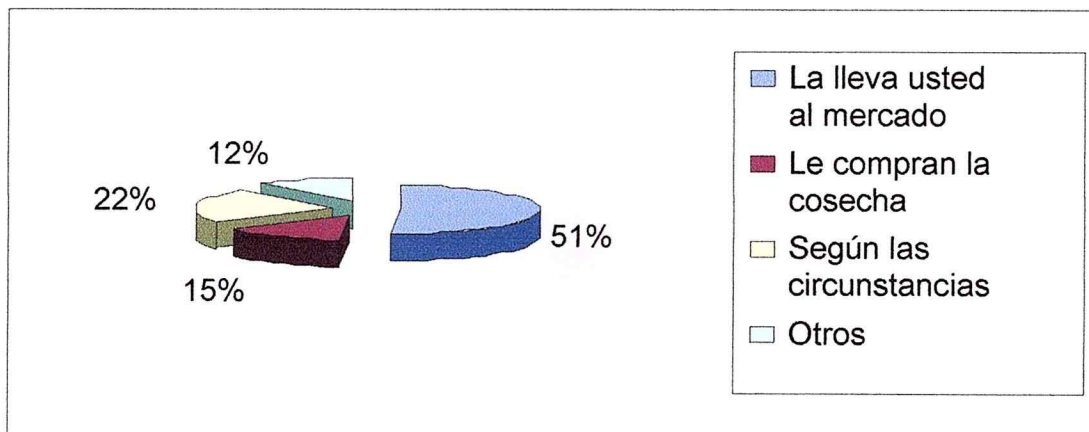
Los precios que reciben por el producto son la principal dificultad que viven los pequeños y medianos productores de piña de las zonas cultivadas y que fueron encuestados.

El otro problema detectado son los costos de producción, si recordamos que la piña necesita de más de año y medio para producir y los gastos son permanentes para obtener una buena cosecha. Así opina el 22% de los encuestados.

El 18% muestra como una dificultad primordial la carencia de créditos para ese sector productivo. El crédito facilita llevar los sombríos de una manera adecuada hasta finalizar el ciclo.

2¿Cómo realiza la comercialización de la piña durante la cosecha?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
La lleva usted al mercado	35	51%
Le compran la cosecha	10	15%
Según las circunstancias	15	22%
Otros	8	12%
Total	68	100%



Fuente: Autores de la investigación

La comercialización del producto resulta ser otra gran dificultad de los productores, al igual que otro tipo de cosechas, los precios disminuyen y el agricultor debe resolver el problema de cómo llevar la piña al mercado, caso contrario, se perderá.

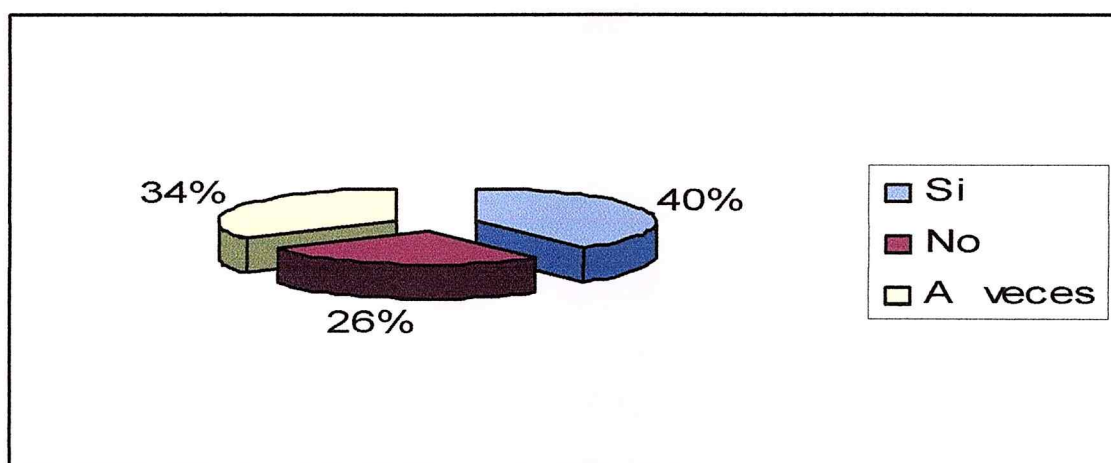
El 51% transporta la cosecha por su propia cuenta, y apenas al 15% les compran la cosecha en el mismo predio. El 22% se acomoda a las circunstancias, es decir,

si pueden venderla directamente lo hacen, de lo contrario esperarán que alguien se interese por el producto.

Esto nos demuestra que el sistema de comercialización sigue siendo una de las principales necesidades de cambio no sólo para estos productores, si no también para todo el sector agrario del país.

3.- ¿Considera usted que la venta de piña, podría ser un negocio más rentable?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Si	27	40%
No	18	34%
A veces	23	26%
Total	68	100%



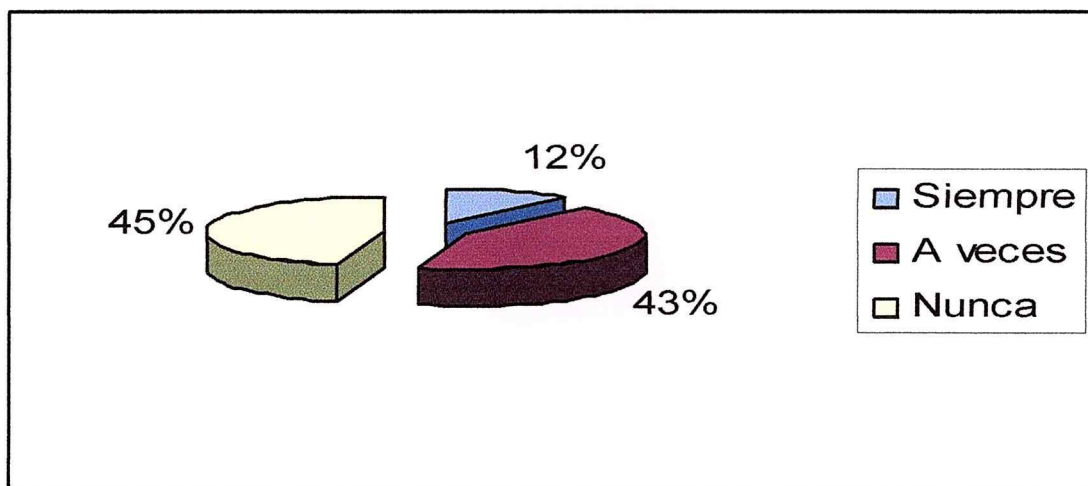
Fuente: Autores de la investigación

Existen criterios muy divididos sobre la rentabilidad que produce el cultivo de piña. Mientras que para el 40% consideran que si es rentable, otros 26% considera que no lo es. El 34% considera que a veces si resulta rentable.

Esos criterios se debe a que dependiendo de la cosecha, muchas veces les cuesta más traerlo a la ciudad el producto que el precio irrisorio que reciben por él. Se puede extraer como información que no todos los cultivadores de piña están obteniendo buenos resultados en la parte económica durante la cosecha.

4.- ¿Recibe usted crédito por parte del Banco de Fomento u otras organizaciones estatales para sembrar piña?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Siempre	8	12%
A veces	29	43%
Nunca	31	45%
Total	68	100%



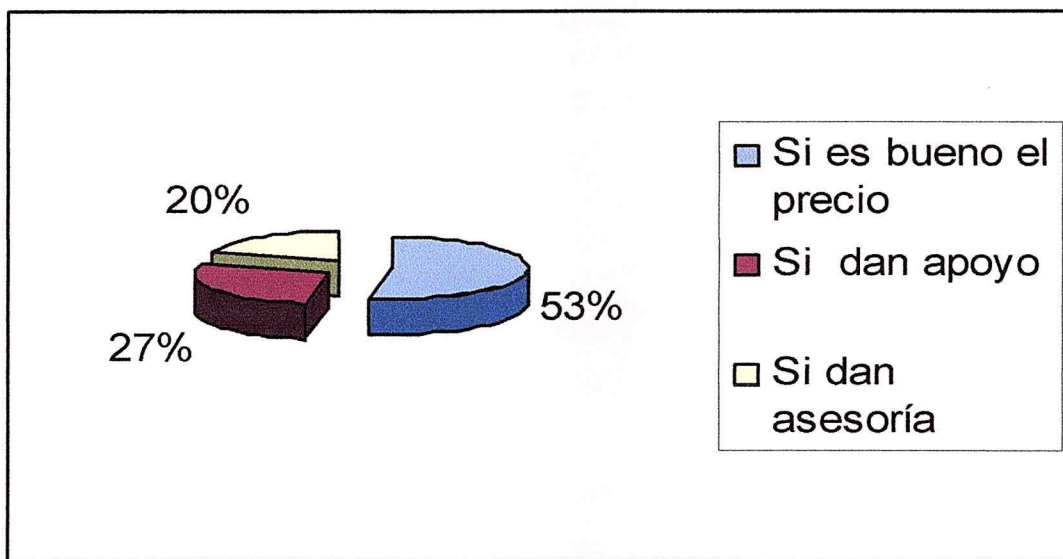
Fuente: Autores de la investigación

Cerca del 45% no recibe ayuda financiera de parte de las instituciones crediticias del estado. Apenas un 12% de los consultados reciben permanente apoyo para invertir en la producción de piña

Algunos de los consultados han recibido esporádicamente créditos, pero a veces por las malas cosechas no han podido cancelar totalmente sus deudas poniendo en riesgo sus créditos.

5.- ¿Bajo qué circunstancias vendería su cosecha directamente a un centro de acopio?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Si es bueno el precio	37	53%
Si dan apoyo	17	27%
Si dan asesoría	14	20%
Total	68	100%

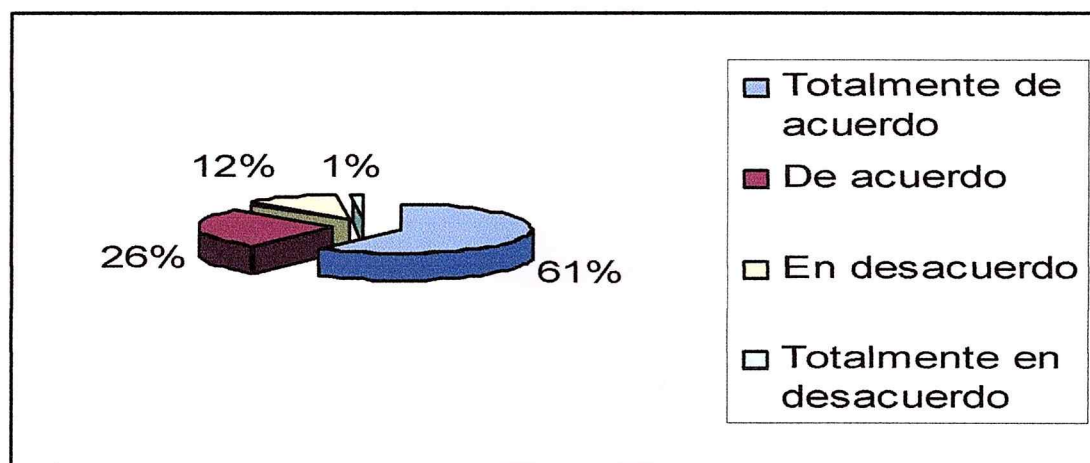


Fuente: Autores de la investigación

Se observa que el principal problema enfrentado por los productores de piña son los precios que reciben por el producto. El 53% estaría dispuesto a vender la totalidad de su producto si el precio por su producción es justo. El 27% desean apoyo permanente, es decir, recibir ayuda financiera y técnica desde el inicio de la cosecha. El restante 20% piden asesoría para mejorar la productividad de sus sembríos.

6.-¿Está de acuerdo usted en la conformación de un centro de acopio que le permita vender totalmente su producción?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	41	61%
De acuerdo	18	26%
En desacuerdo	8	12%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	68	100%



Fuente: Autores de la investigación

La consulta principal de esta encuesta está en la decisión que deban tomar quienes deseen integrarse a la producción bajo el sistema de un Centro de Acopio. Al consultarle a los agricultores encuestados su interés por ser abastecedores de un centro de acopio que le brinde una política de precios de acuerdo a sus necesidades y garantice la comercialización de la fruta, el 61% está totalmente de acuerdo en integrarse. Otro 26% se suma y está de acuerdo y sólo el 12% se muestra en desacuerdo por que no ha existido este tipo de experiencias anteriormente.

**ENTREVISTA REALIZA AL SR. JAMES BROWN
PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES DE PIÑAS DEL
ECUADOR**

¿Dónde se encuentra la zona más productora de piña en el Ecuador?

Antes era la zona del cantón Milagro, hoy es Santo Domingo de los Tsachillas, es donde se cultiva mayormente la famosa fruta. La nueva provincia tiene 3600 Hectáreas cultivadas.

¿Cuántas hectáreas aproximadamente están cultivadas de piña en esa zona?

3670 hectáreas de terreno están actualmente sembradas en la nueva capital provincial, que antes era Santo Domingo de los Colorados y con la creación de Provincia, en vez de los Colorados, se le puso de los Tsachillas. Se ha formado la Asociación de Productores de Piña del Ecuador, a quienes represento como presidente y a la vez soy empresario de la fruta.

¿Cómo se realiza la producción, por pequeños medianos agricultores o por compañías?

“Siembra Nueva” pasa a ser la compañía que más hectáreas tiene en lo concerniente a la piña, 785 hectáreas comprenden la extensión de piñales, Empresas como **Terrasol** cuenta con 320, **Inmiorec** con 280, **Reybanpac** con 210, Valle hermoso con 160, Inversionistas **Mabis** con 130, Agraden en 140, San Francisco con 90 hectáreas y mas empresas que andan con 30-40 hectáreas de terrenos cultivadas de piña.

¿Qué pasó con los pequeños productores?

El presidente de la Asociación James Brown, indica que cualquier persona no esta en capacidad de cultivar la fruta con técnicas de alto nivel, “hay que preparar el terreno, hay que tecnificarlo para que la producción sea altamente positiva, 4 mil dólares se invierten por hectárea, cada ha deja un aproximado de 7 mil cajas

que son exportadas, el valor de cada caja es de \$3.80. Las ganancias se las puede obtener luego de 15 meses.

La transnacional DOLE entró en este mercado, es la propietaria de Siembra Nueva, la mayor productora de piña.

¿Qué pasó con Milagro?

Milagro, con su sector rico en producción piñera, como es Banco de Arena, no cuenta con un agricultor que tenga ese número de hectáreas cultivadas de piña, ahora tenemos agricultores que tienen entre 5 a 10 hectáreas nada más y no cuentan con mayor apoyo. La zona sigue siendo muy buena pero si no se organizan seguirá disminuyendo.

Según un informe de la Asociación de Piñas, el año 2007 se exportaron 7 millones de cajas y para este año 2008 se calcula exportar 7.700.000.

ENTREVISTA AL ING. JORGE CHÉVEZ PRODUCTOR AGRICOLA E INVERSIONISTA AGROINDUSTRIAL

1.-¿Cómo interpreta usted la decadencia de la producción piñera en Milagro?

Considero que están influyendo dos factores: el primero que está relacionado con los precios irrisorios que reciben los agricultores cuando están en cosecha, y el segundo, por la inversión que están realizando empresas transnacionales como Dole y otras y logran mayor tecnificación durante el proceso productivo, con lo que no puede competir el pequeño producto y además están trabajando con una nueva variedad, diferente a la “perolera” como se le llama a la que produce Milagro.

2.- ¿Considera usted que si se organizan los pequeños productores pueden entrar a competir?

Indiscutiblemente considero que sí, la unión hace la fuerza y si se organizan adecuadamente estoy seguro que ellos podrán obtener resultados positivos.

3.- ¿Qué` posibilidades de desarrollo le ve usted a la agroindustria en esta zona?

Milagro y toda esta zona es agrícola por excelencia y si a ello se suma la agroindustria sería fantástico, pero se deben tomar en consideración algunos aspectos de tipo legal y ambiental para no tener dificultades a futuro.

4.- ¿Invertiría usted en una pequeña planta procesadora de alimentos de frutas como la piña y el mango?

Mi vida está relacionada con el campo y mi sueño siempre ha sido este, pero al ver el poco apoyo que existe y a la mala comercialización y dificultades para exportar productos elaborados no me he atrevido. Pero si las circunstancias cambian, estaríamos dispuestos a hacerlo. Tanto la piña como el mango

5.-¿Cree usted que las redes de producción se aplicarían al unir la materia prima que elabora el agricultor y se entrega directamente al industrial y éste a quienes comercializan el producto elaborado?

Es una forma de hacer un trabajo coordinado donde asegura cada integrante la venta de su producción. Mejora la calidad, por que cada integrante de la cadena la exige y además, se evitan los intermediarios que son los que más explotan a los productores en cada nivel.

**ENTREVISTA DIRIGIDA
GERENTE DE ECUAPLANTATION S.A.
DEL CANTÓN DURÁN
Ing. Rodolfo Chacòn**

1.- ¿Considera usted que la agroindustria en el Ecuador ha logrado algún tipo de crecimiento durante los últimos años?

Si ha tenido crecimiento porque la mayoría de las empresas ya se han establecido.

2.- ¿Cuáles son a su criterio las principales dificultades que enfrenta la empresa que usted dirige?

1.- Que la fruta son muy dependiente de las condiciones del clima.

2.- Depende de los precios ya que se ven afectadas por los precios internacionales.

3.- Se pierden espacio

4.- El agricultor siempre busca una mejor rentabilidad.

La Piña y el mango todavía no se han desarrollado para uso Industrial y están sujeto a precio y éste tiene un costo elevado.

3.- ¿Cuentan ustedes con proveedores de frutas o se abastecen de sembríos propios?

Todas las frutas son entregadas por proveedores, no contamos con sembríos propios.

4.- ¿Cuáles son las principales frutas que ustedes procesan?

Mango, banana, maracuyá, piña y papaya.

5.- En lo relacionado a la distribución de la producción, ¿lo hacen a nivel nacional o también a nivel internacional?

El 1% a nivel nacional

El 99% a nivel internacional, Como usted se da cuenta nosotros cubrimos el mercado internacional.

6.- ¿Considera que su ubicación en el cantón Durán es acertada o deberían estar presentes en otras regiones o sectores del País?

El Cantón Durán es muy productivo, tiene manejo, pero como nosotros somos una industria y por la cuestión de los desechos y manejo tóxico si necesitamos estar un poco alejados, en un lugar que esto no afecte.

Todas las frutas son exclusivamente para la elaboración de jugos. La Piña tiene un mercado pequeño, nosotros compramos es la piña Golven o piña amarilla que se produce en Santo Domingo ya que es la requerida por los mercados internacionales no tiene nada que ver con el tamaño.

La Piña que se siembra por el sector de Milagro es la "Perolera", a nosotros no nos sirve y por ello no la compramos.

En el año 2.007 compramos 1.000.000 de kilos de piña.

Mango alrededor de 8.000.000 de kilos al año.

Nuestra empresa se dedica exclusivamente a la producción. Vende la materia Prima. No se dedica a comercializar el producto. Nosotros le vendemos la materia prima a la transnacional Chiquita Brawm, ésta empresa es quien se encarga de comercializar a otras empresas. Contamos con varios agricultores como proveedores, siendo los principales los siguientes:

AGRICULTORES	HCS.	SECTOR
Segundo Tigre	100 cuadras	Zona Rosario
Manuel Cargua	7 cuadras	Zona San José
Manuel Lema	5 cuadras	Barraganetal
Francisco Espinosa	40 cuadras	Barraganetal
Gustavo Pazmiño	7 cuadras	San Jorge
Dr. Barrionuevo	5 cuadras	San Antonio
Sr. Manuel Moreno	10 cuadras	Roberto Astudillo



Instalaciones de la Empresa agroindustrial Ecuaplantaciones ubicada en el cantón Durán

2.7 VERIFICACION DE OBJETIVOS

OBJETIVOS	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la información disponible sobre la comercialización a pequeña y gran escala de la piña en las áreas rurales del cantón Milagro. 	<p>El 51% transporta la cosecha por su propia cuenta, y apenas al 15% les compran la cosecha en el mismo predio. El 22% se acomoda a las circunstancias, es decir, si pueden venderla directamente lo hacen, de lo contrario esperarán que alguien se interese por el producto. Esto nos demuestra que el sistema de comercialización sigue siendo una de las principales necesidades de cambio no sólo para estos productores si no también para todo el sector agrario del país.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las fortalezas, limitaciones y estrategias a seguir para desarrollar un centro de acopio de piña en el medio rural de Milagro y su entorno. 	<p>Existen criterios muy dividido sobre la rentabilidad que produce el cultivo de piña. Mientras que para el 40% consideran que si es rentable, otros 26% considera que no lo es. El 34% considera que a veces si resulta rentable.</p> <p>Esos criterios se debe a que dependiendo de la cosecha, muchas veces les cuesta más traerlo a la ciudad el producto que el precio irrisorio que reciben por él. Se puede extraer como información que no todos los cultivadores de piña están obteniendo buenos resultados en la parte económica durante la cosecha.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la factibilidad de creación de un Centro de Acopio para pequeños productores de piña del cantón Milagro y sus alrededores. 	<p>Los agricultores encuestados muestran su interés por ser abastecedores de un centro de acopio que le brinde una política de precios de acuerdo a sus necesidades y garantice la comercialización de la fruta, el 61% esta totalmente de acuerdo en integrarse. Otro 26% se suma y está de acuerdo y sólo el 12% se muestra en desacuerdo por que no ha existido este tipo de experiencias anteriormente.</p>
--	---

2.8 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

El estudio realizado nos muestra a través la observación lograda y las encuestas y entrevistas, la factibilidad del proyecto propuesto.

Desde el planteamiento del problema podemos hacer una relación directa de los investigado, conociendo que la disminución de la producción de frutas como la piña, ícono de nuestra ciudad, que hoy se ve amenazada con desaparecer de nuestros campos por la mala administración productiva por parte del estado, y de los mismos agricultores.

Nuestra propuesta de aplicar un centro de acopio, ha sido muy respaldada por el sector productivo y especializado en el tema y consideran que serviría para mejorar la productividad y el nivel de vida de la población rural del cantón, respaldando nuestra hipótesis general.

Luego de conocer que existen aproximadamente unas 200 Hectáreas, que al decir de sus propietarios estarían disponibles para ingresar al centro, según lo manifestado por los pequeños productores de piña.

Según el estudio realizado en nuestra investigación a nivel local, respaldado por la realizada por el gobierno a nivel nacional el año 2007, confirman la desorganización de las relaciones del mercado interno al igual que el externo, lo cual impide el crecimiento del sector agrícola y quita proyección a la agricultura. Los precios por debajo de los costos de inversión durante las épocas de cosecha así como la participación de los intermediarios, son dos de las tantas pruebas encontradas en el estudio. También se confirma la segunda hipótesis particular.

La necesidad de capacitación que está planteada en la tercera hipótesis particular ha sido vista como una necesidad ineludible y respaldada por todos los sectores involucrados, siendo aplicable inmediatamente que se estructure el centro de acopio. Cada eslabón tendrá un tipo de capacitación, adecuado a sus necesidades y realidad.

El estudio nos demuestra que el área más apropiada para la ubicación del centro de acopio, es cualquiera de los amplios espacios que están junto a la carretera que une Milagro con Naranjito ó Naranjito con Bucay. Por estar cercano a los productores y además por la excelente red vial con que cuentan estos cantones en la actualidad. Además los terrenos no son inundables especialmente en Banco de Arena, lugar que lleva ese nombre precisamente porque está muy por encima del nivel de los ríos de la zona. De esta manera estamos confirmando la última hipótesis particular.

2.9 MATRIZ FODA

A continuación se analizan de acuerdo a las fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas las diferentes estrategias que permitirán fortalecer y lograr un reconocimiento en lo que respecta centros de acopio de piña en el sector y a nivel nacional.

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1 Clima tropical F2 Terrenos aptos para la producción de piña F3 Infraestructura apropiada F4 Incurción comercial en otros mercados F5 Regularidad de precios F6 Personal capacitado y especializado en el producto F7 Zona Productora por tradición</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1 Sistema nuevo en el sector D2 Lento posicionamiento del sistema D3 Disponibilidad económica</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1 Sistema innovador O2 Apertura de nuevos mercados O3 Disponibilidad de Crédito O4 Ubicación estratégica O5 La existencia de modernas cadenas de supermercados e hipermercados O6 Necesidades de los productores que garantice la venta de su producción</p>	<p style="text-align: center;">FO (Maxi-Maxi)</p> <p>Estrategia para maximizar tanto las F como las O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar programas agresivos para integrar productores pequeños (F1-F3-F7-O1-O4) 2. Mantener precios que beneficien al productor (F4-F5-O2-O5-O6) 	<p style="text-align: center;">DO (Mini-Maxi)</p> <p>Estrategia para minimizar las D y maximizar las O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar sistemas de información en los que se incluyan charlas sobre los beneficios que brindan los centros de acopio (D1-D2-O1-O2) 2. Desarrollar programas para acelerar el posicionamiento del Centro de Acopio en el sector (D1-D2-O4-O2-O6)
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1 Bajos niveles de planificación de la producción por parte de agricultores A2 Conformación de otros centros de acopio provenientes de los mismos productores A3 Carencia de recursos económicos para la siembra de piña A4 Inversión extranjera en la producción de piña del sector</p>	<p style="text-align: center;">FA (Maxi-Mini)</p> <p>Estrategia para fortalecer el Centro de Acopio y minimizar las amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asesorar de manera permanente a los productores (F3-F6-A1-A3) 	<p style="text-align: center;">DA (Mini-Mini)</p> <p>Estrategia para minimizar tanto las A como las D</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión del Sistema de acuerdo a las necesidades productivas y del mercado (D1-D2-D3-A1-A2-A3)

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA DE CREACIÓN

3.1 ANTECEDENTES

La agroindustria desempeña un papel importante en la economía ecuatoriana. Sin embargo no cuenta con un Plan Nacional que enrumbe su desarrollo y combata los aun persistentes desfases.

Hemos comprobado durante esta investigación que entre sus principales problemas se encuentran: el insuficiente valor agregado a las materias primas, la falta de concatenación de los productores de materia prima para recibir los beneficios de una industria más avanzada y cercana al consumidor final, el, escaso conocimiento sobre las oportunidades de mercado, la falta de financiamiento, los insuficientes esquemas de capacitación y de asistencia técnica, la escasa consideración de la normatividad en materia de inocuidad y calidad, la incipiente vinculación con instituciones de investigación y la falta de esquemas adecuados de transferencia de tecnología.

Este plan propone un desafío a ese débil sector agrícola que no tiene el conocimiento para superar las limitaciones. Para prevalecer sobre los temores se debe comenzar a caminar y nuestra tesis es partir de un plan de eslabones, es decir, un centro de acopio, donde más de un componente está comprometido con el desarrollo del sector agrario.

3.2 OBJETIVOS

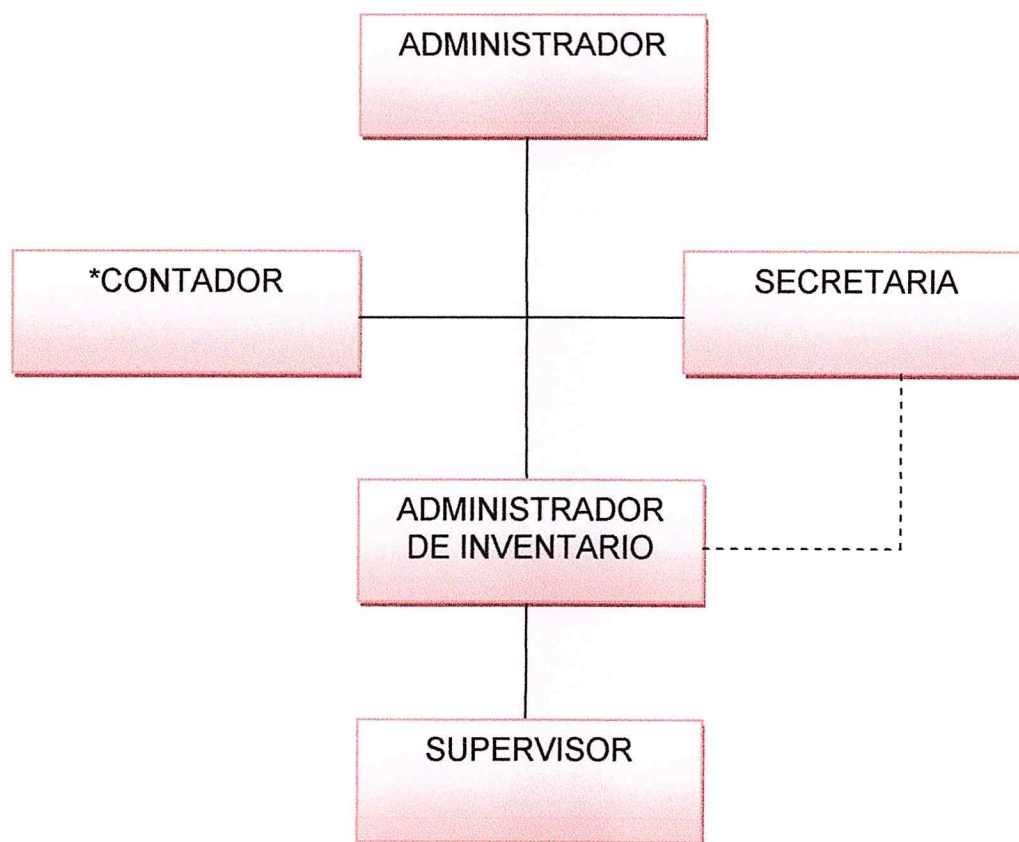
3.2.1 Objetivo General

Fortalecer las interrelaciones de los diferentes componentes productivos del sector de Milagro y su entorno, con el fin de articular la producción primaria o de consumo para lograr producciones destinadas a procesos de comercialización, transformación agroindustrial, en frutales de piña, contribuyendo al desarrollo del sector rural y mejorando el nivel de vida de sus habitantes.

3.2.2 Objetivos específicos

- Fomentar la adopción de tecnologías apropiadas para el desarrollo de los productores que venderán su producción al centro de acopio.
- Facilitar a los productores agrícolas la colocación de su producción y el pago justo por el producto, de acuerdo a los estándares establecidos por el mercado.

3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y MANUAL DE FUNCIONES



3.3.1 Manual de funciones y procedimientos

Administrador

Función básica

Responsable por obtener un funcionamiento armónico y equilibrado de las Unidades que conforman la estructura orgánica del sector administrativo, procurando lograr que el patrimonio del Centro de Acopio esté debidamente precautelado mediante la aplicación de procedimientos idóneos, control administrativo y presupuestario.

- Registrar y controlar las operaciones financieras del centro de acopio.
- Mantener actualizada la información contable.
- Efectuar el pago oportuno a los proveedores de bienes y servicios.

Funciones específica

1. Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades relacionadas con la provisión, custodia y mantenimiento de los bienes.
2. Elaborar presupuestos anuales.
3. Desarrollar procedimientos relacionados con las acciones relativas a los bienes de la empresa.
4. Comprobar que se encuentre actualizado el registro de proveedores.
5. Realizar el plan anual de adquisiciones de equipo y herramientas necesarias.
6. Disponer la realización de constataciones físicas de los bienes.
7. Establecer un sistema de control interno que provea seguridades en las operaciones.
8. Preparar informes para los inversionistas.

Contador

Función básica

Realiza las labores contables del movimiento económico del centro de acopio, lleva los activos y pasivos al día, control de activos fijos y patrimonio disponible. Mantener las Cuentas de ingresos y egresos, saldos disponibles al día y anotados en sus respectivos libros.

Funciones específica

1. Cumple con las disposiciones legales y las normas referentes a materia financiera, asegura la liquidación y cancelación oportuna de toda obligación contraída de acuerdo al presupuesto del centro de acopio.
2. Colabora en revisiones de cuentas y de presupuesto durante exámenes especiales, recepta reclamos para su inmediata solución, coordina con las oficinas encargadas para que la documentación sustentatoria sea debidamente legalizada.
3. Lleva el control del auxiliar de ingresos, realiza las correcciones y cumple las recomendaciones de la Insectoría General, vigila la calidad técnica y el funcionamiento del sistema de contabilidad y sugiere la adopción de las medidas correctivas que se estimaren necesarias, cumple con las recomendaciones de los auditores.

Administrador de Inventario

Función básica

Ejecuta funciones administrativas concernientes al área productiva tanto al ingreso como egreso de productos y cantidades que deberá registrar para elaborar los informes al área financiera.

Funciones específica

1. Mantener las aéreas adecuadas para la recepción y acopio de la fruta.
2. Vigilar la higiene y limpieza de la planta.
3. Controlar el ingreso y egreso de producto para mantener una buena rotación del inventario.
4. Implementar programas de seguridad e higiene de acuerdo a las necesidades.
5. Supervisa el personal operativo de la planta.
6. Controla el mantenimiento de las instalaciones y equipo.
7. Elabora presupuestos anuales para el mejoramiento de las instalaciones (equipo, herramientas).

Supervisor

Función básica

Ejecución de labores generales de control y seguimiento de las actividades asignadas por el jefe de planta en coordinación con otras aéreas.

Funciones específica

- Califica el estado de frutas.
- Organiza su ubicación de acuerdo a su clasificación.
- Coordina la entrada y salida de camiones del centro de acopio.
- Distribuye la labor de los obreros en general.
- Controla las horas laboradas.
- Lleva una buena organización y mantenimiento del centro.

Secretaria

Función básica

Ejecución de labores generales de secretariado manejo de documentos legales y mercantiles, realizará las verificaciones junto con el jefe técnico de los volúmenes de piña que lleguen al centro de acopio, será la encargada de manejar la caja chica de la empresa, a la vez mantendrá excelente comunicación con los diferentes productores y clientes brindándoles una optima atención cada vez que ellos lo necesiten.

Funciones específica

1. Envía y recibe todas las comunicaciones requeridas para el pago de las obligaciones del centro de acopio.
2. Elabora una agenda completa y detallada de los respectivos datos de los diferentes clientes-productores.
3. Mantener ética profesional y social en las relaciones con los clientes.
4. Verificar que los documentos coincidan con lo requerido por los productores.
5. Atención al cliente y recepción de llamadas.

3.4 UBICACIÓN

El sitio juega un papel importante en cuanto al impacto ambiental de la descarga de las aguas servidas y eliminación de los desperdicios sólidos, y los costos y métodos de control de la contaminación. La capacidad del lugar para absorber los desperdicios dependerá de la calidad y cantidad de los desechos, y las tenerías que producen importantes cantidades de desperdicios y contaminantes no deben ser ubicadas en las áreas ecológicamente frágiles, ni en los lugares donde los desperdicios (luego del tratamiento adecuado) no puedan ser absorbidos, sin

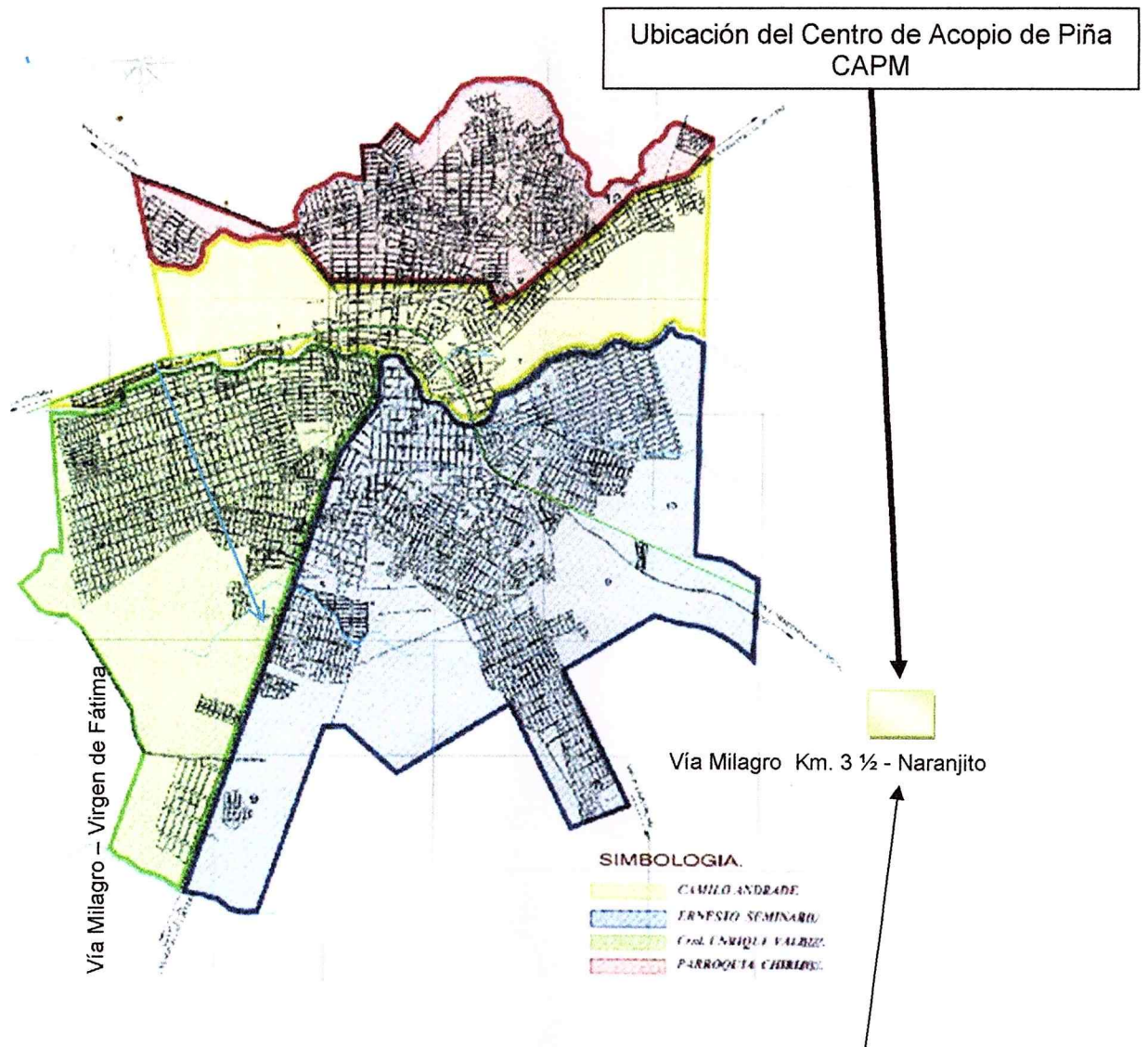
causar degradación ambiental. Por otra parte, las industrias productoras de alimentos no deben ubicarse en las áreas que sean afectadas por los afluentes industriales, debido al riesgo de contaminar los alimentos.

La selección del sitio de la instalación del centro de acopio depende de algunos factores económicos, ambientales y sociopolíticos. No existe riesgo de contaminación ambiental porque no se va procesar la fruta solo es acopio y comercialización a nivel nacional en primera instancia, sin descartar la exportación que dependerá de la oferta y demanda.

- La disponibilidad de terreno y agua, suficiente que garantiza un ambiente de calidad y cantidad, la garantía de ningún impacto ambiental inaceptable (p.ej. desbroce de los bosques primarios, tierras húmedas o hábitat críticos de la fauna; o intensificar la agricultura que reduciría la fertilidad del suelo, o causaría mayor erosión, etc.);
- La existencia de suficiente terreno par las instalaciones planificadas o expandidas, para almacenar la materia prima.
- Reducir al mínimo el desplazamiento de las personas y viviendas;
- El conflicto entre los usos del terreno que tienen un valor más alto debe ser mínimo, por ejemplo, la agricultura, especialmente, si las tierras son marginales, y el terreno agrícola de primera calidad es costoso;
- Fácil acceso a los medios sociales y físicos, como mano de obra calificada, industrias de apoyo, red de transporte, fuente de energía, materias primas y mercados potenciales;

El impacto de la construcción y cooperación de las instalaciones sobre especies amenazadas o en peligro de extinción, su hábitat u otros ecosistemas frágiles, debe ser mínimo.

PLANO DE MILAGRO



TERRENO DONDE SE UBICARÁ EL CENTRO DE ACOPIO

3.4.1 Red vial

La infraestructura vial de la zona es buena y sólo existen pequeñas dificultades al ingresar a ciertas áreas que no influyen en el traslado de la producción de la fruta.

La excelente vía de más de 80 Km que conecta a Milagro con Naranjito y Bucay garantiza a la industria y al comercio regional las posibilidades de desarrollar.

.3.4.2 Zona industrial

A pesar de que la red no exige una amplia zona industrial, es necesario crear una infraestructura que garantice el cuidado ambiental de la zona evitando que las pequeñas industrias se conviertan en enemigos de la comunidad.

El espacio ideal para la construcción del centro de acopio es la que se ubica en la vía Milagro – Naranjito y Naranjito Bucay por las facilidades que presta la vía y además por la cercanía a la zona productiva primaria

La infraestructura necesaria que abarca una buena canalización, servicio de agua potable suficiente y la red eléctrica son ideales en esta zona. La conexión de agua potable es eficiente, la altura de los terrenos del sector los convierten en zonas no inundables y está atravesada por la red del sistema interconectado nacional.

3.4.3 El eslabón del sector comercial

Milagro como centro de la micro región y ha logrado un crecimiento comercial muy notable. Gracias a ese progreso tenemos muchas tiendas que adquieren productos de calidad para ser vendidos al público.

3.5 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

3.5.1 Misión

Centro que aporta al desarrollo integral de la producción de piña fundamentado en el cambio sostenido constante de sus sistemas internos que garantice el crecimiento y fortalecimiento de su estructura organizacional.

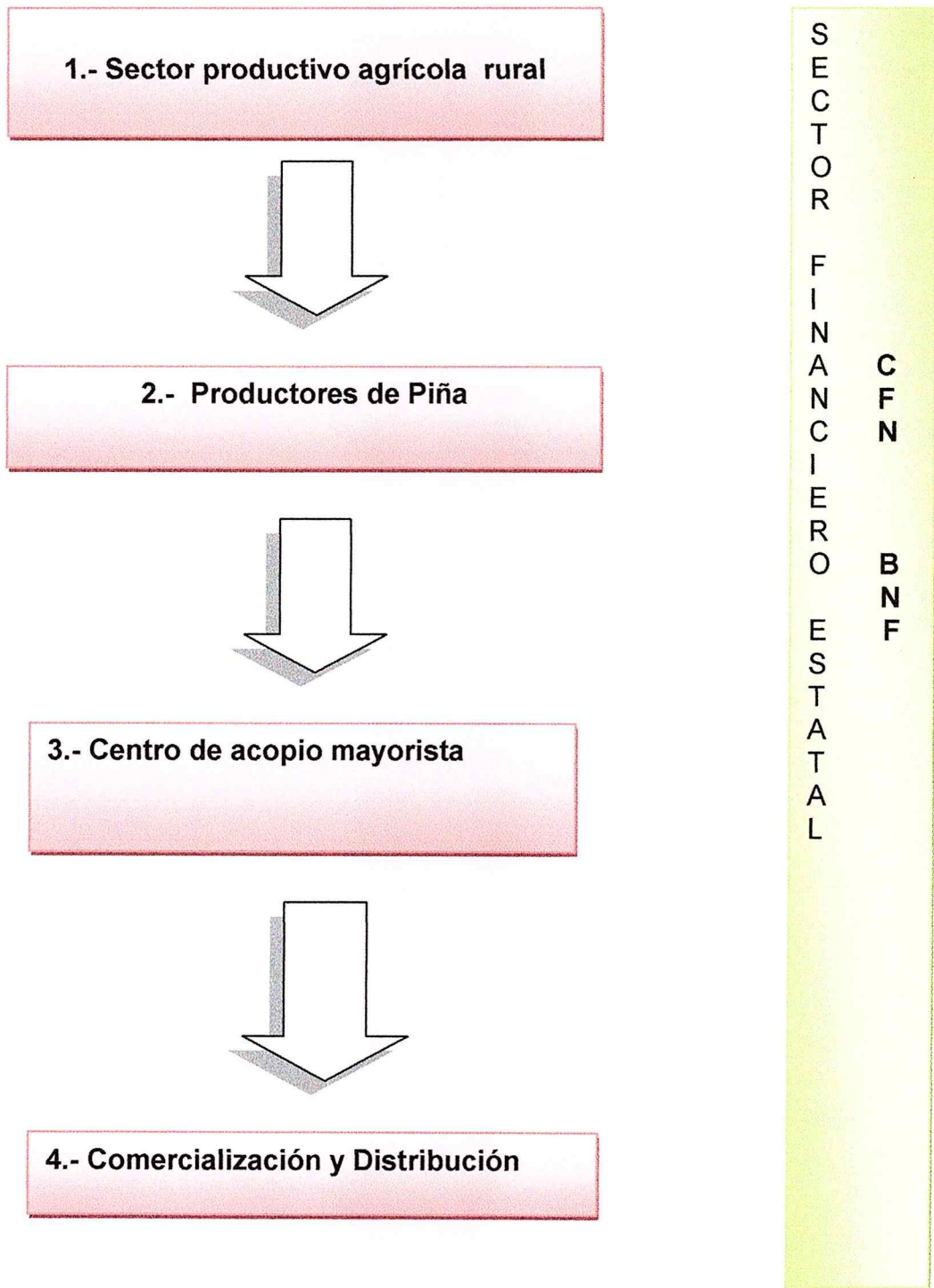
3.5.2 Visión

Ser una Institución consolidada en la prestación de servicios de acopio y comercialización enfocados en el sector productivo agrícola y reconocida por sus gestiones en beneficio del crecimiento sostenido e integral en todo su estructura.

3.5.3 Valores Corporativos

Ser una empresa con unos sólidos valores corporativos que se ponen de manifiesto en todas y cada una de sus actividades. Su razón de ser y el objetivo que guía su actuación es el contribuir al fortalecimiento del sector agrícola de la región y el país. Tiene un claro compromiso con la sociedad: contribuir al desarrollo productivo con servicio a la comunidad, por medio de la ética, armonía, responsabilidad, calidad, servicio, innovación, lealtad, entusiasmo y cortesía, comprometidos con una profunda conciencia de resultados.

3.6 ESTRUCTURA EXTERNA DEL CENTRO DE ACOPIO



3.7 NORMA DE CLASIFICACION PARA COMPRA Y VENTA DE LA PIÑA

Las piñas se clasifican en tres categorías, definidas a continuación:

3.7.1 Categoría Extra

Las piñas de esta categoría deberán ser de calidad superior y características de la variedad y/o tipo comercial.

No deberán tener defectos, salvo defectos superficiales muy leves, siempre y cuando no afecten el aspecto general del producto, la calidad, el estado de conservación del producto y su presentación.

3.7.2 Categoría I

Las piñas de esta categoría deberán ser de buena calidad y características de la variedad y/o tipo comercial.

Para las piñas de esta categoría, podrán permitirse los siguientes defectos menores, siempre y cuando no afecten el aspecto general del producto, la calidad, el estado de conservación y la presentación.

- defectos menores de forma y color;
- defectos menores de la cáscara (es decir, rasguños, cicatrices, raspaduras, magulladuras, y manchas producidas por el sol).

3.7.3 Categoría II

Esta categoría comprende las piñas que no pueden clasificarse en las categorías superiores, pero que satisfacen los requisitos mínimos especificados anteriormente.

Podrán permitirse los siguientes defectos, siempre y cuando las piñas conserven sus características esenciales en lo que respecta a su calidad, estado de conservación y a su presentación:

- defectos de forma y color, siempre y cuando el producto tenga las características comunes de la piña;
- defectos de la cáscara (es decir rasguños, cicatrices, raspaduras, golpes, magulladuras y manchas producidas por el sol).

En ningún caso los defectos deberán afectar la pulpa de la fruta.

3.8 CONDICIONES QUE DEBE CUMPLIR EL CENTRO PARA EL ACOPIO Y COMERCIALIZACION DE LA PIÑA

Definición: Lugar donde convergen uno o diferentes productores con su fruta, con o sin infraestructura de frigorífico.

El acopio de fruta debe cumplir con:

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

3.9 POLITICAS DE FORTALECIMIENTO DE SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN A NIVEL LOCAL Y NACIONAL

El acceso de los pequeños y medianos productores a los mercados internos se dificulta por la existencia de las cadenas de intermediación que encarecen el costo de los productos; y que, en su mayoría, no aportan valor agregado real a la misma. La dificultad de estos productores para acceder a la información sobre mercados limita su poder de negociación ante los intermediarios. Situación que afecta fuertemente sus ingresos y su motivación para mejorar su productividad.

La piña es vendida a precios irrisorios, mientras que el intermediario goza de muchos más beneficios que el productor, lo cual decepciona al productor. No estar informado ni tener los contactos dentro del mercado le impiden a ellos entregar directamente el producto.

La ausencia de una legislación moderna que genere mecanismos de regulación del mercado y que fomente la competencia, agrava las distorsiones provocadas por la presencia de numerosas situaciones de oligopsonio, así como también del monopsonio generando conflictos en los acuerdos, lo cual se traduce en un encarecimiento significativo de los costos de transacción.

Por estas razones, se debe garantizar un desarrollo armonioso de las transacciones comerciales entre los actores de la cadena y, por lo tanto, un eficiente funcionamiento del mercado interno, pues es una de las claves de la competitividad.

La conformación de redes en diferentes áreas facilita la entrega directa del producto desde el lugar donde se lo cosecha a la industria, evitando la participación de los intermediarios.

De la misma manera, la comercialización del producto elaborado es entregado directamente a las grandes y medianas tiendas para su distribución al

consumidor final, abaratando costos y por consiguiente el precio final del producto.

3.9.1 Las ventajas de asociarse con los proveedores

Cómo superar las dificultades de las pequeñas empresas

Las pequeñas empresas tienen limitada capacidad económica y esto hace que enfrenten ciertas desventajas tales como:

- Costos de compra de insumos y equipos más elevados.
- Costos de producción más altos.
- Mayores dificultades para acceder a mejores condiciones de créditos.
- Mayores dificultades para adquirir modernos equipos.
- Menores recursos para hacer publicidad a campañas de promoción.
- Condiciones más limitadas para acceder a asesoramiento y programas de capacitación de calidad.
- Menores posibilidades para ingresar a nuevos mercados.

Para superar estas desventajas, propias de la reducida capacidad económica, los productores recurrirán a la asociatividad con el centro de acopio.

Las grandes corporaciones recurren a las asociaciones o alianzas estratégicas con otras compañías para bajar costos, compartir tecnología o mercados y en definitiva ser más competitivas. Las pequeñas empresas con mayor razón necesitan adoptar estrategias si quieren crecer.

3.9.2 Para que asociarse

Para aliarse o asociarse hay que reconocer y superar algunas resistencias habituales: el individualismo, la desconfianza, el temor al compromiso, la escasa práctica de trabajo en equipo, ciertos prejuicios sociales, etc.

Por esos es necesario aclarar los alcances y las consecuencias prácticas de la asociatividad:

En primer lugar se debe destacar que es posible asociarse con otros sin por eso perder la propia identidad y autonomía. Es decir solo se comparte un aspecto del negocio sin renunciar a la capacidad de decisión que tiene cada integrante de la red sobre su actividad.

En segundo lugar, se trata de asociarse para fines limitados y concretos que brinden beneficios tangibles, para cada uno de los participantes.

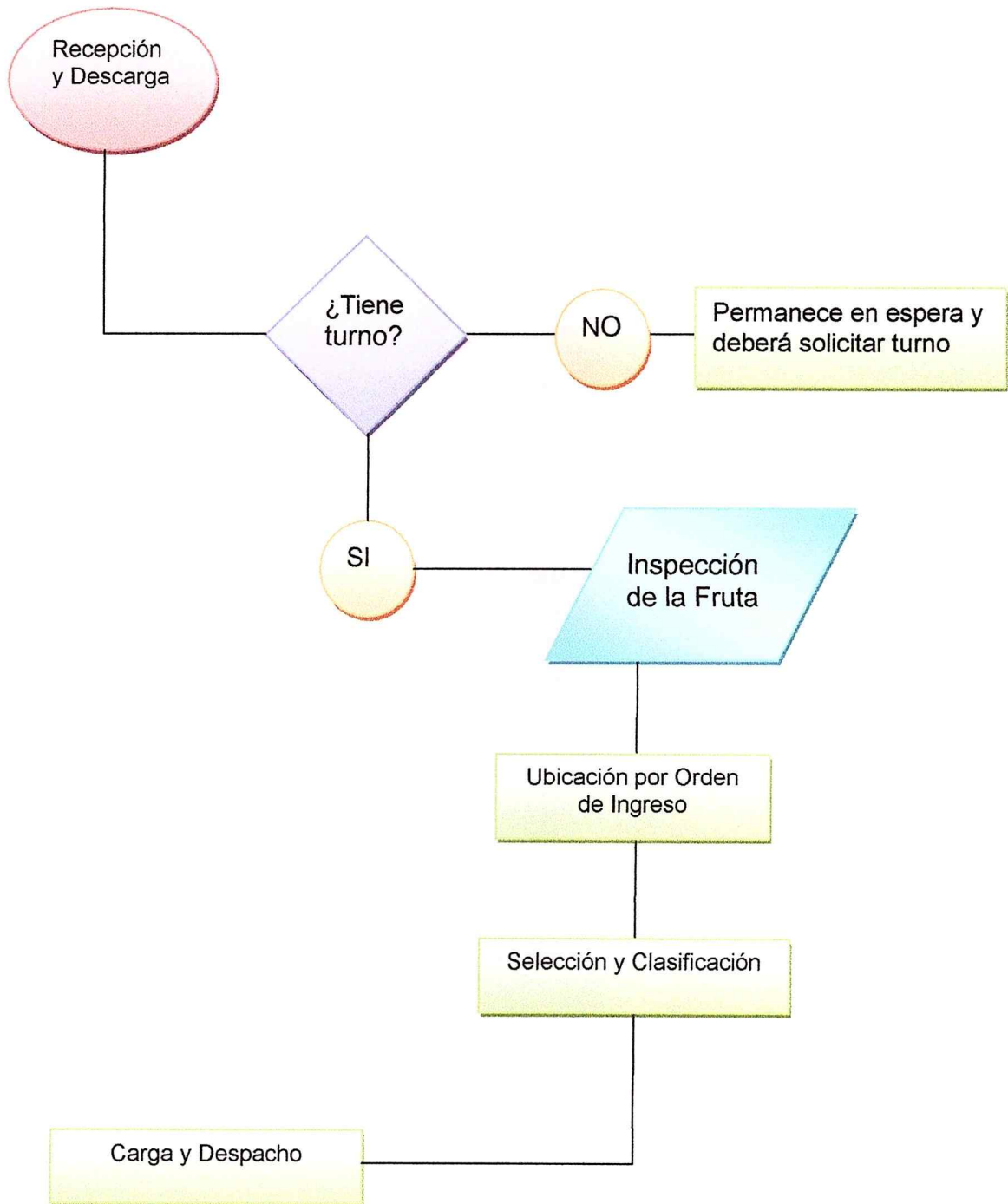
Algunos de los tipos de asociatividad más frecuentes son:

El Pool de compras o compras conjuntas; por ejemplo un grupo de campesinos compran en forma conjunta insumos agrícolas, tales como: herbicidas, pesticidas, fertilizantes, fungicidas, etc., o contratan servicios profesionales de Ing. Agrónomo, consultores especializados o servicios de capacitación. O un grupo de productores agropecuarios compra en común una maquinaria agrícola que luego comparten organizando turnos.

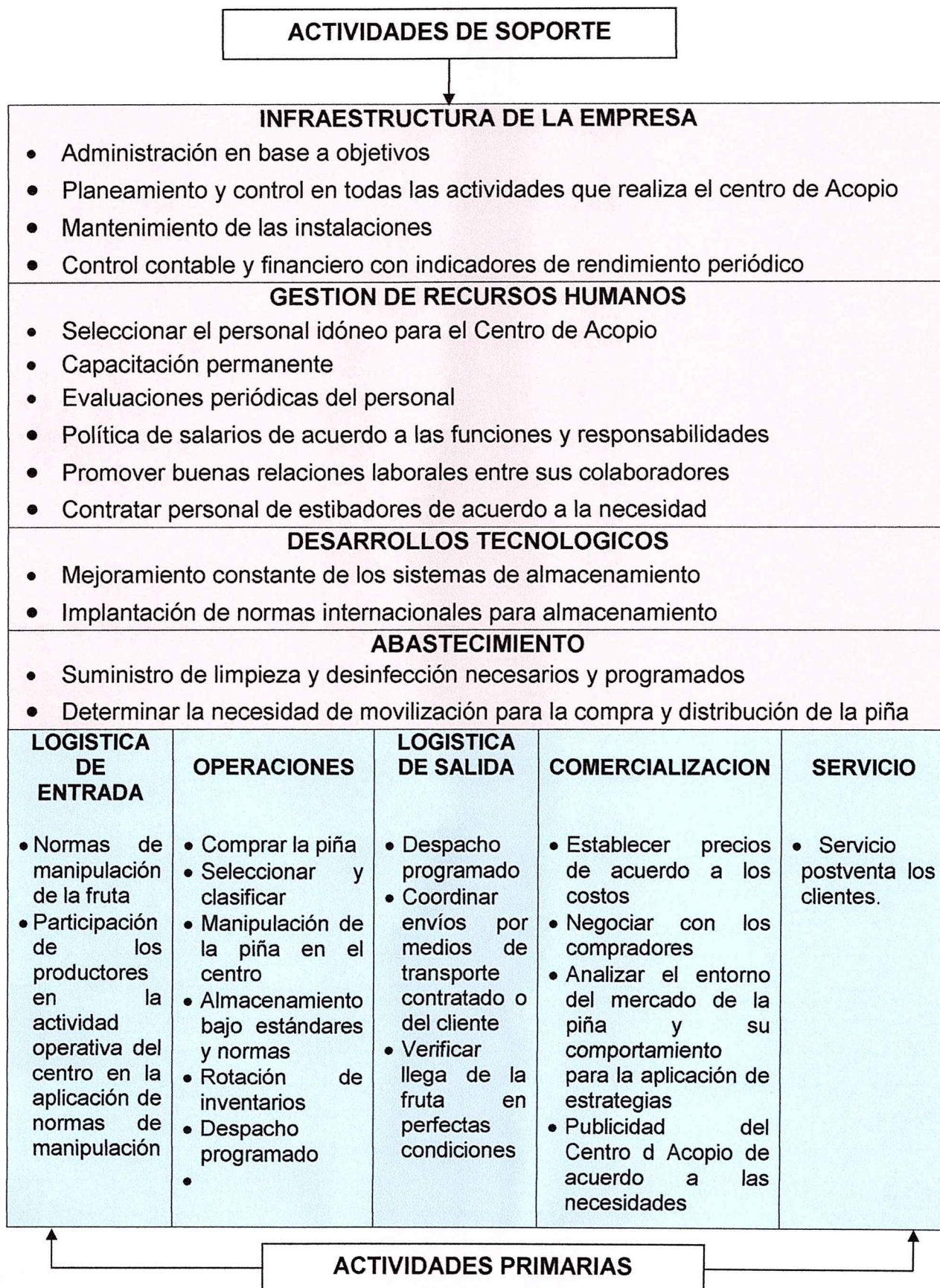
3.10 FLUJOGRAMA DE PROCESO DEL CENTRO DE ACOPIO

El presente diagrama nos muestra como funcionara el proceso de recepción de la fruta por parte de los pequeños productores de piña, se lo hace con el fin de sembrar un orden que tiene que respetarse tanto por el personal administrativo como quienes proveen el producto con el fin de garantizar el buen funcionamiento administrativo que garantice un buen servicio.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DEL CENTRO DE ACOPIO



3.11 CADENA DE VALOR DEL CENTRO DE ACOPIO



3.12 MERCADOS

Los mercados seleccionados por el Centro de Acopio para la ubicación de la fruta son los siguientes:

Empresas Procesadoras de Frutas

- Conserveras Guayas
- Facundo
- Otras

Supermercados

- La Favorita (Supermaxi, AKI)
- Importadora el Rosado (Mi Comisariato)
- Supermercados Santa Isabel

Mayoristas

- Comerciantes mayoristas y minoristas de la sierra
- Comerciantes mayoristas y minoristas de la costa

Con la captación de estos mercados se garantiza la subsistencia del Centro de Acopio y el desarrollo agrícola de los pequeños productores de piña de la zona comprendida entre Milagro, Roberto Astudillo y Naranjito.

3.13 CRONOGRAMA DE ACCIÓN PARA INICIAR CON LA ETAPA DE CONFORMACIÓN CENTRO DE ACOPIO DE PIÑA EN MILAGRO

ACTIVIDAD	1er	2do	3er	4to	5to	6to	7to	8vo.	9no.	Indicador	Recursos
Etapa de promoción y visitas										- Reuniones - Entrevistas - Sondeos	- Vehículo - Papelería - Computadora - Impresora
Reuniones con agricultores										- Encuestas - Entrevistas - Fotos	- Vehículo - Papelería - Computadora - Impresora - Cámara fotográfica
Reuniones con entidades financieras CFN - BNF										- Solicitud de Crédito - Garantías	- Movilización - Copias de documentos
Clasificación de los productores										- Grandes productores - Pequeños productores - Resultados de las entrevistas y encuestas	- Vehículo - Computador - impresora
Reuniones con posibles clientes										- Producción nacional y de exportación - Tipos de derivados de piña - Consumos promedio (mes, año) - Precios	- Vehículo - Internet - Teléfono

Períodos de estudios estructurales										- Asesoramiento y cotización de estudios previos y obras	- Efectivo disponible - Planos - Materiales de construcción
Construcción de instalaciones										- Construcción de nave. - Construcción de oficina Administrativa - Áreas adecuadas para almacenaje de piña conforme la clasificación establecida	- Dinero efectivo - Materiales de construcción
Ver necesidades básicas e indispensables para la operación										-Cotizaciones de todos los suministros, equipos y materiales	-Movilización -Dinero -Solicitar crédito a proveedores
Inicio del funcionamiento del centro										-Personal capacitado -Publicidad -Horario de atención	-Ordenes compra -Remisiones -Facturas -Hojas de inventario

A pesar de la investigación realizada, los estudios de campo efectuados y el interés que muestran las personas consultadas, la aplicación del presente proyecto, demanda de la organización de los involucrados que están de acuerdo en la implantación del centro de acopio.

El cronograma propuesto es una guía de los pasos necesarios que se deben dar para una aplicación exitosa. Cada uno de los integrantes deben tener muy en claro los pasos firmes que se deben dar para alcanzar los resultados previstos en el proyecto.

3.14 VALOR AGREGADO

Entre los principales valore agregados considerados por el centro de Acopio y que recaen en beneficio de los productores por considerarse la parte más vulnerable y que requiere de mayor soporte son:

- Asesoría tributaria a productores proveedores al Centro de Acopio
- Subprogramas para insertar nuevas variedades de piña requerida por los mercados tanto nacionales como internacionales

3.15 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS DEL CENTRO DE ACOPIO

De acuerdo a las necesidades y a los recursos se podrán desarrollar otras actividades con el fin de fortalecer al Centro de acopio y servir de apoyo en a los productores realizando gestiones de crecimiento mutuo

3.15.1 Subprogramas

1. Estructura administrativa solida del centro de acopio
2. Promoción del capital social de los productores
3. Generación de valor en procesos productivos.
4. Consolidación del Sistema de Gestión del centro en cada uno de los componentes
5. Fomentar la consolidación de sistemas de producción orgánica. .
6. Fortalecer el sistema de información estratégica del sector agroalimentario
7. Impulsar ferias agrícolas de frutas de la zona

3.15.2 Metas

1. Brindar capacitación permanente a los agricultores que proveen al Centro de Acopio
2. Incrementar permanentemente a mas agricultores de piña de la zona
3. Que los agricultores incrementen la producción de piña
4. Fomentar la aplicación de tecnología a los productores.
5. Posicionamiento y reconocimiento a corto y largo plazo del Centro de Acopio
6. Ser el único o por lo menos el mayor comercializador de piña del sector
7. Conformar políticas de precios con los productores
8. Conformar grupos selectos de clientes
9. Mejoramiento constante de las estrategias comerciales con los clientes
10. Feria anual de los productores de piña del Cantón Milagro y sus alrededores

3.16 IMPACTO DE LAS LEYES TRIBUTARIAS

Las nuevas leyes tributarias no tienen ningún efecto en el funcionamiento en el Nuevo Centro de Acopio ya que por su estructura tiene la obligatoriedad de declarar sus obligaciones tributarias, al contrario las ultimas reformas emitidas benefician el sector agrícola y por ende están exentas del pago de impuesto al Valor Agregado.

Inicialmente los proveedores se van a ver en cierta forma afectados por la escasa cultura tributaria ya que tendrán que por obligación emitir Comprobantes de Ventas al centro de Acopio. Para lo cual ellos se podrán acoger al nuevo Sistema Simplificado de Facturación como es el RISE en el cual solamente tendrán que pagar una cuota mensual y se evitara de declarar el Impuesto a la Renta. Además son favorecidos con las nuevas reformas que salieron el 31 de julio del presente año. Estos beneficios se podrán ver con mayor detalle en los anexos.

3.17 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

3.17.1 Inversión Inicial

Para el desarrollo del presente proyecto se ha considerado la siguiente estructura de inversión, como se describe en el siguiente cuadro con sus respectivos rubros y las aportaciones para su ejecución.

DETALLES DE LA INVERSION	
INVERSION PROPIA	USD
- Terreno	25.000,00
- Vehículo	8.000,00
TOTAL INVERSIÓN PROPIA	33.000,00
- Capital Financiado	61.000,00
TOTAL INVERSIÓN	127.000,00

Dentro de la inversión se ha considerado invertir en los siguientes activos los mismos que se describen a continuación con sus respectivos valores de depreciación.

INVERSIÓN			
Descripción	Valor	Años	Deprec.
	USD		USD
Activos Fijos			
Terreno 1 HA	25.000,00		
Vehículo (Chevrolet Luv Medio Uso)	8.000,00	8	1.000,00
Galpón (oficina y planta) 15 x 20 m.	52.500,00	10	5.250,00
Depreciación			5.250,00
Activos Nominales			
Elaboración de Proyectos archit.	5.000,00	5	1.000,00
Cálculo de proyecto estructural	3.000,00	5	600,00
Gastos de constitución	500,00	5	100,00
Amortización			1.700,00
TOTAL	94.000,00		6.950,00

La inversión en activos fijos necesarios para la operación del proyecto que serán utilizados en la parte administrativa y consta de los siguientes equipos detallados en el cuadro siguiente.

ACTIVOS FIJOS

Descripción	Cantidad	Valor USD	Total USD
Computador	2	800	1.600,00
Teléfono	1	15	15,00
Telefax	1	120	120,00
Impresora	1	100	100,00
Escritorio	3	180	540,00
Total			2.375,00

3.17.2 Financiamiento

El financiamiento del proyecto se realizara con aportaciones de los accionistas en lo que es el terreno tal como se describió a inicios de este capítulo.

Se ha considerado realizar un crédito a la Corporación Financiera Nacional en un monto estimado en \$100,000.00 dólares americanos para ello se presenta la tabla de amortización del capital descrito a continuación.

Tabla de Amortización del Préstamo Bancario (USD)

Año	Pago	Interés	Capital Amort.	Saldo Insoluto
0				100.000
1	32.000	12000	20.000	80.000
2	29.600	9600	20.000	60.000
3	27.200	7200,00	20.000	40.000
4	24.800	4800,00	20.000	20.000
5	22.400	2400,00	20.000	-

3.17.3 Gastos Administrativos

Para los gastos administrativos luego del análisis sobre el requerimiento para su ejecución constan de los siguientes rubros donde se incluyen los beneficios de ley, descritos como sigue.

GASTOS ADMINISTRATIVOS (USD)

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 Administrador	6526,80	7310,02	8187,22	9169,68	10270,05
1 Secretaria	2175,60	2436,67	2729,07	3056,56	3423,349
1 * Contador	1200,00	1344	1505,28	1685,91	1888,223
1 Jefe de Planta	5439,00	6091,68	6822,68	7641,4	8558,372
1 Supervisor	3807,30	4264,18	4775,88	5348,98	5990,86
Total	19148,70	21446,54	24020,13	26902,54	30130,85

* servicio prestado

Dentro de los gastos administrativos encontramos el rubro de servicios básicos tal como se muestra en el siguiente cuadro y considerados los mas esenciales e importantes para el funcionamiento del proyecto.

SERVICIOS BÁSICOS (USD)

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	120	144	168	192	192
Luz	480	504	540	552	576
Teléfono	180	204	216	228	240
Total	780	852	924	972	1008

3.17.4 Presupuesto de Compra

El presupuesto de compras corresponde a la adquisición del producto al productor, se han establecidos características diferentes al producto para su mejor control en el proceso de compra; a la fruta se la ha clasificado en grande, mediana y pequeña, las cuales tiene diferentes precios se ha estimado un precio de compra promedio de 0.50, 0.33 y 0.25 centavos de dólar por unidad (piña), a continuación se presenta el presupuesto de compra para los próximos 5 años de duración del proyecto.

PROYECCIÓN COMPRA ANUAL (USD)

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor
GRANDE	2394627	1197313	2490412	1221260	2590028	1245685	2693629	1270599	2801375	1296010
MEDIANA	1436776	474136	1494247	483619	1554017	493291	1616178	503157	1680825	513220
PEQUEÑA	957851	239463	996165	244252	1036011	249137	1077452	254120	1120550	259202
TOTAL	4789253	1910912	4980824	1949130	5180057	1988113	5387259	2027875	5602749	2068433

3.17.5 Presupuesto de Ventas

Par el presupuesto de ventas se estableció la misma política de venta que para la compra con la diferencia únicamente en el precio donde se ha considerado un margen del 6% sobre la compra quedando establecido conforme se detalla en el presente cuadro para los siguientes cinco años.

PROYECCIÓN VENTA ANUAL (USD)

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor
GRANDE	2394627	1269152	2490412	1294535	2590028	1320426	2693629	1346834	2801375	1373771
MEDIANA	1436776	517239	1494247	527584	1554017	538136	1616178	548899	1680825	559877
PEQUEÑA	957851	268198	996165	273562	1036011	279033	1077452	284614	1120550	290306
TOTAL	4789253	2054590	4980824	2095682	5180057	2137595	5387259	2180347	5602749	2223954

3.17.6 Flujo de caja del proyecto

Luego de considerar todos los rubros de ingresos y egresos necesarios para la ejecución del proyecto presentamos el balance de ingresos y egresos para determinar si el mismo es rentable y puede ser viabilizado, los valores demuestran que si se justifica la inversión debido a la rentabilidad que se demuestra.

FLUJO DE CAJA Y RENTABILIDAD DEL PROYECTO						
	0	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00
Venta de Producto		2.054.589,74	2.095.681,54	2.095.681,54	2.095.681,54	2.095.681,54
TOTAL INGRESOS		2.054.589,74	2.095.681,54	2.137.595,17	2.180.347,07	2.223.954,01
Compra Producto		1.910.912,14	1.949.130,38	1.988.112,99	2.027.875,25	2.068.432,75
Gastos Administrativos		19.148,70	21.446,54	24.020,13	26.902,54	30.130,85
Gastos Mantenimiento		100,00	120,00	140,00	160,00	180,00
Servicios Básicos		780,00	852,00	924,00	972,00	1.008,00
Gastos x Promoción y Publicidad		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL EGRESOS		1.931.240,84	1.971.848,92	2.013.497,12	2.056.209,79	2.100.051,60
Depreciación (activos fijos)		6.850,00	6.850,00	6.850,00	6.850,00	6.850,00
Amortización (activos nominales)		1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
Gastos Financieros (Intereses)		12.000,00	9.600,00	7.200,00	4.800,00	2.400,00
Utilidad antes Impuestos y Repart.		102.798,90	105.682,61	108.348,05	110.787,28	112.952,41
Participación Trabaja (15%)		15.419,84	15.852,39	16.252,21	16.618,09	16.942,86
Utilidad después de Part		87.379,07	89.830,22	92.095,84	94.169,19	96.009,55
ISR 25%		21.844,77	22.457,56	23.023,96	23.542,30	24.002,39
Utilidad después de impuestos		65.534,30	67.372,67	69.071,88	70.626,89	72.007,16
Depreciación (+)		6.850,00	6.850,00	6.850,00	6.850,00	6.850,00
Amortización Activos Nominales		1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
Amortización (Préstamo Bancario)		20.000,00	20.000,00	20.000,00	200.000,00	200.000,00
Capital de Trabajo						
Inversión	(94.000)					
Préstamo	100.000					
Flujo de Caja Final	6.000	74.084,30	75.922,67	77.621,88	79.176,89	80.557,16

VAN	\$ 79.192
TIR	87,24

CONCLUSIONES

Milagro y su zona de influencia es un sitio ideal para la instalación de un centro de acopio que permita aprovechar la producción de frutas como la piña para que un grupo de industrialice y otros la comercialicen a nivel interno y externo.

El sector productor de piña del Cantón Milagro y sus alrededores se ha venido debilitando en los últimos años debido a diversos factores como la migración interna, los altos costos de producción, financieros y deficiente estructura comercial entre los productores de piña.

El gobierno dentro de sus políticas para los próximos 12 años garantiza este tipo de inversiones, lo cual fortalece la aplicación del proyecto. Varias Instituciones financieras como el BNF, CFN son las interesadas en apoyar este tipo de inversiones porque tienen la función económica y social.

Contamos con las suficientes garantías de producción de piña con proyección a mejorarla en calidad y cantidad. Son varios los productores agrícolas, inversionistas a nivel de pequeña industria y comerciantes interesados en conformar el centro de acopio.

RECOMENDACIONES

Aprovechar el historial de zona productora y propicia para el cultivo de piña antes que se vaya extinguiendo el número de productores o se cambie por otra variedad de fruta. Así también la demanda continua que existe por parte de consumidores como de quienes las industrializan.

Organizar a los pequeños productores de piña para que conformen un grupo micro empresarial agrícola de productores de piña con el fin de establecer un grupo de productores fijos para iniciar el centro de acopio.

Aprovechar al máximo las propuestas de apoyo gubernamental para fortalecer la participación del centro de acopio en el sector agrícola de la región para ello es necesario buscar alternativas de otros medios financieros privados que apoyen a los productores mediante créditos y capacitación.

En lo posible disponer de compradores que tengan la necesidad grandes volúmenes con el fin de garantizar y solventar los gastos administrativos y financieros del centro de Acopio y un margen de utilidad considerable que permita la subsistencia del centro hasta la duración del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ARRIOLA, Mario. 1986. "Posibilidades de Industrialización de Frutas Tropicales". En: Segunda Mesa Redonda de la Red Latinoamericana de Agroindustria de Frutas Tropicales. Bogotá, Colombia.

Banco Central del Ecuador: Información estadística mensual

Banco Mundial: Educación en América Latina y el Caribe, Reseña temática

CORPEI, "Estrategia Agropecuaria Ecuatoriana" Propuesta 2005-2015.

CEPAL: Panorama Social de América Latina 2004

DESROSIER, Norman (1991), *Conservación de alimentos*, México, Ed. Continental. ISBN 9682609755

DESROSSIER. Norman 1977. "Elementos de Tecnología de Alimentos", AVI Publishing, México.

FAO. 1993. "Procesamiento de Frutas y Hortalizas mediante métodos artesanales y de pequeña escala". Chile.

INIAP, 1999. "Guía de Cultivos. Ecuador". Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias.

LEÓN, Jaime 1968. "Fundamentos botánicos de cultivos tropicales IICA, OEA", Costa Rica

MINISTERIO DE ECONOMIA Y FIANZAS: "Presupuesto del Gobierno Central" 2000-2006

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA DEL ECUADOR. "Políticas de Estado para el Sector Agropecuario 2007-2020"

PNUD. "Hacia un desarrollo sin pobreza en América Latina y el Caribe".
Editorial Presencia Ltda. Colombia, 1991. Págs. 232 y 233.

PAGINAS WEB

[http://www.sirzee.itcr.ac.cr/modules.php?op=modload&name=Guia_Exportar
&file=agroindustria](http://www.sirzee.itcr.ac.cr/modules.php?op=modload&name=Guia_Exportar&file=agroindustria),

PROCOMER. Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.

<http://www.ars.usda.gov/is/espanol/AR/archive/oct05/fruit1005.es.htm>.

www.sica.gov.es, Servicio de Información y Censo Agropecuario.

www.inec.gov.ec, Instituto Nacional de Estadística y Censos

ANEXOS

ANEXO 1: IMAGEN CORPORATIVA

Logotipo



Artículos de Promoción





ANEXO. HOJA DE PRESENTACIÓN TAMAÑO A4



CENTRO ACOPIO DE PIÑA MILAGRO

ANEXO 2: COSTO DE PRODUCCION DE PIÑA POR HECTAREA**Preparación del suelo**

Rastra dos p ases	\$ 50,00
----------------------	----------

Siembra

30.000 hijos por 0.10	
\$3.000,00	
Mano de obra = 10 jornales	
100,00	

Fertilización

Abono Completo: 4 sacos/Ha.	\$ 120,00
Abono Orgánico + Nitrógeno : 4 sacos/ha.	
70,00	
Abono Mantenimiento	
70,00	

Control Fitosanitario

Control de plaga y enfermedades	\$ 120,00
---------------------------------	-----------

Control de Maleza

Química	\$ 100,00
Manual	
50,00	

Gastos Varios

Imprevistos	\$ 380,00
-------------	-----------

Total de presupuesto por hectárea	\$ 4.180,00
--	--------------------

ANEXO 3: ENCUESTA APLICADA A PEQUEÑOS PRODUCTORES CAMPESINOS DE LA ZONA CORRESPONDIENTE A LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO DEL CANTÓN MILAGRO, DEL RECINTO EL ROSARIO DEL CANTÓN NARANJITO, CHAGUE DEL CANTÓN BUCAY Y TAURA DEL CANTÓN NARANJAL.

1.- ¿Cuál de las siguientes dificultades son las que más afecta a los productores de piña?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Los costos de Producción	15	22%
Los precios del producto	29	42%
Falta de créditos	12	18%
Otros	12	18%
Total	68	100%

2¿Cómo realiza la comercialización de la piña durante la cosecha?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
La lleva usted al mercado	35	51%
Le compran la cosecha	10	15%
Según las circunstancias	15	22%
Otros	8	12%
Total	68	100%

3.- ¿Considera usted que la venta de piña es un negocio rentable?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Si	27	40%
No	18	34%
A veces	23	26%
Total	68	100%

4.- ¿Recibe usted crédito por parte del Banco de Fomento u otras organizaciones estatales para sembrar piña?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Siempre	8	12%
A veces	29	43%
Nunca	31	45%
Total	68	100%

5.- ¿Bajo qué circunstancias vendería su cosecha directamente a una empresa agroindustrial?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Si es bueno el precio	37	53%
Si dan apoyo	17	27%
Si dan asesoría	14	20%
Total	68	100%

6.-¿Está de acuerdo usted con integrarse a una red productiva que le permita vender totalmente su cosecha?

Alternativas	No. De encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	41	61%
De acuerdo	18	26%
En desacuerdo	8	12%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	68	100%

**ANEXO 4: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA DIRIGIDA
GERENTE DE ECUAPLANTATION S.A.
DEL CANTÓN DURÁN
Ing. Rodolfo Chacòn**

- 1.- **¿Considera usted que la agroindustria en el Ecuador ha logrado algún tipo de crecimiento durante los últimos años?**

- 2.- **¿Cuáles son a su criterio las principales dificultades que enfrenta la empresa que usted dirige?**

- 3.- **¿Cuentan ustedes con proveedores de frutas o se abastecen de sembríos propios?**

- 4.- **¿Cuáles son las principales frutas que ustedes procesan?**

- 5.- **En lo relacionado a la distribución de la producción, ¿lo hacen a nivel nacional o también a nivel internacional?**

- 6.- **¿Considera que su ubicación en el cantón Durán es acertada o deberían estar presentes en otras regiones o sectores del País?**

ENTREVISTA AL ING. JORGE CHÉVEZ PRODUCTOR AGRICOLA E INVERSIONISTA AGROINDUSTRIAL

1.-¿Cómo interpreta usted la decadencia de la producción piñera en Milagro?

2.- ¿Considera usted que si se organizan los pequeños productores pueden entrar a competir?

3.- ¿Qué` posibilidades de desarrollo le ve usted a la agroindustria en esta zona?

4.- ¿Invertiría usted en una pequeña planta procesadora de alimentos de frutas como la piña y el mango?

5.-¿Cree usted que las redes de producción se aplicarían al unir la materia prima que elabora el agricultor y se entrega directamente al industrial y éste a quines comercializan el producto elaborado?

ANEXO 5: NUEVAS REFORMAS TRIBUTARIAS (RISE)

Régimen Impositivo Simplificado

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

¿Cuándo y dónde se puede incorporar al RISE?

Se puede incorporar al Régimen Simplificado a partir del 1 de agosto de 2008. Para inscribirse, puede acercarse a cualquier oficina del SRI o estar atento a la asistencia de nuestras brigadas móviles a las diferentes localidades y asociaciones a nivel país, además dispondremos de un servicio adicional vía Internet, donde Ud. podrá preinscribirse, para luego acercarse a una ventanilla exclusiva y evitar tiempos de espera.

Si usted se inscribe durante el mes de agosto, usted empieza a pagar sus cuotas RISE a partir del 1 de septiembre.

¿Cuáles son las condiciones y requisitos que debe cumplir una persona que quiera acogerse al RISE?

Condiciones:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años

Requisitos:

- Presentar el original de la cédula de identidad o ciudadanía y entregar copia de la misma
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y entregar una copia de la planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses), a nombre del contribuyente

- Si el contribuyente está afiliado a alguna asociación o gremio profesional, se le consultará el número de RUC de tal organización.

¿Qué beneficios ofrece el RISE?

- a) No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos
- b) Se evita que le hagan retenciones de impuestos
- c) Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- d) No tendrá obligación de llevar contabilidad
- e) Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, ud. se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

¿Existe algún tipo de actividad restringida para inscribirse en el RISE?

Existen ciertas actividades económicas que NO pueden incorporarse al Régimen Simplificado, en el documento adjunto puede encontrar el detalle.

Existen ciertas actividades económicas que NO pueden incorporarse al Régimen Simplificado, estas son:

- a) Agenciamiento de bolsa: es decir agentes de Bolsa de Valores
- b) Almacenamiento de productos de terceros: aquellas almaceneras que prestan servicio de depósito de bienes para otras personas.
- c) Agentes de aduana: quienes se dedican a la actividad de realizar trámites de comercio exterior
- d) Comercialización y distribución de combustibles: quienes tienen estaciones de servicio en el cual se expende cualquier tipo de combustible (diesel, extra, super, jet fuel, etc.).
- e) Casinos, Bingos, Salas de juego: quien posea cualquiera de estos locales orientados a juegos de azar
- f) Publicidad y propaganda: aquellos cuyo objetivo sea entregar publicidad. Por ejemplo una agencia que realiza comerciales de televisión.

Por ejemplo, se podría incorporar al RISE quien confecciona bienes (bolígrafos por ejemplo) que tienen algún tipo de cuña publicitaria y luego los venden a la agencia que publicita alguna marca mediante ese bien.

Quien tiene la restricción para ingresar al RISE es la agencia que utiliza esos bienes para realizar publicidad, quien no tiene restricción es quien los confecciona.

g) Organización de espectáculos: es decir, personas naturales que preparen eventos catalogados como tales.

h) Libre ejercicio profesional: aquellos personas naturales (con título terminal universitario) que haciendo uso de sus conocimientos, realizan actividades profesionales en los diversos ámbitos de ocupación. Por ejemplo los médicos, abogados, arquitectos, etc. que poseen una oficina, consultorio o simplemente brindan algún tipo de asesoría o ayuda.

Por ejemplo, un economista que este dedicado a actividades de comercio, no tiene restricción y puede inscribirse en el RISE.

Un indicador que permite diferenciar de mejor forma el libre ejercicio profesional es la retención del 8%, es decir, si en mi actividad me están reteniendo el 8%, estoy realizando libre ejercicio de profesión y por lo tanto no puedo incorporarme en el RISE.

i) Producción y comercialización de bienes ICE: aquellas personas naturales cuya actividad económica gire en torno a producir bienes gravados con Impuesto a Consumos Especiales, como por ejemplo bebidas alcohólicas.

j) Imprentas autorizadas por el SRI: es decir, aquellas personas naturales que sean dueñas de una imprenta que realice comprobantes de venta autorizados por el SRI.

k) Corretaje de bienes raíces: aquellas personas naturales que se dediquen a actividades relaciones con compra-venta-comisión de bienes raíces.

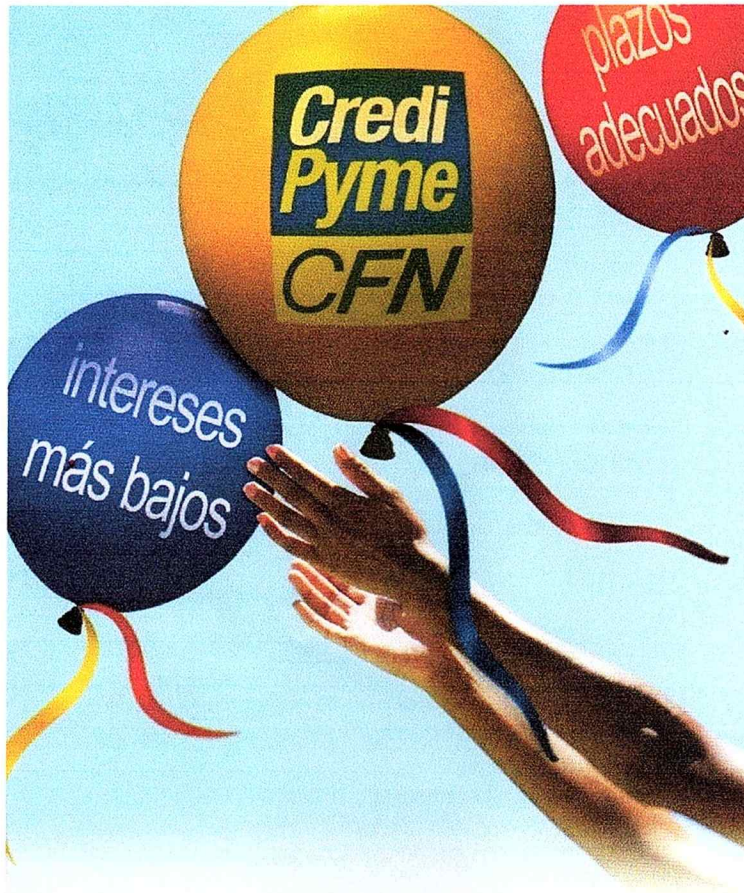
¿Si me inscribo en el RISE que tipo de comprobante de venta debo entregar?

Lo que un contribuyente RISE entregará son comprobantes de venta simplificados (Notas de Venta) en los cuales sólo se llenará la fecha de la transacción y el

monto total de la venta, sin desglosar el 12% del IVA. Un contribuyente RISE, NO debe entregar factura ya que éste tipo de comprobante de venta desglosa IVA y sirven para sustento de crédito tributario.

Un contribuyente inscrito en el RISE, voluntariamente podrá entregar notas de venta que permitan identificar al cliente y describir el bien transferido o servicio prestado, de tal manera que sus clientes puedan utilizar estos comprobantes como sustento de sus gastos personales del Impuesto a la Renta.

Actividades Agrícolas					
Categoría	Intervalos de Ingresos Anuales		Intervalos de Ingresos Mensuales Promedio		Cuota Mensual
	Inferior	Superior	Inferior	Superior	
1	-	5,000	-	417	1
2	5,001	10,000	417	833	2
3	10,001	20,000	833	1,667	3
4	20,001	30,000	1,667	2,500	5
5	30,001	40,000	2,500	3,333	8
6	40,001	50,000	3,333	4,167	12
7	50,001	60,000	4,167	5,000	15



**¡Un Banco de Desarrollo
para todos!**

CFN
CORPORACION FINANCIERA NACIONAL

CREDIPYME CFN

PYMES: EMPRESAS CON VENTAS DE HASTA USD5.000.000

BENEFICIARIO:

1. Persona Natural
2. Persona Jurídica privada
3. Persona Jurídica con capital social mixto (mínimo el 51% de capital privado).

DESTINO:

- **Activo Fijo:** Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semovientes.
- **Capital de Trabajo:** Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.
- **Asistencia Técnica.**

Se podrá financiar la adquisición de inmuebles para proyectos de ampliación, reubicación, y reconversión industrial, siempre que cumplan con los criterios técnicos de la CFN.

Monto:

- Desde USD25.000 hasta USD 14.000.000
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total).
- Hasta el 70% para nuevos proyectos.
- Hasta el 90% para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta.

Tasas de Interés:

PYME:

- Capital de Trabajo: 8.5%
- Activos Fijos:
- 8.75% hasta 5 años
- 9.25% hasta 10 años .

No se cobran comisiones ni impuestos.

Plazo:

- **Activo Fijo:** Hasta 10 años.
- **Capital de Trabajo:** Hasta 2 años (hasta 3 años para proyectos de construcción).
- **Asistencia Técnica:** Hasta 2 años.

Periodo de Gracia:

Se fijara de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

Garantías:

- Negociadas entre la CFN y el cliente, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- Las inversiones fijas que se efectúen en bienes inmuebles hipotecados a la CFN, podrán considerarse como mayor valor de la garantía, previo el análisis técnico, que efectuó la Corporación (excepto plantaciones).

- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

Desembolsos:

De acuerdo al cronograma de inversiones aprobado por CFN.

Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías de conformidad a lo dispuesto en la Ley y a satisfacción de la CFN, del monto acumulado de la deuda.

Actividades Financiadas:

	ACTIVIDADES CIUU	OBSERVACION
A	Agricultura, caza , ganadería y silvicultura	• Se excluye caza
B	Pesca	
C	Explotación de Minas y canteras	• Con consulta previa al Directorio, Ministerio y Organismos Competente
D	Industrias manufactureras	• Anexo
E	Suministros de electricidad gas y agua	• Con consulta previa al Directorio Ministerio y Organismos Competente.
F	Construcción	
G	Comercio al por mayor y al por menor Reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	• Anexo
H	Hoteles y Restaurantes	
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	• Comunicaciones requiere consulta previa al Directorio, Ministerio u Organismo Competente.
K	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.	• Anexo
O	Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales.	• Anexo

- Anexos: Consultar a la CFN



Sembrío de piña del recinto Rocafuerte perteneciente al cantón Naranjito, el mismo que se acerca al año de haber sido sembrado.



El dueño del predio mientras realiza actividades de fumigación protegiendo a la planta de ciertas plagas.



En el Rosario, otro recinto del cantón Naranjito, agricultores realizan la fumigación de las nuevas plantas de piña



La Lic. Consuelo Vinueza, investigadora del presente proyecto, en uno de los sembríos ubicados en la parroquia Roberto Asrudillo.



Este sembrío de piña está ubicada en Venecia central perteneciente a Roberto Astudillo en el cantón Milagro.



Esta piña clásica de las que produce tradicionalmente Roberto Astudillo, es la denominada "perolera"



Se realiza la limpieza de las malezas para que la piña pueda desarrollarse de manera exitosa.



Agricultores de Venecia realizan actividades de limpieza la misma que la realizan de manera permanente.



El Ing. Jorge Chávez muestra la piña cultivada en un sector perteneciente al cantón Bucal, que recientemente se integra al cultivo de piña.



Una de las autoras del proyecto muestra las piñas que comienzan a desarrollar y en pocos meses estará lista para ser llevada al mercado.



Se muestra las principales dificultades que presentan las plantas a partir de que el fruto aparece y comienza a desarrollar.



Piña que se produce en un sector de la parroquia Boliche perteneciente al cantón Yaguachi.



El fruto de la piña "perolera" a pocos meses de salir al mercado.



REPUBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
ABSOLUCION DE DENOMINACIONES
OFICINA:GUAYAQUIL

NÚMERO DE TRÁMITE: 7200595
TIPO DE TRÁMITE: CONSTITUCION
SEÑOR: VILLAGRAN RODRIGUEZ MANUEL ALBERTO
FECHA DE RESERVACIÓN: 15/07/2008 2:50:10 PM

PRESENTE:

A FIN DE ATENDER SU PETICION PREVIA REVISION DE NUESTROS ARCHIVOS LE INFORMO QUE SU CONSULTA PARA RESERVA DE NOMBRE DE COMPAÑIA HA TENIDO EL SIGUIENTE RESULTADO:

**1.- CENTRO DE ACOPIO PIÑA MILAGRO CAPM S.A.
APROBADO**

ESTA RESERVA DE DENOMINACION SE ELIMINARA EL: 14/08/2008

A PARTIR DEL 24/07/2006 DE ACUERDO A RESOLUCION JURIDICA NO. 06-Q-IJ-002 DE FECHA 24/07/2006 LA RESERVA DE DENOMINACION TENDRA UNA DURACION DE 30 DIAS

PARTICULAR QUE COMUNICO A USTED PARA LOS FINES CONSIGUIENTES.

**SR. EDISON BECERRA HERRERA
DELEGADO DEL SECRETARIO GENERAL**

DATOS PERSONALES DEL DEUDOR			
Apellidos y nombres completos:			
Fecha de nacimiento (dd-mm-aa):		No. cédula identidad:	
Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/>			
Nacionalidad: Ecuatoriana <input type="checkbox"/> Extranjera <input type="checkbox"/>		No. pasaporte	
Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>		Separación de bienes: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Total activos	Total pasivos	Total patrimonio (activos – pasivos)	
Nivel académico: Sin instrucción <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/>			
Apellidos y nombres completos del cónyuge:			
RESIDENCIA ACTUAL			
Ciudad		Calle	No.
Sector/barrio		Dpto.	Piso:
Teléfono		Celular	E-mail
Vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Arrendada <input type="checkbox"/> Vive con familiares <input type="checkbox"/>			
Dirección para envío de correspondencia:			Casilla:
ACTIVIDAD ECONÓMICA			
Empleado público <input type="checkbox"/>		Empleado privado <input type="checkbox"/>	Trabajador independiente <input type="checkbox"/>
Nombre de la empresa donde trabaja:			
Actividad de la empresa:			
Cargo que desempeña:		Tiempo de trabajo (aa-mm-dd):	
Dirección de la empresa:			
Ciudad:		Calle:	No.
Sector/barrio:		Dpto.:	Piso:
Teléfono:		Celular:	E-mail:
DATOS DEL CODEUDOR			
Apellidos y nombres completos:			
Fecha de nacimiento (dd-mm-aa):		No. cédula identidad:	
Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/>			
Apellidos y nombres completos del cónyuge:			
Actividad:			
Total activos	Total pasivos	Total patrimonio (activos – pasivos)	
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO A DESARROLLAR (DATOS PRELIMINARES)			
Tipo de proyecto		Nuevo <input type="checkbox"/>	Ampliación <input type="checkbox"/>
Actividad del proyecto:			
Descripción del proyecto:			

Experiencia en la actividad : Años _____ meses _____			
Tiempo de trabajo (dd-mm-aa):			No. empleados
Tiempo del negocio (dd-mm-aa):			

Provincia:	Parroquia:	Cantón:	
Ciudad:	Calle:	No.	
Sector/barrio:	Dpto.:	Piso:	
Teléfono:	Celular:	E-mail:	

GENERACIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

	Actual		Proyectado	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Ingresos				
Gastos				

DETALLE DE INVERSIONES Y GASTOS (REFERENCIAL DEL PROYECTO)

	Descripción	Monto US\$
•	Materia prima (Capital de trabajo)	
•	Tecnología (maquinaria y equipos)	
•	Inversiones (activos fijos)	
	Beneficios esperados	
	Fuente de repago (ingresos alternos)	
	Número de empleos generados	
•	Monto total del proyecto (US\$)	Monto del crédito (US\$)
	Plazo	Período de gracia
		Forma de pago
Destino del crédito: Activos fijos <input type="checkbox"/> Capital de trabajo <input type="checkbox"/> Asistencia técnica <input type="checkbox"/>		

GARANTÍA

	Descripción de la garantía	Valor referencial
	Hipotecaria	
	Prendaria (año de fabricación)	
	Autoliquidables	

Describe el aporte del cliente al proyecto:
(Dentro del plan de inversiones: proyectos nuevos aporte 30%; ampliación 10%)

NOTAS

- Queda entendido que la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, también se podrá denominar en esta solicitud, la Corporación o CFN.
- Declaro (amos) bajo la gravedad de juramento, que los datos asentados en mi (nuestra) solicitud de crédito son correctos, reconociendo que la CFN tiene el derecho y está plenamente facultada a comprobar la identidad del solicitante; la veracidad y autenticidad de los datos que hubiese proporcionado; la capacidad crediticia conforme a las sanas prácticas y condiciones del mercado; la realización del avalúo practicado por un evaluador autorizado; y, a cumplir con todas las normas y formalidades que establecen las leyes y reglamentos para el otorgamiento de los créditos.
- Acuerdo (amos) que tengo (emos) una obligación continua de enmendar y/o suplir la información proporcionada en esta solicitud, si alguno de los hechos esenciales que he (mos) expuesto aquí cambiara antes del cierre de la transacción.
- En caso de cambio de domicilio y/o teléfonos (s) para notificaciones, me (nos) comprometo (emos) a informar a la CFN en un máximo de 7 días a partir del cambio.
- Convengo (imos) que no prosperará el trámite de la presente solicitud, si falta alguno de los documentos solicitados por la CFN y que atiende al objeto o al destino del crédito solicitado.

6. Declaro (amos) que los fondos recibidos no serán destinados a ninguna actividad relacionada con el cultivo, producción, consumo o comercialización de sustancias estupefacientes y sicotrópicas o cualquier otra actividad tipificada en la Ley de Sustancias Estupefacientes y Sicotrópicas.
7. Autorizo (amos) a la CFN a que efectúe todas las indagaciones que razonablemente considere oportuno realizar, para comprobar el origen o destino de los fondos recibidos o entregados, sin que la CFN esté obligada a realizar la comprobación de esta declaración. En caso de que se inicien investigaciones sobre mi persona (nosotros), relacionadas con las actividades antes señaladas, la CFN podrá proporcionar a las autoridades competentes, la información que éstas demanden.
8. Declaro (amos) voluntariamente que el uso de la propiedad asociada a la presente solicitud, será únicamente para habitarle de acuerdo a lo declarado en los "Datos del crédito e información sobre el proyecto" en esta solicitud y que la propiedad no se utilizará para ningún propósito ilegal o prohibido.
9. Reconozco (ceмос) y acuerdo (amos) que la verificación o reverificación de cualquier información contenida en esta solicitud, puede realizarse a través de cualquier fuente de información y en cualquier momento por el prestador, sus agentes, sucesores y cesionarios, ya sea directamente o a través de un tercero y que el original de esta solicitud será retenida por el prestador, aunque el préstamo no se apruebe.
10. De igual forma, la CFN queda expresamente autorizada para que pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes, organismos de control, buró de información crediticia y otras institucionales o personas jurídicas legal reglamentariamente facultadas, así como para que pueda hacer público mi (nuestro) comportamiento crediticio. Adicionalmente autorizo (amos) se proporcione cualquier información de carácter financiero y comercial que requiera un tercer interesado en adquirir la cartera de la CFN o para efectos de emisión de títulos con base en dicha cartera.

- Acuerdo / acordamos que el título del préstamo puede transferirse a un sucesor o cesionario del prestador sin avisarme (nos), y/o la administración de la cuenta del préstamo, puede transferirse a un agente, sucesor o cesionario del prestador con previo a aviso a mi (nosotros).
- Declaro (amos) conocer y aceptar los términos y condiciones, así como el monto financiado, el monto líquido, la carga financiera y la suma total de las cuotas del crédito solicitado, que constan expresamente detallados y explicados en el anexo que he (mos) recibido y que forma parte integrante de esta solicitud.

Firma del cliente

CI: _____

Fecha

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA QUE DEBERÁ SER ENTREGADA POR EL SOLICITANTE

1. Copia de la cédula de identidad del cliente, cónyuge y codeudor (según el caso)
2. Copia del certificado de votación del cliente, cónyuge y codeudor (según el caso)
3. Copia de pago del impuesto predial del bien a hipotecar.

4.- Cd en blanco

**AUTORIZACIÓN PARA CONSULTA EN CENTRAL DE RIESGOS
RPCP-15**

Fecha: _____

AUTORIZACIÓN

Yo, _____ con cédula de ciudadanía número _____, autorizo a la CFN para que de forma expresa e irrevocable, obtenga de cualquier fuente de información y en cualquier momento, referencias relativas a mi comportamiento crediticio, al cumplimiento de mis obligaciones y, en general, cualquier información relevante para conocer mi desempeño, capacidad de pago o para valorar el riesgo futuro de concederme el crédito.

Nombre

Firma