



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TITULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE  
ACOPIO DE FRUTAS Y VERDURAS PARA LA ISLA SAN CRISTÓBAL EN  
PROVINCIA DE GALÁPAGOS”**

**AUTORA**

**Tituaña Caiza Ana Silvana**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de**

**INGENIERA COMERCIAL**

**TUTOR**

**ECON. ESTEVES PALMA JUAN MIGUEL, MGS.**

**GUAYAQUIL, 2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Ana Silvana Tituaña Caiza** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**.

**TUTOR**

---

**Econ. Juan Miguel Esteves Palma, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. Darío Marcelo Vergara Pereira, Mgs.**

**Guayaquil, Septiembre del 2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ana Silvana Tituaña Caiza

### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FRUTAS Y VERDURAS PARA LA ISLA SAN CRISTOBAL EN LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS ”** previo a la obtención del Título **de Ingeniero Comercial** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, **me responsabilizo** del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo **teórico referido**.

Guayaquil, Septiembre del 2015

LA AUTORA

---

Ana Silvana Tituaña Caiza



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Ana Silvana Tituaña Caiza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FRUTAS Y VERDURAS PARA LA ISLA SAN CRISTOBAL EN LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS ”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, Septiembre del 2015**

**LA AUTORA**

---

**Ana Silvana Tituaña Caiza**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios toda mi vida, a mis padres por su formación ya que con su sabiduría supieron inculcarme valores que no se aprende en ninguna institución, a mi tutor que supo orientarme para realizar este proyecto y a esta prestigiosa Universidad que me abrió sus puertas.

Ana Silvana Tituaña Caiza

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a DIOS, a mis padres Wirman Caiza y Edilberto Caiza, a mi hermana Jessica Caiza y a toda mi familia por el apoyo, comprensión que siempre me brindan en cada etapa de mi vida para cumplir cada objetivo planteado y alcanzar mis metas.

Anita Silvana Tituaña Caiza

# **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Econ. Juan Miguel Esteves Palma, Mgs.**  
**PROFESOR GUÍA O TUTOR**

---

(NOMBRES Y APELLIDOS)  
**PROFESOR DELEGADO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIFICACIÓN**

---

**Econ. Juan Miguel Esteves Palma, Mgs.  
PROFESOR GUÍA O TUTOR**



## ÍNDICE

<b>ÍNDICE .....</b>	<b>8</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>11</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>13</b>
<b>RESUMEN (ABSTRACT) .....</b>	<b>14</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....</b>	<b>17</b>
<b>DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>18</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>19</b>
<b>ALCANCES DEL PROYECTO.....</b>	<b>20</b>
<b>MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>22</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>22</b>
1.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	23
1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	25
1.3 PLAN DE MUESTREO .....	27
1.3.1 Método .....	27
1.3.2 Tipo de Investigación.....	27
1.3.2 Técnica de recolección de datos.....	28
1.3.3 Población y muestra .....	28
1.4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	30
1.5 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA .....	43
1.6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	44
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>46</b>
<b>ESTRATEGIAS DE MARKETING .....</b>	<b>46</b>
2.1. INTRODUCCIÓN .....	46
2.2. PLAN DE MARKETING MIX.....	46
2.2.1. Estrategia de Productos.....	46
2.2.2. Estrategia de Precio .....	47
2.2.3. Estrategia de Plaza – Canal de Distribución.....	48
2.2.4. Estrategias de Promoción.....	48
2.3. OBJETIVOS .....	48
2.3.1. Objetivos de Marketing.....	48
2.3.2. Objetivos de Ventas .....	49
2.4. SEGMENTACIÓN .....	49

2.5. POSICIONAMIENTO.....	49
2.6. ESQUEMA ESTRATÉGICO .....	50
2.6.1. Estrategias competitivas .....	50
2.6.2. Estrategias de Marca.....	51
2.5.3 Estrategias de Imagen y comunicación .....	52
2.7. PRESUPUESTO DE VENTAS.....	53
2.8.1. Políticas de Cobros.....	54
2.8.2. Políticas de Pagos .....	54
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>55</b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y APORTE LEGAL.....</b>	<b>55</b>
3.1 INTRODUCCIÓN .....	55
3.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	55
3.3 FILOSOFÍA EMPRESARIAL .....	56
3.1.1 Misión .....	56
3.3.2 Visión .....	56
3.3.3 Objetivos Empresariales.....	56
3.3.4. Valores.....	56
3.4. EQUIPO GERENCIAL .....	57
3.4.1. Organigrama .....	57
3.4.2. Descripción del Perfil y Funciones.....	58
3.4.3. Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales.....	60
3.5. ANÁLISIS DE RECURSOS PROPIOS (F.O.D.A.).....	61
3.5.1. Aspectos Internos.....	61
3.5.2. Aspectos Externos.....	61
3.5.3. Análisis F.O.D.A. Cuantitativo.....	61
3.5.3.1. Factores Internos .....	62
3.5.3.2. Factores Externos .....	62
3.5.4. Análisis FO-FA-DO-DA para la creación de estrategias .....	63
3.6. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA .....	63
3.7 ASPECTO SOCIETARIO DE LA EMPRESA.....	64
3.7.1. Generalidades (Tipo de Empresa).....	64
3.7.2. Fundación de la Empresa.....	64
3.7.3. Capital Social, Acciones y Participaciones.....	65
3.7.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	65
3.8 ASPECTO LABORAL DE LA EMPRESA .....	66
3.8.1. Tipos de Contrato de Trabajo.....	66
3.8.2. Obligaciones del empleador .....	67
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>68</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO Y LOCALIZACIÓN .....</b>	<b>68</b>
4.1 INTRODUCCIÓN .....	68
4.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	68
4.2.1 Mapa de Procesos.....	69

4.2.2 <i>Análisis del mapa de procesos</i> .....	70
4.2.3 <i>Inversión en equipos</i> .....	72
4.3 LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO .....	75
4.3.1 <i>Matriz de localización</i> .....	75
4.3.2 <i>Características de la localización elegida</i> .....	75
4.3.3 <i>Diseño y distribución de la infraestructura</i> .....	76
4.4 MATRIZ DE REQUERIMIENTOS .....	78
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>81</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>81</b>
5.1 INVERSIÓN INICIAL .....	81
5.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN .....	82
5.3 PRESUPUESTOS .....	83
5.3.1 <i>Presupuesto de personal</i> .....	83
5.3.2 <i>Presupuesto de costos de venta</i> .....	84
5.3.3 <i>Presupuesto de gastos de administración</i> .....	84
5.3.4 <i>Presupuesto de gastos de venta</i> .....	85
5.3.5 <i>Presupuesto de depreciaciones y amortizaciones</i> .....	85
5.3.6 <i>Presupuesto de ingresos</i> .....	86
5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....	89
5.4.1 <i>Estados de Resultados</i> .....	89
5.4.2 <i>Balance General</i> .....	90
5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	91
5.5.1 <i>Flujo de caja</i> .....	91
5.5.2 <i>Análisis de la rentabilidad del inversionista</i> .....	92
<b>5.5.2.1 Tasa de descuento de los inversionistas</b> .....	92
<b>5.5.2.2 TIR y VAN de los inversionistas</b> .....	92
5.5.3 <i>Análisis de la rentabilidad del Proyecto</i> .....	93
<b>5.5.3.1 Tasa de descuento del proyecto</b> .....	93
<b>5.5.3.2 TIR y VAN de los inversionistas</b> .....	94
<b>5.5.3.3 Punto de equilibrio</b> .....	95
5.5.5 <i>Razones financieras</i> .....	96
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>98</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>99</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>100</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>102</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precios de productos en Galápagos y Ecuador Continental.....	24
Tabla 2. Canasta Básica Nacional- Junio 2015.....	26
Tabla 3. Análisis de la brecha de mercado.....	27
Tabla 4. Planificación de la encuesta.....	29
Tabla 5. Frecuencia de compra de víveres.....	31
Tabla 6. Abastecimiento de los mercados en Galápagos.....	32
Tabla 7. Precios de los víveres en la Isla San Cristóbal.....	33
Tabla 8. Calidad de los víveres transportados desde Ecuador Continental.....	34
Tabla 9. Eficiencia en la logística de víveres.....	35
Tabla 10. Rentabilidad del comercio en la Isla San Cristóbal.....	36
Tabla 11. Dificultad para comprar víveres de primera necesidad.....	37
Tabla 12. Causas de los sobrepuestos.....	38
Tabla 13. Opinión sobre la implementación de un centro de acopio.....	39
Tabla 14. Beneficios de la implementación de un centro de acopio.....	40
Tabla 15. Mejoras en la calidad de vida mediante el centro de acopio.....	41
Tabla 16. Presupuesto mensual para compra de frutas y verduras.....	42
Tabla 17. Consumo promedio de frutas y verduras.....	44
Tabla 18. Frutas y verduras.....	47
Tabla 19. Segmentación del mercado.....	49
Tabla 20. Lista de precios oficiales para frutas y verduras.....	53
Tabla 21. Lista Perfil y funciones del Administrador.....	58
Tabla 22. Perfil y funciones del Contador.....	58
Tabla 23. Perfil y Funciones del Asistente Contable.....	59
Tabla 24. Perfil y Funciones de los vendedores.....	59
Tabla 25. Perfil y Funciones de los Bodegueros.....	60
Tabla 26. Calculo de nómina.....	60
Tabla 27. Análisis de aspectos internos.....	61
Tabla 28. Análisis de aspectos externos.....	61
Tabla 29. Análisis cuantitativo de aspectos internos.....	62
Tabla 30. Análisis cuantitativo de aspectos externos.....	62
Tabla 31. Análisis cuantitativo de aspectos externos.....	63
Tabla 32. Análisis cuantitativo de aspectos externos.....	65
Tabla 33. Diagrama de flujo de los procesos.....	69
Tabla 34. Guía de temperaturas y humedades recomendadas para el almacenamiento de algunas frutas y cítricos.....	73
Tabla 35. Guía de temperaturas y humedades recomendadas para el almacenamiento de algunas verduras.....	74
Tabla 36. Matriz de parámetros de localización.....	75
Tabla 37. Costos de ventas de las verduras.....	78
Tabla 38. Costos de ventas de las frutas.....	79
Tabla 39. Gastos Administrativos.....	80

Tabla 40. Gastos de ventas.....	80
Tabla 41. Inversión inicial.....	81
Tabla 42. Financiamiento del proyecto.....	82
Tabla 43. Condiciones de financiamiento.....	82
Tabla 44. Tabla de amortización anual.....	83
Tabla 45. Presupuesto de sueldos y beneficios sociales.....	83
Tabla 46. Presupuesto de costo de ventas.....	84
Tabla 47. Presupuesto de gastos administrativos.....	84
Tabla 48. Presupuesto de gastos de ventas.....	85
Tabla 49. Presupuesto de depreciaciones y amortizaciones.....	85
Tabla 50. Cálculo del precio del kilo de frutas y verduras.....	86
Tabla 51. Presupuesto de ventas.....	87
Tabla 51. Estado de resultados proyectado.....	89
Tabla 51. Balance General proyectado.....	90
Tabla 51. Flujo de caja proyectado.....	91
Tabla 51. Calculo del CAPM.....	92
Tabla 51. Flujos operacionales.....	93
Tabla 51. Analisis TIR y VAN para los inversionistas.....	93
Tabla 52. Costo promedio ponderado de capitales.....	94
Tabla 53. Flujos netos del proyecto.....	95
Tabla 54. Análisis de rentabilidad TIR – VAN.....	95
Tabla 55. Cálculo del punto de equilibrio.....	95
Tabla 56. Razones financieras.....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género de los encuestados .....	30
Gráfico 2. Edad de los encuestados.....	30
Gráfico 3. Frecuencia de compra de víveres .....	31
Gráfico 4. Abastecimiento de los mercados en Galápagos .....	32
Gráfico 5. Precios de los víveres en la Isla San Cristóbal.....	33
Gráfico 6. Calidad de los víveres transportados desde Ecuador Continental .....	34
Gráfico 7. Eficiencia en la logística de víveres.....	35
Gráfico 8. Rentabilidad del comercio en la Isla San Cristóbal .....	36
Gráfico 9. Dificultad para comprar víveres de primera necesidad.....	37
Gráfico 10. Causas de los sobrepuestos.....	38
Gráfico 11. Opinión sobre la implementación de un centro de acopio .....	39
Gráfico 12. Beneficios de la implementación de un centro de acopio.....	40
Gráfico 13. Mejoras en la calidad de vida mediante el centro de acopio.....	41
Gráfico 14. Presupuesto mensual para compra de frutas y verduras .....	42
Gráfico 15. Estrategias de posicionamiento.....	50
Gráfico 16. Estrategias competitivas .....	51

## RESUMEN (ABSTRACT)

El presente trabajo de titulación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FRUTAS Y VERDURAS PARA LA ISLA SAN CRISTOBAL” tiene el propósito de desarrollar un estudio de viabilidad para la instalación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal. Para este efecto, la investigación se dividió en cinco capítulos los cuales tratarán aspectos que se detallan a continuación:

- Capítulo 1, consiste en el estudio de mercado en el cual se determinará la oferta y demanda existente de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal, con la finalidad de determinar la brecha de mercado y proyectar la demanda.
- Capítulo 2, se diseñarán las estrategias de marketing que servirán para captar el interés de los habitantes de San Cristóbal, en relación a la demanda de frutas y verduras.
- Capítulo 3, se definirán las bases estratégicas y organizacionales del centro de acopio.
- Capítulo 4, establece los procesos relacionados con el canal de distribución de frutas y verduras, desde la ciudad de Guayaquil hasta la Isla San Cristóbal, así como la localización e infraestructura requerida para el centro de acopio.
- Capítulo 5, finalmente aquí se hará un análisis financiero para establecer si el proyecto es viable de acuerdo a indicadores como la TIR y el VAN.

Palabras Claves: centro de acopio, frutas y verduras, canasta básica, nutrición, calidad de vida, logística.

## **RESUMEN (ABSTRACT)**

This degree work: "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A COLLECTION CENTER OF FRUITS AND VEGETABLES FOR THE SAN CRISTOBAL ISLAND IN THE GALÁPAGOS PROVINCE " aims to develop a feasibility study for the installation of a storage facility for fruits and vegetables San Cristobal Island. For this purpose, research was divided into five chapters which address aspects that are detailed below:

- Chapter 1, is the study of market in which existing supply and demand for fruits and vegetables in San Cristobal Island, in order to determine the market gap and project demand will be determined.
- Chapter 2, the marketing strategies used to capture the interest of the people of San Cristobal, in relation to the demand for fruits and vegetables is designed.
- Chapter 3, strategic and organizational bases of the collection center will be defined.
- Chapter 4 provides the processes related to the distribution channel of fruits and vegetables, from the city of Guayaquil to San Cristobal Island, as well as the location and infrastructure required for the gathering.
- Chapter 5, finally made here a financial analysis to determine whether the project is viable according to indicators such as IRR and NPV.

Keywords: collection center, fruit and vegetable basket, nutrition, quality of life, logistics.



## INTRODUCCIÓN

El archipiélago de Galápagos por tratarse de un conjunto de islas originadas de las erupciones volcánicas posee un tipo de suelo que difícilmente sirve para la producción agrícola, pese a que existen ciertos cultivos de frutas y verduras, no logran satisfacer la demanda. A esta situación se suma las restricciones que las autoridades imponen en la isla por tratarse de un patrimonio natural y parque de reserva protegido, donde se procura preservar la integridad física de la flora y fauna que aquí se manifiesta y que durante décadas se ha convertido en el ícono turístico predilecto del país.

Esta situación ha hecho que el abastecimiento de frutas y verduras hacia la isla se haga a través de un sistema de cabotaje, en donde las tres embarcaciones de carga autorizadas, llegan desde los puertos localizados en la zona continental (Guayaquil, Manta y Esmeraldas); situación que se complicó como consecuencia del siniestro que sufrió una de estas embarcaciones al encallar y hundirse en el mar, aspecto que provocó un desabastecimiento en la Isla por la dificultad del acceso y falta de una logística de interacción eficiente.

La logística actual, evidentemente conlleva un incremento de los costos del producto, pues involucra el costo, seguro y flete y la utilidad del productor y el intermediario, haciendo que los productos finales se encarezcan muchas veces en un 100% en relación al Ecuador continental. Es por ello que en el presente trabajo se analizará la viabilidad de la creación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla Santa Cristóbal con la finalidad de garantizar un abastecimiento eficiente y a precios más convenientes mediante el convenio directo con productores agrícolas y canales más simplificados que garanticen un precio más económico en relación a los existentes.

## **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

El acceso a la compra de frutas y verduras surge como una necesidad prioritaria del ser humano para lograr niveles de nutrición adecuados para su desarrollo, además de servir para garantizar una calidad de vida marcada por la salud y el bienestar físico de niños, jóvenes y adultos basados en productos alimenticios que proporcionen los nutrientes necesarios para el crecimiento.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud, el consumo suficiente de frutas y verduras puede salvar un promedio de 1,8 millones de vida, la falta de nutrientes por falta de consumo de frutas y verduras es una de las 10 causas que incrementan la tasa de mortalidad en el mundo pues con su ingesta se logra tener los micronutrientes necesarios para el cuerpo humano, además de que logran desplazar el consumo excesivo de grasas saturadas.

En el Informe sobre la salud del mundo efectuada en el año 2010, se conoció que una nutrición basada en la ingesta de estos productos evita el 19% de los casos de cáncer gastrointestinal, 31% de enfermedades de cardiopatía isquémicas y previene el 11% de los accidentes vasculares cerebrales. Se estima que el consumo promedio en países en vías de desarrollo es de 100 gramos al día de frutas y verduras, mientras que en países de Europa Occidental es de 450 gramos por día. (Organización Mundial de la Salud , 2010)

Una de las bases fundamentales de los derechos de los ciudadanos es disponer de recursos suficientes para la adquisición de los productos que conforman la canasta básica familiar. En esta canasta se incluyen todos los productos o servicios que todo ciudadano debe tener para considerarse que su calidad de vida es el adecuado.

Una parte de esta canasta es destinada a la alimentación, en la cual se incluyen la compra de frutas y verduras, alimentos integrados en la pirámide nutricional. En el Gobierno actual, la nutrición es un tema prioritario, lo que llevo a la implementación

de la Ley Orgánica de Consumo, Nutrición y Salud Alimentaria mediante la Comisión Técnica de Consumo, Nutrición y Salud Alimentaria.

No obstante, existen sectores donde se dificulta la libre distribución de este tipo de alimentos o donde las condiciones económicas, sociales y políticas dificultan su adquisición. Este es el caso de las Islas Galápagos que conforman la región Insular del Ecuador, las cuales se ubican a 1000 km de la costa continental del país.

## **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

La distribución de bienes hacia las Islas Galápagos requiere del uso de diversos medios de transporte para lograr abastecer a los ciudadanos con los elementos básicos para su subsistencia. Al ubicarse lejos de Ecuador Continental, el medio más utilizado es el marítimo, aunque en ocasiones se utiliza la vía aérea para este fin, aunque en menor escala, pues la cantidad de víveres que pueden transportarse por ambos medios es diferente.

Un centro de acopio es una construcción en el área rural que se encarga de almacenar la producción de varios agricultores con el fin de vender dichos productos a los consumidores generando un grado de rentabilidad comercial. Los artículos vendidos en dicho centro deben estar en su estado natural, es decir, iguales a como son cosechados por los productores para garantizar su frescura.

## **JUSTIFICACIÓN**

Con la construcción del centro de acopio en la Isla San Cristóbal, se busca captar volúmenes más elevados de víveres como son las frutas y verduras para contrarrestar el desabastecimiento que existe en la región Insular y también contribuir a la disminución de los precios en los cuales se expenden los productos en el lugar, ya que debido a sus altos costes de transporte y la falta de un mercado competitivo, los productos se expenden a precios elevados con respecto a las tarifas establecidas por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Desarrollar un estudio de viabilidad para la instalación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal.

### **Objetivos específicos**

1. Determinar la demanda y oferta de los productos establecidos y determinar acciones de acuerdo a los resultados del estudio de mercado.
2. Establecer estrategias viables que logren el posicionamiento del producto en el mercado.
3. Especificar la estructura organizacional del centro de acopio.
4. Analizar el marco legal para la estructuración del centro de acopio.
5. Conocer la viabilidad técnica para la instalación del centro de acopio en la Isla San Cristóbal.
6. Corroborar financieramente la viabilidad del centro de acopio.

## **ALCANCES DEL PROYECTO**

El presente trabajo de investigación busca establecer parámetros que determinen si es viable la creación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal, a fin de contribuir a la disminución de la brecha de mercado existente entre la demanda de los productos y la oferta de los mismos en la isla, la cual es inferior debido a los altos costos de logística que representa el envío de grandes cantidades de productos cosechados en Ecuador Continental que no se encuentran disponibles en la región Insular.

Se utilizará el método cuantitativo para determinar información como precios de los productos que integran la categoría de frutas y verduras, la oferta y demanda actual, el grado de aceptación de la propuesta, la frecuencia de compra, etc., mediante la recopilación de datos generados por fuentes confiables como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, y sobre todo, la perspectiva del cliente en base a datos recopilados por medio de encuestas.

Mediante el estudio técnico se determinaran los elementos necesarios para la instalación de las bodegas para las frutas y verduras del centro de acopio donde serán mantenidas dentro de los parámetros de conservación tanto en Guayaquil como en su destino en la Isla San Cristóbal para garantizar su frescura. Mediante el análisis financiero se evaluará los indicadores financieros que demostraran la rentabilidad del proyecto.

## MARCO REFERENCIAL

### Referencias sobre el estudio de mercado

El estudio de mercado realizado en el presente proyecto se realizará basado en el análisis de la oferta y la demanda, los cuales son los dos grupos de influencia para determinar la viabilidad de un producto dentro de un determinado mercado. Las definiciones de oferta y demanda han sido analizadas por varios autores, pero en su definición más sencilla y aplicable son:

**Análisis de la Demanda:** la demanda se refiere a la cantidad de artículos que una persona o una familia deseen adquirir. La medida de la demanda depende del deseo de compra más no a lo que realmente se compra, además que debe estar sujeta a una medida de tiempo, ya sea, diario, semanal, quincenal, mensual, anual, etc. Los factores que influyen en la demanda son:

- El precio del producto
- El precio de los demás bienes
- El poder adquisitivo del comprador
- Factores sociológicos
- Las preferencias del consumidor
- Expectativas del precio

El problema de análisis de la demanda se atribuye a que todas las variables son constantes a la vez por lo que al momento de analizar las variantes se aconseja realizarlo con la premisa de solo analizar una variante a la vez, es decir, analizar una variante de un factor asumiendo que los demás permanecen constantes.

## **CAPÍTULO 1**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El presente capítulo analizará diversas perspectivas sobre la necesidad de la implementación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal. De esta manera, es importante estudiar el comportamiento de la oferta y la demanda que existe para estos productos de primera necesidad que son parte de la canasta básica. Luego del análisis de estos dos aspectos se procederá a elaborar un plan de muestreo, donde se seleccionará la muestra a evaluar mediante una técnica de recolección de datos que se emplearán para obtener la información necesaria, a fin de establecer el comportamiento del comprador de la Isla San Cristóbal respecto al consumo de frutas y verduras.

El 12 de febrero de 1852, las Islas Galápagos fueron declaradas oficialmente como parte del territorio ecuatoriano por el Gral. José Villamil, luego en 1936, ser declaradas Reserva Nacional por su diversidad en flora y fauna para prevenir la matanza de las tortugas Galápagos, especie en vías de extinción. El 4 de julio de 1959, las Islas fueron declaradas Parque Nacional en un 97% de su extensión territorial, siendo el Gobierno, los encargados de direccionar los proyectos para su protección ambiental.

El 20 de enero de 1964 fue construida la Estación Charles Darwin para la investigación científica, la cual es una organización internacional sin fines de lucro que, en 1990, convirtió al archipiélago en un santuario de ballenas. El 8 de septiembre de 1978, la UNESCO declaró a las Islas Galápagos como Patrimonio Natural de la Humanidad por su biodiversidad y la conservación del Parque Nacional. En 1985 el Parque Nacional Galápagos fue declarado Reserva de la Biosfera. (Galápagos Cruceros , 2010, págs. 4-7)

## 1.1 Análisis de la Oferta

Según datos del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, en las Islas Galápagos, se registra un crecimiento en los establecimientos, presentando un total de 62 locales por cada 1.000 habitantes. Al ser la población de la Isla San Cristóbal, un total de 7.475 habitantes presentan un total de 461 establecimientos comerciales.

**Figura 1. Establecimientos por población de la Isla San Cristóbal**

Jurisdicción	Población	Establecimientos	Densidad*
San Cristóbal	7.475	461	62
Isabela	2.256	175	78
Santa Cruz	15.393	693	45
Galápagos	25.124	1329	53
Guayas	3.645.483	119.792	33
Pichincha	2.576.287	113.471	44
Ecuador	14.483.499	511.130	35

**Fuente:** (Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, 2013 , pág. 2)

Para el abastecimiento de víveres, las Islas Galápagos poseían un total de 5 barcos, los cuales han sufrido daños en los últimos meses, lo que ha generado una escasez de productos. En mayo del 2014, el barco Galapaface I sufrió un desperfecto que lo llevo a vararse, en noviembre del mismo año se hundió el barco San Cristóbal y en Enero del 2015 se encalló el barco Floreana. Desde ese mes, los envíos han sido realizados por los barcos Galápagos y Angelina, con ayuda de las gabarras “Amistad” y “Charito” y los aviones de las Fuerzas Armadas Ecuatorianas.

Los costos que el comerciante percibe por concepto de transporte de la mercadería varían dependiendo la cantidad de productos que compre y empiezan desde la llegada de la mercadería al puerto privado StoreOcean ubicado al sur de Guayaquil. El uso de cada palette para transportar la carga hasta el barco cuesta un aproximado de \$5 dólares. El parqueo del camión con la carga en el puerto tiene un costo entre \$40 y \$60 dólares, pues se paga 3 dólares por tonelada. (Diario El Comercio , 2015, pág. 2).



Se paga un monto de \$1,77 dólares por bulto estibado en el puerto de Galápagos, luego se paga un aproximado de \$0,80 centavos por bulto en las barcasas y otro \$0.80 centavos por el transporte en camiones por cada bulto. Para ingresar a las Islas cargas mayores a 700 kilos se pagan una tasa de \$50 dólares para la Agencia de Regulación y Control de la Bioseguridad y Cuarentena para Galápagos (ABG).

Los costos por vía aérea varían un poco pero siguen representando un fuerte gasto para los comerciantes, puesto que aparte de cancelar la tasa para la ABG, se pagan \$0,70 centavos por cada kilo de productos y el transporte desde la Isla Baltra que incluye el pase en lancha por el canal de Itabaca para luego ser transportado hacia Puerto Ayora en camión, a un costo de \$3,00 por bulto. Estos gastos afectan directamente al precio final de los productos, lo que lleva a que los precios se dupliquen en comparación a los precios oficiales designados por el Gobierno. (Diario El Comercio , 2015, pág. 3).

**Tabla 1. Precios de productos en Galápagos y Ecuador Continental**

Producto	Precio Ecuador Continental	Precio Región Insular	Diferencia
<b>Cebolla</b>	\$0.50/libra	\$1,75/libra	\$1,25
<b>Leche</b>	\$1,00/litro	\$3,00/litro	\$2,00
<b>Papa</b>	\$0,30/libra	\$1,00/libra	\$0,70
<b>Arroz</b>	\$37,50/quintal	\$65,00/quintal	\$27,50
<b>Verde</b>	\$6,22/racimo	\$15,00/racimo	\$8,78

**Fuente:** (Diario El Comercio , 2015, pág. 2)

Las islas Galápagos se abastecen de manera externa por dos vías: vía aérea y vía marítima. Pero de manera interna también existen métodos de abastecimiento, como la feria libre en el sector de Miraflores de la Isla Santa Cruz, donde los productores promocionan los víveres que producen en las fincas que se ubican en la parte alta de la Isla.

Esta feria se organiza todos los sábados, y los martes pero en menor escala, donde se venden productos como: tomates, pimiento, verde, yuca, pepino, choclo, lechuga, brócoli. También se venden frutas como la sandía, melón, limón, aguacate, guineo, naranja, mandarina y piña. A pesar de que el precio al que se expenden dichos productos es económico con relación a los productos traídos desde Ecuador Continental, el precio sigue siendo alto. Por ejemplo, una sandía cosechada en

Galápagos cuesta 7 dólares mientras que la que traen desde Guayaquil o Quito cuesta \$14. (Mestanza, 2013 , pág. 2).

## **1.2 Análisis de la demanda**

En la canasta básica nacional del Ecuador, para junio del 2015 se calcula un gasto mensual entre verduras frescas, tubérculos y derivados, leguminosas y frutas fresca es de 44,83 dólares. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, para suplir la necesidad de alimentos de las Islas Galápagos se requiere un aproximado de 6 mil toneladas. Para el transporte de los alimentos necesarios para la isla existen varias barcazas. (Diario El Comercio , 2015, pág. 4).

Debido a problemas en la trasportación, por el accidente de 3 barcos de cargas, suscitado en Enero del 2015, el abastecimiento de las Islas se ha presentado de manera irregular y los sobrepuestos se han presentado en productos como el arroz, el cual ha llegado a costar hasta \$65 dólares el quintal. Esto dificulta la posibilidad de suplir la demanda, tanto de los consumidores habituales como el de los restaurantes que ven limitado sus productos para el turista, pues hacen falta pulpas de fruta para los jugos o demás productos. (Diario El Comercio , 2015, pág. 2).

**Tabla 2. Canasta Básica Nacional- Junio 2015**

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual	Recuperación en el consumo	
					En Dólares	% del Costo
<b>1</b>	<b>TOTAL</b>	<b>0,16</b>	<b>480,65</b>	<b>660,80</b>	<b>-180,15</b>	<b>-37,48</b>
<b>2</b>	<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>-0,32</b>	<b>215,96</b>	<b>256,23</b>	<b>-40,27</b>	<b>-8,38</b>
3	Cereales y derivados	0,45	44,24	45,10	-0,86	-0,18
4	Carne y preparaciones	-0,08	37,14	39,09	-1,96	-0,41
5	Pescados y mariscos	-0,48	8,71	12,24	-3,53	-0,73
6	Grasas y aceites comestibles	-0,33	10,15	11,32	-1,17	-0,24
7	Leche, productos lácteos y huevos	-0,20	27,00	28,68	-1,69	-0,35
8	Verduras frescas	-0,22	15,43	27,72	-12,29	-2,56
9	Tubérculos y derivados	-2,21	12,50	13,03	-0,53	-0,11
10	Leguminosas y derivados	-0,09	4,90	12,82	-7,92	-1,65
11	Frutas frescas	-3,51	12,00	19,23	-7,23	-1,50
12	Azúcar, sal y condimentos	0,64	7,32	7,53	-0,21	-0,04
13	Café, té y bebidas gaseosas	-1,28	5,29	7,27	-1,98	-0,41
14	Otros productos alimenticios	0,34	2,96	3,52	-0,56	-0,12
15	Alim. Y bebe. consumidas fuera del hogar	0,12	28,33	28,67	-0,34	-0,07
<b>16</b>	<b>VIVIENDA</b>	<b>0,22</b>	<b>104,01</b>	<b>114,46</b>	<b>-10,46</b>	<b>-2,18</b>
17	ALQUILER	0,38	67,33	67,33	0,00	*
18	Alumbrado y combustible	0,02	19,48	19,48	0,00	*
19	Lavado y mantenimiento	-0,24	15,17	17,27	-2,11	-0,44
20	Otros artefactos del hogar	0,28	2,03	10,38	-8,35	-1,74
<b>21</b>	<b>INDUMENTARIA</b>	<b>-0,28</b>	<b>45,36</b>	<b>160,14</b>	<b>-114,78</b>	<b>-23,88</b>
22	Telas, hechuras y accesorios	-0,42	3,24	7,74	-4,50	-0,94
23	Ropa confeccionada hombre	-0,31	21,27	55,65	-34,38	-7,15
24	Ropa confeccionada mujer	-0,30	18,32	86,19	-67,87	-14,12
25	Servicio de limpieza	0,29	2,52	10,56	-8,03	-1,67
<b>26</b>	<b>MISCELANEOS</b>	<b>1,20</b>	<b>115,33</b>	<b>129,97</b>	<b>-14,63</b>	<b>-3,04</b>
27	Cuidado de la salud	0,16	22,91	28,75	-5,85	-1,22
28	Cuidado y artículos personales	-0,47	14,28	19,53	-5,24	-1,09
29	Recreo, material de lectura	-0,05	18,27	19,03	-0,77	-0,16
30	Tabaco	3,68	10,34	10,95	-0,61	-0,13
31	Educación	1,66	16,81	18,97	-2,16	-0,45
32	Transporte	2,39	32,73	32,73	0,00	*

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015 , pág. 1)

El barco Galápagos transporta un aproximado de 1.400 toneladas, el barco Angelina transporta un aproximado de 1.200 toneladas, lo que equivale a un aproximado de 3.800 toneladas de alimentos por vía marítima. Por vía aérea, los aviones de las Fuerzas Armadas Ecuatorianas (FAE) llevan un aproximado de 30 toneladas entre los 3 vuelos que realizan a la semana, lo que da un total de 3.920 toneladas mensuales, lo

que no cubre la cantidad necesaria para los habitantes de las Islas, las cuales ascienden a un aproximado de 6 mil toneladas de víveres.

**Tabla 3. Análisis de la brecha de mercado**

<b>Transporte</b>	<b>Toneladas mensuales</b>	<b>Unidades requeridas mensuales</b>	<b>Brecha de mercado mensual</b>
<b>Marítimo</b>	3.800	5.000	-1.200
<b>Aéreo</b>	120	1.000	-880
<b>Total</b>	<b>3.920</b>	<b>6.000</b>	<b>-2.080</b>

Fuente: (Diario El Comercio , 2015, pág. 1)

### **1.3 Plan de Muestreo**

#### **1.3.1 Método**

En la presente investigación se utilizarán los métodos inductivo y deductivo para analizar los datos obtenidos en la investigación. El método inductivo ayuda a obtener conclusiones universales mediante el análisis de datos particulares, mientras que el método deductivo ayuda a determinar principios particulares mediante la obtención de datos universales.

#### **1.3.2 Tipo de Investigación**

En esta investigación se utilizará el tipo de investigación exploratorio, el cual reflejará los datos obtenidos mediante la investigación de la oferta y la demanda en el mercado. También se utilizará el método descriptivo para evaluar los datos cuantificados obtenidos mediante una técnica de recolección de información, de esta manera se busca darle un enfoque cuantitativo al estudio.

### 1.3.2 Técnica de recolección de datos

La técnica para la recolección de datos implementada en el presente proyecto será la encuesta, la cual estará constituida por un formulario de preguntas cerradas de selección múltiple que será realizada a la cantidad seleccionada como muestra de la población total de la Isla San Cristóbal.

### 1.3.3 Población y muestra

Se determina como la población de la presente investigación a los habitantes de la Isla San Cristóbal de la región Insular del Ecuador. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el último censo realizado en el 2010, esta isla tiene un total de 7.475 habitantes, de los cuales 3.488 son mujeres y 3.987 son hombres.

<b>n/c=</b>	95%	<b>n =</b>	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
<b>z=</b>	1,95		
<b>p=</b>	50%		
<b>q=</b>	50%		
<b>N=</b>	7.475	<b>n =</b>	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (7.475)}{(7.475- 1) (0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$
<b>e=</b>	5%		
<b>n=</b>	?		
		<b>n =</b>	$\frac{7105,92}{19,64}$
		<b>n =</b>	362

La encuesta realizada tiene como objetivo:

1. Determinar la frecuencia de compra del consumidor de frutas y verduras de la Isla San Cristóbal
2. Analizar la percepción del consumidor sobre precio y calidad de los productos que se trasladan desde Ecuador continental hacia Galápagos.
3. Conocer la opinión del consumidor con respecto a las repercusiones que puede tener la creación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla.
4. Investigar el presupuesto promedio que los habitantes de la Isla San Cristóbal destinan para el consumo de frutas y verduras.

Las encuestas fueron realizadas en la semana del 29 de Junio del 2015 hasta el 3 de Julio del mismo año, en los principales mercados de la Isla San Cristóbal en los horarios de 9 de la mañana hasta las 11 de la mañana y desde las 3 de la tarde hasta las 5 de la tarde.

**Tabla 4. Planificación de la encuesta**

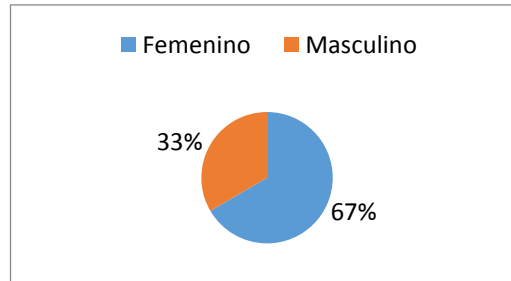
<b>Fecha</b>	<b>Numero de encuestas</b>	<b>Horario</b>
<b>29 de Junio del 2015</b>	45	9H00 a 11H00 – 3H00 a 5H00
<b>30 de Junio del 2015</b>	73	9H00 a 11H00 – 3H00 a 5H00
<b>1 de Julio del 2015</b>	81	9H00 a 11H00 – 3H00 a 5H00
<b>2 de Julio del 2015</b>	84	9H00 a 11H00 – 3H00 a 5H00
<b>3 de Julio de 2015</b>	79	9H00 a 11H00 – 3H00 a 5H00

**Elaborado: Autora**

## 1.4 Presentación de resultados

### Género

Gráfico 1. Género de los encuestados

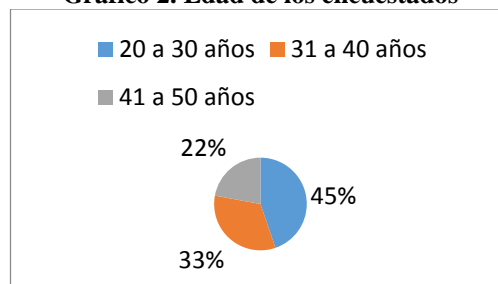


Elaborado: Autora

Se realizaron encuestas a 362 personas, como determino el cálculo de la muestra. Se procedió a verificar la edad y genero de cada persona evaluada, y se determinó que el 33% de los encuestados son de género masculino, mientras que el 67% es de género femenino. A pesar de que las compras de víveres como las frutas o verduras es una tarea que realizan con más frecuencia las amas de casa, se preguntó también a hombres encargados de esas tareas.

### Edad

Gráfico 2. Edad de los encuestados



Elaborado: Autora

Como dato básico se preguntó la edad promedio de los encuestados, y se determinó que el 44,75% tienen una edad promedio entre 20 a 30 años de edad. El 33,15% de los encuestados tienen una edad entre 31 a 40 años, mientras que el 22,10% de los encuestados tienen una edad promedio entre 41 a 50 años.

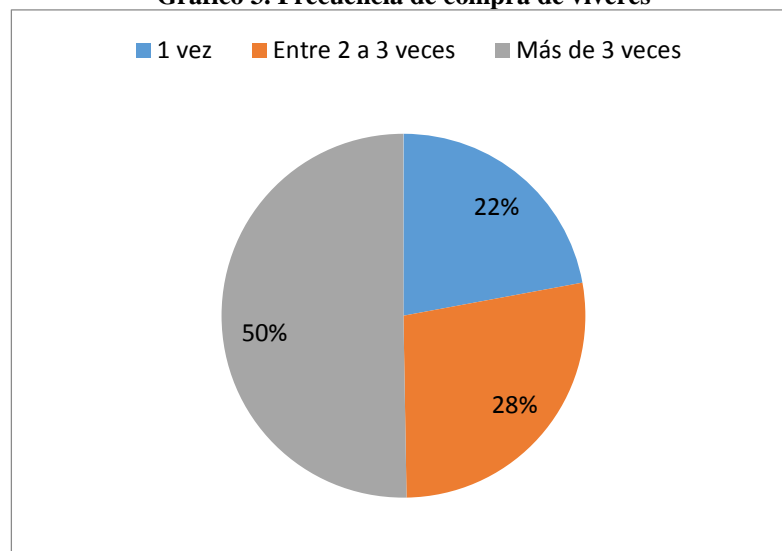
1.- Marque con una X: ¿Cuántas veces al mes realiza compra de alimentos para su hogar?

Tabla 5. Frecuencia de compra de víveres

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	80	22,10%
Entre 2 a 3 veces	100	27,62%
Más de 3 veces	182	50,28%
Total general	362	100,00%

Elaborado: Autora

Gráfico 3. Frecuencia de compra de víveres



Elaborado: Autora

La primera pregunta busca determinar cuántas veces los encuestados realizan sus compras de víveres al mes. El 22,10% de los encuestados mencionaron que realizan sus compras una vez al mes, mientras el 27,62% determinó que realizan sus compras de 2 a 3 veces, es decir de manera quincenal o cada 10 días. El 50,28% afirmó que realizan más de 3 compras al mes, pues muchas veces no encuentran lo que necesitan en una sola visita a los supermercados o porque realizan las compras según su necesidad. Esta pregunta ayudará a determinar cuál será la frecuencia de compra de frutas y verduras para la proyección de ventas.



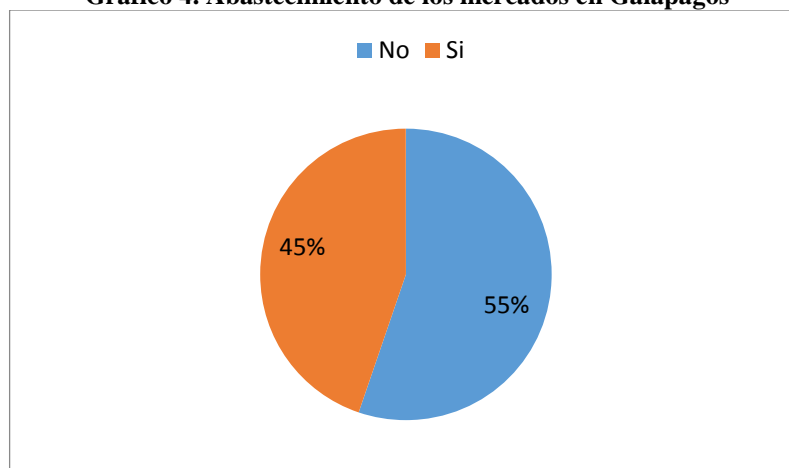
## 2.- ¿Los mercados son abastecidos de manera regular?

**Tabla 6. Abastecimiento de los mercados en Galápagos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	200	55,25%
Si	162	44,75%
Total general	362	100,00%

Elaborado: Autora

**Gráfico 4. Abastecimiento de los mercados en Galápagos**



Elaborado: Autora

La segunda pregunta busca conocer si los mercados son abastecidos de manera regular o existen periodos en los cuales escasean uno o varios alimentos. El 55,25% de los encuestados afirmaron que los mercados si son abastecidos de manera regular mediante los 5 barcos que existían para el transporte de comida, pero que en los últimos meses si han existido problemas por la desaparición de 3 barcos, dejando solo 2 para el abastecimiento de las Islas. El 44,75% de los encuestados contestaron que no existe un abastecimiento regular en las Islas por el problema de los barcos que ya no operan para el transporte de víveres, pero que mucho antes de este problema existía una limitada diversificación en cuanto a los productos disponibles en la Isla. Esta pregunta contribuyó a determinar la necesidad de la implementación del centro de acopio debido a los periodos de escasez de los productos.

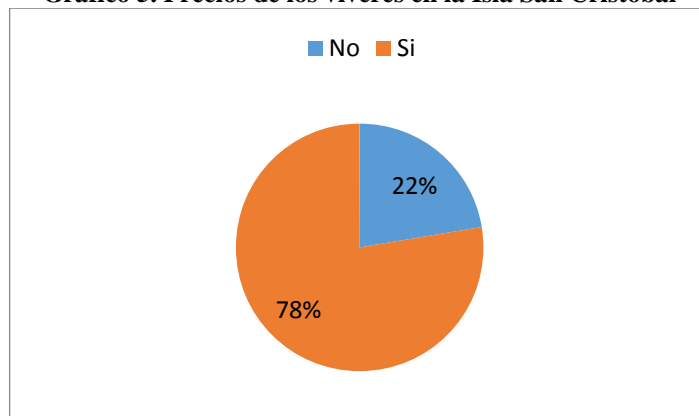
**3.- ¿Cree usted que los precios de los víveres de primera necesidad dentro de la Isla son excesivos?**

**Tabla 7. Precios de los víveres en la Isla San Cristóbal**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	81	22,38%
Si	281	77,62%
Total general	362	100,00%

Elaborado: Autora

**Gráfico 5. Precios de los víveres en la Isla San Cristóbal**



Elaborado: Autora

La tercera pregunta busca conocer la opinión de los encuestados sobre los precios que se manejan en la Isla para los víveres de primera necesidad que forman parte de la canasta básica ecuatoriana. El 77,62% de los encuestados considera que los precios que presentan la mayoría de víveres en la Isla son excesivos si se los compara con los precios estipulados por el Gobierno como oficiales y que los sueldos en la Isla no reflejan el real costo de vida que tienen los habitantes de la Isla San Cristóbal. El 22,38% de los habitantes considera que los precios no son excesivos, pues están acorde a los costos de transportación que exige el traslado de víveres desde Ecuador Continental a la región Insular. Además considera que influye en los precios el hecho de que sea uno de los lugares turísticos más importantes a nivel mundial, pues los precios que se les muestran a los turistas son acordes al lugar.

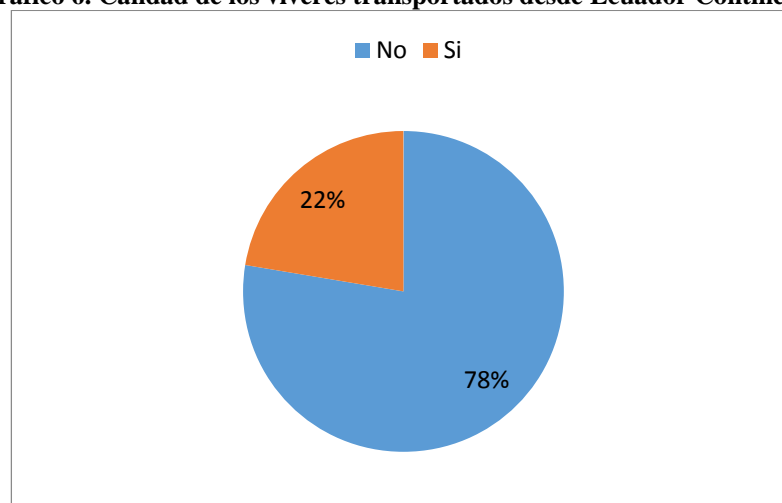
**4.- ¿Considera que la mayoría de productos obtenidos desde Ecuador Continental son frescos y de buena calidad?**

**Tabla 8. Calidad de los víveres transportados desde Ecuador Continental**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	281	77,62%
Si	81	22,38%
<b>Total general</b>	<b>362</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado: Autora**

**Gráfico 6. Calidad de los víveres transportados desde Ecuador Continental**



**Elaborado: Autora**

La cuarta pregunta determinará la percepción de los encuestados sobre la calidad y frescura de los víveres transportados desde Ecuador Continental hacia las Islas Galápagos. El 77,62% de los encuestados considera que los productos que reciben desde Ecuador Continental no son frescos ni tienen buena calidad, pues en el proceso de traslado no son tratados de manera apropiada, por lo que llegan en mal estado, o estropeada. El 22,38% de los encuestados consideran que los productos si llegan en buen estado, pero esto se da más en los productos que son enviados vía aérea, pues su tiempo de llegada es más corto y los procesos de desembarque no requieren tantos procesos como por vía marítima.

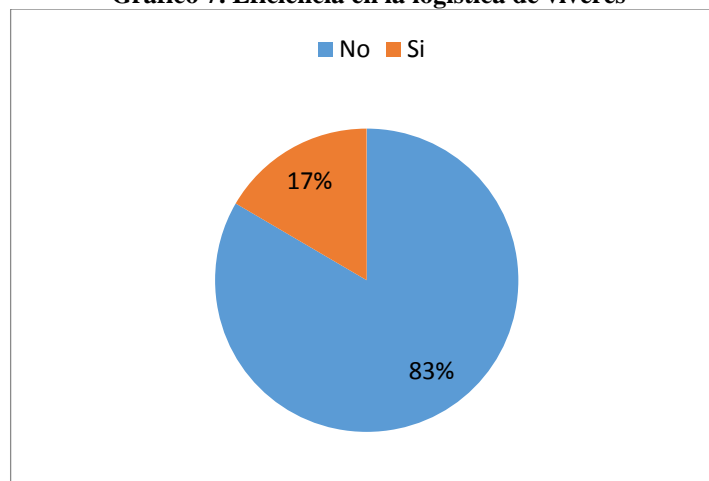
5.- ¿Cree usted que el acceso de los víveres hacia las Islas es eficiente?

**Tabla 9. Eficiencia en la logística de víveres**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	302	83,43%
Si	60	16,57%
Total general	362	100,00%

Elaborado: Autora

**Gráfico 7. Eficiencia en la logística de víveres**



Elaborado: Autora

La quinta pregunta se formula para conocer la opinión de los encuestados sobre la facilidad que tienen los víveres para acceder a las Islas Galápagos. El 83,43% de los encuestados manifestó que los víveres no tienen un libre acceso hacia el mercado en las Islas galápagos, pues requieren de una serie de regulaciones y traslados de un contenedor a otro, que no solo deteriora el estado de los mismos sino que retrasada por varios días la llegada hacia el puerto. El 16,57% de los encuestados considera que los víveres si acceden de manera fácil hacia las Islas, pues poseen un procesos sistematizado que controla todos los aspectos de la logística de abastecimiento para las Islas. Sin embargo, consideran que esto podría mejorar realizando estudios o análisis.

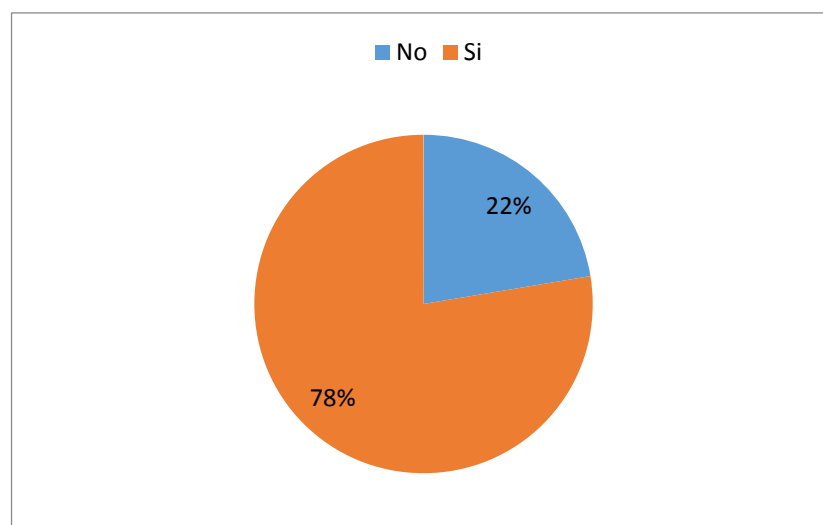
**6.- ¿Considera usted que los costos de transporte para frutas y legumbres permiten rentabilidad para el comercio?**

**Tabla 10. Rentabilidad del comercio en la Isla San Cristóbal**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	81	22,38%
Si	281	77,62%
<b>Total general</b>	<b>362</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado: Autora**

**Gráfico 8. Rentabilidad del comercio en la Isla San Cristóbal**



**Elaborado: Autora**

La sexta pregunta se basa en determinar la perspectiva del consumidor sobre la rentabilidad que tiene el negocio del comercio de víveres en la Isla. El 77,62% considera que el negocio si produce rentabilidad a pesar de los altos costos en logística que los dueños de comercios tienen, pues esto se compensa con los altos precios en los que expenden los productos. Además considera que es uno de los negocios más rentables pues en la Isla no se producen víveres suficientes para abastecer la demanda. El 22,38% de los encuestados consideró que el negocio del comercio no representa un alto margen de utilidad, puesto que los altos costos de transporte impiden una competitividad entre las empresas que se encargan de este sector, ya que deben reducir su margen de ganancias para poder captar mercado.

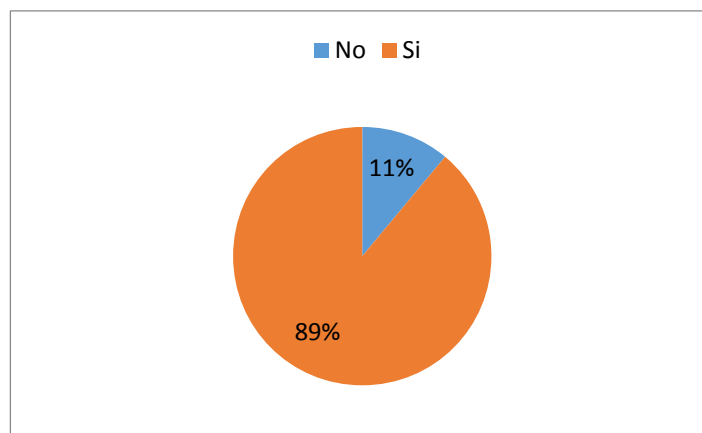
**7.- ¿Alguna vez no ha podido encontrar algún producto de primera necesidad o se le ha dificultado hallarlo?**

**Tabla 11. Dificultad para comprar víveres de primera necesidad**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	40	11,05%
Si	322	88,95%
Total general	362	100,00%

Elaborado: Autora

**Gráfico 9. Dificultad para comprar víveres de primera necesidad**



Elaborado: Autora

La séptima pregunta trata de determinar alguna experiencia negativa de los encuestados al momento de realizar compras de productos de primera necesidad o víveres. El 88,95% de los encuestados aseguró que si ha tenido problemas o dificultades para encontrar determinados productos para abastecer su despensa o que, simplemente, existen épocas del año donde encontrar determinados productos resulta imposible, pues no hay un surtido amplio de alimentos. El 11,05% de los encuestados afirman que nunca han tenido problemas para encontrar algún producto necesario para su alimentación y que a veces consideran que la carencia de algún alimento puede deberse a que no es producido en esa época, en el caso por ejemplo, de las frutas de temporadas.

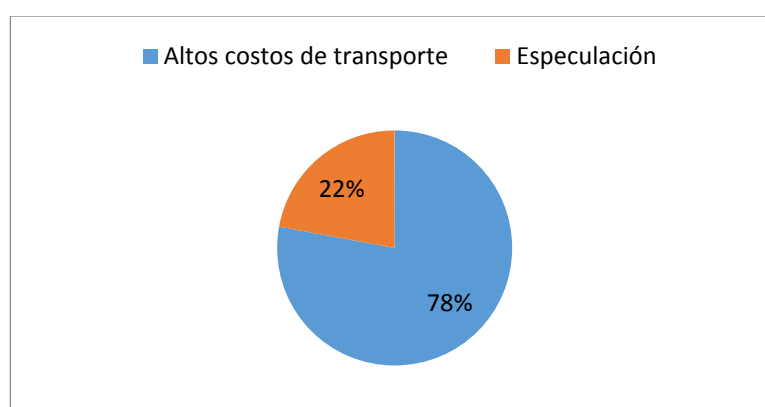
**8.- ¿Cuáles considera que son las causas por las cuales los precios de los productos están por encima de los estipulado por el Gobierno?**

**Tabla 12. Causas de los sobrepuestos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Altos costos de transporte	282	77,90%
Especulación	80	22,10%
Total general	362	100,00%

**Elaborado: Autora**

**Gráfico 10. Causas de los sobrepuestos**



**Elaborado: Autora**

La pregunta número ocho busca conocer la opinión de los encuestados sobre las causas que pueden afectar los altos precios en los viveres que presentan los productos vendidos en las Islas Galápagos con respecto a los precios regulados por el Gobierno. El 77,90% de los encuestados consideran que los altos precios que ofrecen los comerciantes se deben por los altos costos de transportar los alimentos desde Ecuador Continental hacia las Islas, ya que a parte de los impuestos y tasas gubernamentales que deben pagar, el alquiler de camiones, barcazas, estibadores, palettes y demás implementos alteran considerablemente el margen de utilidad de los empresarios. El 22,10% considera que la causa es la especulación, pues si se considera los altos costos de la logística, por los altos precios que manejan los comerciantes se puede deducir que quienes asumen esos costos son los consumidores sin que se altere el margen de ganancia de los comerciantes.

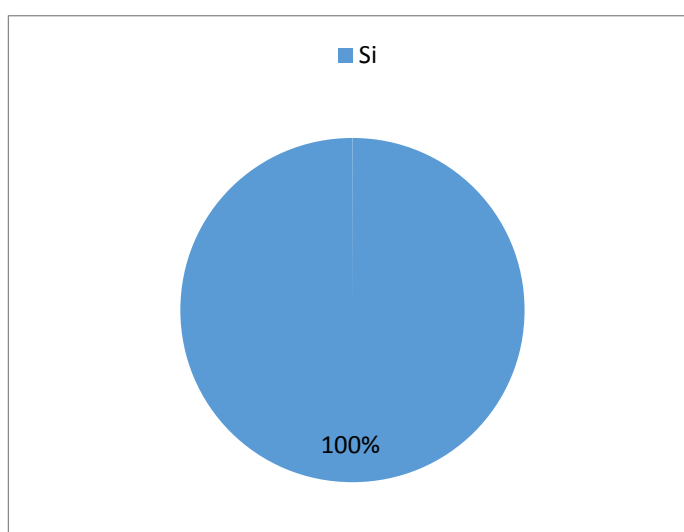
**9.- ¿Cree usted que un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal sea beneficioso para los habitantes de la Isla?**

**Tabla 13. Opinión sobre la implementación de un centro de acopio**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	100,00%
No	0	0,00%
Total general	362	100,00%

Elaborado: Autora

**Gráfico 11. Opinión sobre la implementación de un centro de acopio**



Elaborado: Autora

La pregunta número nueve se formuló para conocer la opinión de los encuestados sobre la factibilidad de implementar un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal y si esto será beneficioso para los habitantes de este lugar. El 100% de los encuestados consideran que la creación de un centro de acopio para la Isla será beneficioso para ellos, pues se podrá disponer de un mayor abastecimiento de productos, y se podrán organizar de mejor manera los comerciantes y los pocos productores que existen en la Isla.



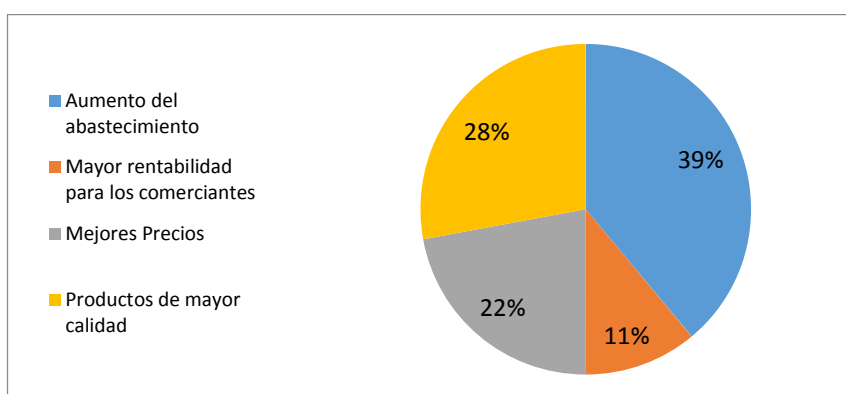
**10.- ¿Cuál cree usted que sean los beneficios de la implementación de un centro de Acopio en la Isla San Cristóbal?**

**Tabla 14. Beneficios de la implementación de un centro de acopio**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Aumento del abastecimiento	141	38,95%
Mayor rentabilidad para los comerciantes	40	11,05%
Mejores Precios	80	22,10%
Productos de mayor calidad	101	27,90%
<b>Total general</b>	<b>362</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado: Autora

**Gráfico 12. Beneficios de la implementación de un centro de acopio**



Elaborado: Autora

La pregunta número diez busca conocer que beneficios consideran, los encuestados, que generará la implementación de un centro de acopio de frutas y verduras en la Isla San Cristóbal. El 38,95% de los encuestados considera que el mayor beneficio será un aumento del abastecimiento de productos en la Isla. El 11,05% de los encuestados considero que el mayor beneficio será el aumento de la rentabilidad de los comerciantes pues se aumentará el volumen de carga de los pedidos de alimentos, y los precios serán por volumen de carga más no por número de viajes. El 22,10% de los encuestados considera que mejoraran los precios pues al aminorar el costo de transporte, el consumidor no asumirá ese sobreprecio. El 27,90% consideró que un beneficio será el tener productos de mejor calidad gracias a los sistemas de conservación que tendrá el centro de acopio.

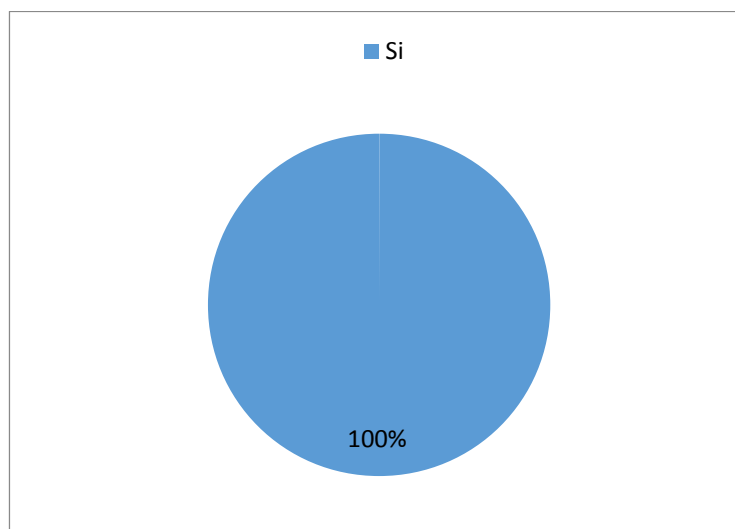
**11.- ¿Considera que el centro de acopio permitiría mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Isla?**

**Tabla 15. Mejoras en la calidad de vida mediante el centro de acopio**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	100,00%
No	0	0.00%
Total general	362	100,00%

**Elaborado: Autora**

**Gráfico 13. Mejoras en la calidad de vida mediante el centro de acopio**



**Elaborado: Autora**

La pregunta número once busca conocer la opinión de los encuestados con respecto a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la Isla en caso de que se implemente el centro de acopio de frutas y verduras. El 100% de los encuestados consideró que el centro de acopio si colaborará para la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la Isla de San Cristóbal, pues al mejorar los precios de los víveres y al aumentar la rentabilidad de los comercios y negocios derivados de ellos como los restaurantes se podrá adquirir mejores productos y más calidad en la alimentación de las personas y una ayuda significativa en la economía de las familias.

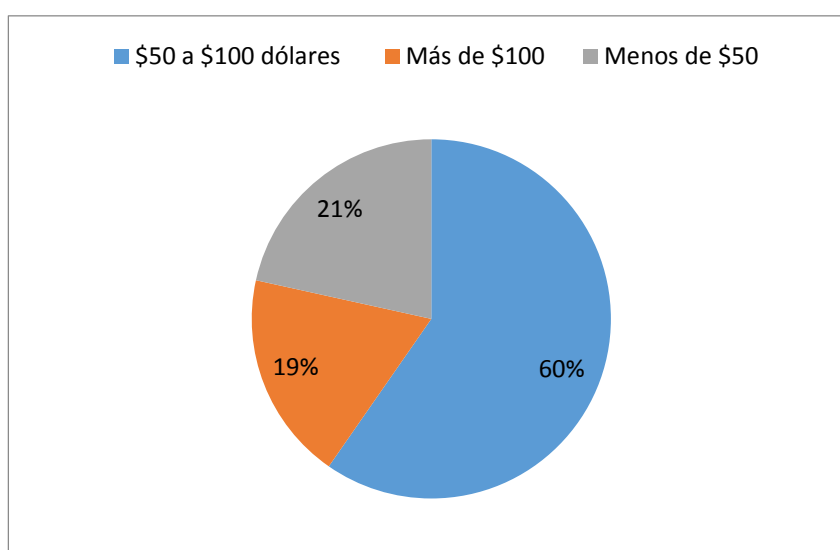
**12.- ¿Cuál sería su presupuesto máximo asignado para el consumo de frutas y verduras durante un mes?**

**Tabla 16. Presupuesto mensual para compra de frutas y verduras**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$50 a \$100 dólares	216	59,67%
Más de \$100	68	18,78%
Menos de \$50	78	21,55%
<b>Total general</b>	<b>362</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado: Autora

**Gráfico 14. Presupuesto mensual para compra de frutas y verduras**



Elaborado: Autora

La pregunta número doce busca determinar el presupuesto mensual que los encuestados asignan para la compra de frutas y verduras. El 59,67% de los encuestados afirmó que destinan un presupuesto entre los \$50 y \$100 dólares para el rubro correspondiente a las frutas y verduras. Mientras que, un 18,78% de los habitantes destinarían más de \$100 dólares para la adquisición de estos productos según la calidad de los mismos. El 21,55% de los encuestados afirmó que designaría una cantidad inferior a \$50 dólares para la adquisición de frutas y verduras.

## **1.5 Conclusiones de la encuesta**

Las preguntas efectuadas a los habitantes de la Isla San Cristóbal permiten tener una perspectiva más definida sobre el comportamiento del consumidor con respecto a la adquisición de víveres como las frutas o verduras dentro de la Isla y sobre los precios que manejan los comerciantes del lugar. Las conclusiones que se pueden definir de esta encuesta son:

- Los precios de los víveres que se venden en la Isla San Cristóbal son más altos con respecto a los precios estipulados y regulados en el Ecuador Continental.
- La causa principal para el aumento de los precios de los víveres en la Isla se debe a los altos costo de trasportación de los productos.
- Debido al largo proceso para el envío de los víveres, estos no llegan en un perfecto estado o llegan un poco deteriorados.
- Los encuestados consideran que un centro de acopio de frutas y verduras dentro de la Isla San Cristóbal tendrá múltiples beneficios para los habitantes y el comercio.
- Se considera que uno de los mayores beneficios que proporcionara el centro de acopio es la disminución de precios de los víveres.

## 1.6 Proyección de la demanda

Para determinar la proyección de la demanda se utilizó la siguiente:

$$Q_p = P \times f \times p$$

Las variables en la ecuación son las siguientes:

- **P**= La población objetivo se calcula con la población total de la Isla San Cristóbal de 7.475 por la población económicamente activa de Galápagos, que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, es de 53,99%, lo que da un total de 4.035 personas.
- **F**= La frecuencia de consumo que, según la encuesta realizada, el 50,28% de los encuestados compran un promedio de más de 3 veces mensuales.
- **p**= El presupuesto de los encuestados para el consumo de frutas y verduras, el 59,67% de los encuestados menciona cantidades entre \$50 a \$100 dólares.

Esta fórmula da como resultado una población objetivo de 1328 personas mensuales. Según datos del INEC, un ecuatoriano consume un promedio de 150 gramos diarios de frutas y verduras, lo que multiplicado por la población objetivo da como consumo un total de 70.8 toneladas anuales.

**Tabla 17. Consumo promedio de frutas y verduras**

Población objetivo	Consumo de frutas y verduras diario	Consumo mensual	Consumo anual
1	150 grs.	4,5 kg	54 kg
1.328	199.200 grs.	5.9 toneladas	70.8 toneladas

**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2013 , pág. 33)

Para establecer el costo de venta de los productos que se expendrán en el centro de acopio, se hizo un cálculo promedio del costo de una lista de los 12 artículos más consumidos en Galápagos según los datos del MAGAP. De esta forma, el costo promedio para verduras y frutas es de \$ 0.55 y \$ 1.02 respectivamente:

<b>Costo de verduras para mercados</b>		
<b>Verduras</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Aguacate	Kg	\$ 0,80
Brócoli	Kg	\$ 0,50
Cebolla Colorada	Kg	\$ 0,88
Col	Kg	\$ 0,40
Lechuga	Kg	\$ 0,35
Papa Capiro	Kg	\$ 0,35
Papa Chola	Kg	\$ 0,45
Pepino	Kg	\$ 0,56
Pimiento	Kg	\$ 0,69
Yuca	Kg	\$ 0,55
Zanahoria	Kg	\$ 0,46
Tomate	Kg	\$ 0,55
<b>Promedio</b>		<b>\$ 0,55</b>

<b>Costo de frutas para mercados</b>		
<b>Frutas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Banano	Kg	\$ 0,56
Frutilla	Kg	\$ 1,76
Granadilla	Kg	\$ 0,75
Limón	Kg	\$ 1,06
Mandarina	Kg	\$ 0,78
Manzana	Kg	\$ 1,71
Maracuyá	Kg	\$ 0,84
Mora	Kg	\$ 1,75
Naranja	Kg	\$ 0,46
Naranja	Kg	\$ 1,14
Papaya	Kg	\$ 0,66
Sandia	Kg	\$ 0,77
<b>Promedio</b>		<b>\$ 1,02</b>

**Fuente:** (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2013 , pág. 33)

## **CAPÍTULO 2**

### **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

#### **2.1. Introducción**

El presente capítulo analizará las estrategias de marketing que ejecutará la propuesta para lograr el posicionamiento de la marca entre el mercado objetivo, a fin de lograr posicionamiento en el mercado y un crecimiento de la empresa mediante la delimitación de objetivos para el desarrollo del plan de marketing.

#### **2.2. Plan de marketing mix**

##### **2.2.1. Estrategia de Productos**

El centro de acopio figurará como un distribuidor directo de frutas y verduras, por lo que se focalizará a comprar a pequeños productores de Ecuador continental que muestren un producto fresco y durable para que pueda ser conservado durante un periodo de tiempo más extenso. En el centro de acopio se receptorán las siguientes frutas y verduras:

**Tabla 18. Frutas y verduras**

FRUTAS	VERDURAS
<b>Frutas dulces:</b> Abotijaba, Durazno, Banano, Cereza, Chirimoya, Granadilla, Grosella, Guanábana, Guayaba, Higo, Manzana, Melón, Papaya, Pera, Pitahaya, Pomarrosa, Remolacha, Sandía, Uva, Zapote	Frutos: berenjena y pimientos.
	Bulbos: ajo, cebolla, puerro, chalota, etc.
<b>Frutas ácidas:</b> Kiwi, Limón, Maracuyá, Mora, Naranja, Piña, Tamarindo, Toronja	Coles: repollo, brécol, coles de Bruselas y coliflor.
	Hojas y tallos tiernos: acelga, achicoria, borraja, cardo, endibias, escarola, espinacas y lechuga.
<b>Frutas semiácidas:</b> Árbol de tomate, Badea, Ciruela, Durazno o melocotón, Fresa, Lima, Mandarina, Mango, Manzana verde, Membrillo, Tomate	Inflorescencia: alcachofa.
	Pepónides: calabacín, calabaza y pepino.
<b>Frutas neutras:</b> Aceituna, Aguacate, Almendra, Avellana, Macadamia, Maní, Nuez	Raíces: nabo, rábanos, remolacha de mesa y zanahoria.
	Tallos jóvenes: apio, espárrago blanco y triguero.

Fuente: (Natarsan, 2013 )

El producto será dispensado al público de acuerdo a la demanda, por libras o kilos según sea requerido y al precio indicado por el Gobierno en la lista de precios oficiales para los víveres de primera necesidad en la canasta básica familiar.

### 2.2.2. Estrategia de Precio

La estrategia de precio principal para el centro de acopio “GalaVida” es la venta de producto de primera necesidad a los precios oficiales estipulados por el Gobierno Nacional en la lista de precios vigente. El factor primordial para el encarecimiento de las frutas y verduras en la Isla Galápagos es el proceso logístico para llevar el producto desde Ecuador Continental hasta las Islas, por lo que se ofrecerán mejores precios gracias a las mejoras en el proceso de pedido de víveres.



### **2.2.3. Estrategia de Plaza – Canal de Distribución**

El principal canal de distribución de las frutas y verduras será el centro de acopio ubicado en la Isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos para facilitar la venta de los productos a los habitantes de dicho lugar y permitir que puedan comprar los habitantes de las demás Islas que conforman el archipiélago.

### **2.2.4. Estrategias de Promoción**

Las estrategias de promoción son de suma importancia para la sostenibilidad de un proyecto pues es la manera en que el producto se dará a conocer ante el público en general y ante su población objetivo, y por ende será una fuerte influencia para lograr el posicionamiento en el mercado. Se propone seguir la siguiente estrategia de promoción:

- Diseñar una página web para la promoción del centro de acopio.
- Alianza de la empresa con pequeños productores para la promoción de producto nacional y apoyo a los productores.
- Campañas publicitarias por medio de radio, televisión y redes sociales.
- Ingreso al portal de compras públicas del estado, con la finalidad de dar a conocer la empresa para posibles licitaciones y concursos.

## **2.3. Objetivos**

### **2.3.1. Objetivos de Marketing**

1. Diseñar una estrategia de posicionamiento para captar clientes
2. Lograr el reconocimiento de la marca como incentivo para expandir el mercado
3. Generar servicios con valor agregado que ayuden a la empresa a destacar frente a los competidores
4. Identificar nuevas necesidades del cliente para diversificar los productos comercializados

### 2.3.2. Objetivos de Ventas

1. Mejorar el abastecimiento de frutas y legumbres en la Isla San Cristóbal
2. Ofrecer precios más bajos reduciendo costos de logística
3. Crear una relación de fidelización con los clientes

### 2.4. Segmentación

La población se segmentará de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) con respecto a los habitantes de la Isla San Cristóbal, la cual posee 7.475 habitantes: 3844 mujeres y 3987 hombres. Luego se analiza la población económicamente activa del Ecuador, por ser quienes poseen poder adquisitivo, la cual es del 53,99%, lo que da un total de 4.035 personas como segmentación del mercado.

**Tabla 19. Segmentación del mercado**

<b>Segmentación del mercado</b>	
<b>Provincia:</b>	Galápagos
<b>Cantón:</b>	San Cristóbal
<b>Población:</b>	7475 habitantes
<b>Población Económicamente Activa:</b>	53,99%
<b>Población objetivo:</b>	4.035 personas

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2014)

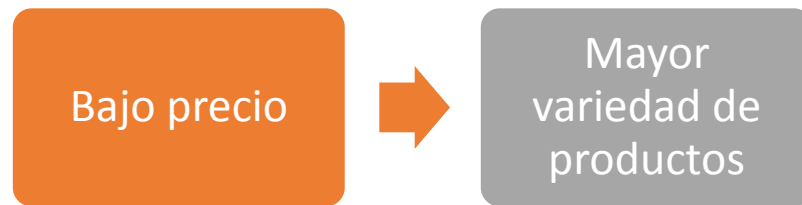
**Elaborado por:** Autora

### 2.5. Posicionamiento

El posicionamiento en el mercado se vincula al lugar que ocupa la marca en la mente del consumidor. La mayoría de marcas desean ubicarse en un lugar claro y distintivo entre su público objetivo, pues esto ayudará a estar entre las primeras opciones al momento de obtener el producto que se vende. (Rodríguez, 2012, pág. 3)

Para lograr el posicionamiento de la marca “Gala vida” en la mente del consumidor como proveedor de frutas y legumbres, se pretende resaltar los beneficios de menor precio y mayor surtido de productos como estrategia diferencial para mostrar precios competitivos dentro de la Isla que posee poco abastecimiento.

**Gráfico 15. Estrategias de posicionamiento**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autora

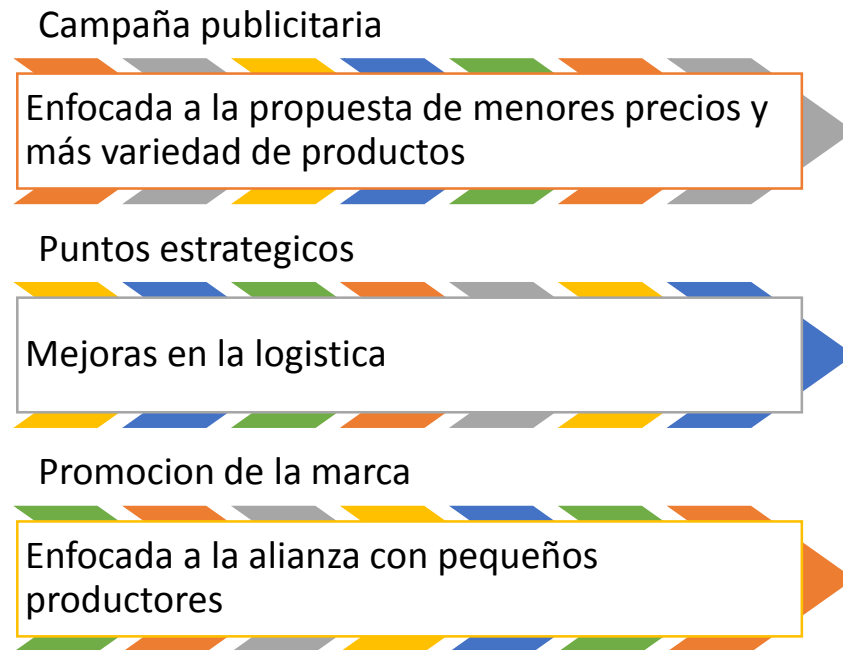
## **2.6. Esquema estratégico**

### **2.6.1. Estrategias competitivas**

La empresa pretende destacar como estrategia competitiva la distribución de frutas y verduras de alta calidad a menor precio mediante el transporte de estos productos de manera más directa a los parámetros habituales para eliminar la intermediación existente dándoles prioridad a los pequeños productores. También se busca mejorar la logística de los víveres mediante el transporte por volumen a las Islas, lo que permitirá abastecer a los habitantes en un número menor de viajes.

Esto se puede focalizar en la mejora de la logística de producción como ventaja competitiva en la cual se puede transportar más alimento en un número menor de viajes y que los mismos puedan conservarse por más tiempo para abastecer a la población. De esta manera, la empresa busca contribuir a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la isla San Cristóbal.

Gráfico 16. Estrategias competitivas



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Autora

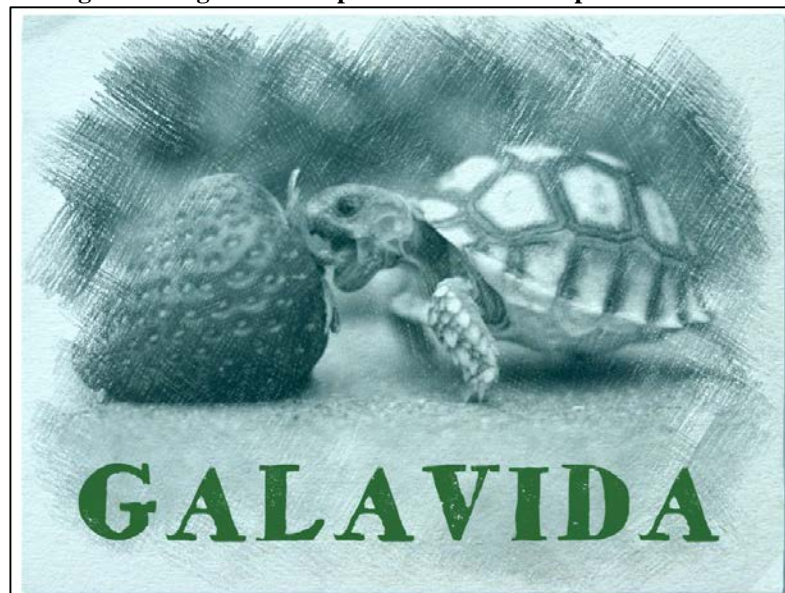
### 2.6.2. Estrategias de Marca

El punto clave para la creación de la marca empresarial, es conocer que el logo, el nombre y lema de una empresa es uno de los factores más influyentes en el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor. El logotipo de una empresa no solo la representa frente a sus competidores, sino que debe transmitir el concepto de la empresa, su ideología, su objetivo, para que este sea captado por el consumidor. Los requisitos que debe tener un logotipo es:

- **Memorable:** Para que un logotipo pueda ser memorable en la mente del consumidor, debe impactarlo a primera vista y debe ser fácil de recordar al pasar el tiempo.
- **Atractivo:** El atractivo de un logotipo logra captar la atención de los consumidores por lo que, se debe diseñar con formas estilizadas, buena combinación de colores y moderno.

- **Simple:** La simplicidad de un logo se verifica en su versatilidad para poder ser reproducido en cualquier tamaño, en cualquier lugar, en blanco y negro, por lo que debe contar con formas simples y pocos colores.
- **Distintivo:** El logotipo debe distinguir a una empresa entre todas las empresas del mercado o fuera del sector donde se desarrolla, por lo tanto, no debe parecerse o ser una copia de algún otro logo ya existente.
- **Coherente con la identidad de la compañía:** El logotipo debe reflejar la imagen corporativa del negocio, mostrar el ideal que direcciona las acciones que la empresa realiza ante la sociedad. (Revista CreceNegocios, 2013, pág. 2)

**Figura 2. Logo tentativo para el centro de acopio “GalaVida”**



Elaborado por: Autora

### **2.5.3 Estrategias de Imagen y comunicación**

Para la creación de estrategias de imagen y comunicación se buscará resaltar la importancia de una correcta alimentación en la población como parte esencial del desarrollo humano y la conservación de la salud, también enfatizar en la disponibilidad económica que esta la adquisición de los alimentos gracias al centro de acopio y apoyo fundamental de los pequeños productores en la obtención de productos de calidad.

Se busca basar la estrategia en varios puntos:

- Campañas de nutrición

- Campañas publicitarias basadas en la accesibilidad económica de productos de calidad y en la promoción de frutas y verduras nacionales como incentivo al pequeño productor.
- Uso de las redes sociales para difundir la marca empresarial, su misión y visión y objetivos.

## 2.7. Presupuesto de ventas

Los productos que se expendan en el centro de acopio serán vendidos al precio oficial determinado por el Gobierno Nacional y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) en su sitio web oficial.

**Tabla 20. Lista de precios oficiales para frutas y verduras**

Producto		Presentación / Unidad	Nivel mínimo	Nivel máximo
			(USD/Unidad)	
<b>Frutas</b>	Aguacate nacional	Ciento (aprox. 85,00 lb)	21,99	24,01
	Banano (Guineo)	Cartón (aprox. 65,00 lb)	5,50	5,50
	Plátano dominico maduro	Racimo (aprox. 60,00 lb)	5,63	6,37
	Plátano dominico verde	Racimo (aprox. 60,00 lb)	5,66	6,34
	Limón sutil	Malla (aprox. 95,00 lb)	34,77	45,23
	Maracuyá	Ciento (aprox. 53,00 lb)	19,76	20,24
	Melón	Docena (aprox. 65,00 lb)	22,03	25,97
	Mora de castilla	Canasta (aprox. 20,00 lb)	23,51	26,49
	Naranjilla híbrida	Caja (aprox. 30,00 lb)	15,55	16,45
	Naranja	Ciento (aprox. 50,00 lb)	4,69	5,31
	Mandarina de la Costa	Ciento (aprox. 30,00 lb)	5,72	6,28
	Papaya nacional	Docena (aprox. 80,00 lb)	25,24	26,76
	Piña	Docena (aprox. 65,00 lb)	13,06	13,94
	Sandía nacional	Docena (aprox. 205,00 lb)	35,90	40,10
	Tomate de árbol	Cartón (aprox. 15,00 lb)	5,92	6,08
<b>Leguminosas, Verduras y otros</b>	Arveja	Saco (aprox. 55,00 lb)	25,63	29,37
	Fréjol seco	Quintal (aprox. 100,00 lb)	90,00	90,00
	Frejol tierno	Saco (aprox. 110,00 lb)	37,13	42,87
	Haba tierna en vaina	Saco (aprox. 100,00 lb)	17,24	18,76
	Mellico	Libra (aprox. 1,00 lb)	0,34	0,36
	Yuca	Saco (aprox. 190,00 lb)	19,59	20,41

**Fuente:** (El Ciudadano , 2014 , pág. 2)

## **2.8. Políticas de cobros y de pagos**

### **2.8.1. Políticas de Cobros**

Las cobranzas de los productos se llevarán a cabo de la siguiente manera:

1. Contado, la cual es la forma más común de compras de las amas de casa, es un beneficio al que puede acceder cualquier tipo de cliente.

### **2.8.2. Políticas de Pagos**

Los pagos hacia los proveedores y empresas afiliadas al centro de acopio para logística será:

1. Proveedores: se recomienda realizarlo en efectivo o cheque certificado, de acuerdo al volumen de compra.
2. Pagos de servicios públicos: los servicios públicos serán cancelados por Internet.
3. Pagos a agentes de carga: Serán realizados mediante transferencia bancaria, cheque certificado o depósito bancario

## **CAPÍTULO 3**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y APORTE LEGAL**

#### **3.1 Introducción**

El presente capítulo analizó los parámetros organizacionales y legales bajo los cuales se constituirá la empresa. En la parte organizacional, se definirán la misión, visión y objetivos de la empresa, así como su estructura organizacional, puestos, perfiles de los trabajadores, y sus respectivos sueldos. En la parte legal, se analizará el aspecto societario de la empresa y las obligaciones de la empresa con sus trabajadores y proveedores.

#### **3.2 Descripción del negocio**

“Galavida” es un proyecto de creación para un centro de acopio en la Isla San Cristóbal de la provincia de Galápagos para abastecer al lugar con provisiones de víveres de primera necesidad como son las frutas y las verduras. Se plantea la compra de estos alimentos a pequeños productores de manera directa para distribuirlos a la Isla de manera eficiente y de bajo costo para disminuir el precio de venta al público.

De esta manera, se busca contribuir con los pequeños productores disminuyendo la intermediación que merma sus ganancias, transportar en mayores volúmenes los víveres hacia Galápagos para reducir el desabastecimiento y proporcionando precios más bajos como contribución a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la Isla.



### **3.3 Filosofía empresarial**

#### **3.1.1 Misión**

La misión del centro de acopio “Gala Vida” será:

Ofrecer frutas y verduras a los habitantes de la Isla San Cristóbal a fin de contribuir a la mejora de su calidad de vida con productos de calidad y a precios justos.

#### **3.3.2 Visión**

La visión del centro de acopio “GalaVida” será:

“Ser el principal distribuidor de verduras y frutas de calidad para la Isla San Cristóbal posicionada en el mercado aportando a la mejora de los procesos de logística de la comunidad y apoyando al pequeño productor en el plazo de 5 años”.

#### **3.3.3 Objetivos Empresariales**

1. Contribuir con el aumento del abastecimiento de frutas y verduras para los habitantes de la Isla San Cristóbal
2. Mejorar la calidad de vida de los habitantes proveyendo de frutas y verduras que contribuyan a la nutrición
3. Incrementar el nivel de ventas en un 10% anual
4. Recuperar la inversión del proyecto dentro del lapso de cinco años

#### **3.3.4. Valores**

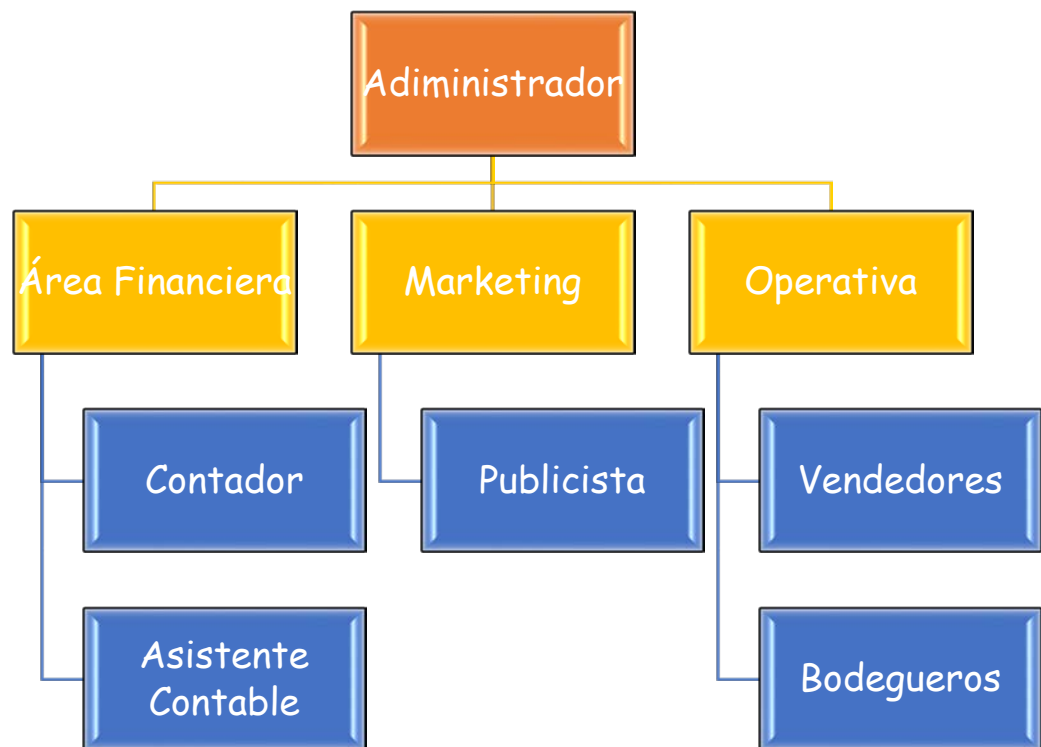
1. Respeto hacia las leyes del Estado, los productores, los clientes y los empleados.
2. Trabajo en equipo entre el personal para mejorar los procesos de comercialización
3. Confianza al momento de garantizar la calidad de los productos y el pago de precios justos a los productores

4. Satisfacción del cliente cumpliendo sus expectativas, garantizando el cumplimiento de la calidad y buen precio.

### 3.4. Equipo gerencial

El equipo humano que se manejará dentro del centro de acopio será de índole administrativa, financiera y operativa, el cual se especificará en el siguiente organigrama.

#### 3.4.1. Organigrama



### 3.4.2. Descripción del Perfil y Funciones

**Tabla 21. Lista Perfil y funciones del Administrador**

<b>CARGO: Administrador</b>	<b>SUELDO:\$750</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar los procesos y funciones de cada miembro del equipo</li> <li>• Coordinar las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos</li> <li>• Planificar, controlar y evaluar el desempeño del personal</li> </ul>	
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Gestión Empresarial o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en gerencia general.</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de Microsoft Office.</li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: Mayor de 30 años</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 22. Perfil y funciones del Contador**

<b>CARGO: Contador</b>	<b>SUELDO:\$500</b>
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener relación comunicacional activa con las demás áreas de la empresa para elaborar los balances financieros.</li> <li>• Llevar y mantener actualizada la contabilidad de la empresa.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores en Contaduría Pública, Ingeniería Comercial, Auditoría o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 años en cargos similares.</li> <li>• Manejo Intermedio de los utilitarios de Microsoft Office.</li> <li>• Sexo: Indistinto.</li> <li>• Edad: De preferencia de 30 a 40 años.</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 23. Perfil y Funciones del Asistente Contable**

<b>CARGO: ASISTENTE CONTABLE</b>	<b>SUELDO:\$400</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificar que los balances de la empresa estén acorde con la situación actual de la misma.</li><li>• Realizar las declaraciones respectivas al S.R.I.</li></ul>	
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estudios superiores en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Auditoría o carreras afines.</li><li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li><li>• Manejo Intermedio de los utilitarios de Microsoft Office.</li><li>• Sexo: Indistinto.</li><li>• Edad: De preferencia de 25 a 30 años.</li></ul>	

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 24. Perfil y Funciones de los vendedores**

<b>CARGO: Vendedores</b>	<b>SUELDO:\$354</b>
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vender los diversos productos ofertados en el centro de acopio</li><li>• Pesar y despachar los productos de acuerdo a los requerimientos del cliente</li><li>• Mantener el puesto de trabajo limpio y la conservación de la fruta y verdura</li><li>• Cerrar caja todos los días laborables</li><li>• Inventario de los productos una vez por semana</li></ul>	
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estudios superiores en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Auditoría o carreras afines.</li><li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li><li>• Manejo Intermedio de los utilitarios de Microsoft Office.</li><li>• Sexo: Indistinto.</li><li>• Edad: De preferencia de 30 a 40 años.</li></ul>	

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 25. Perfil y Funciones de los Bodegueros**

<b>CARGO: Bodegueros</b>	<b>SUELDO:\$354</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenar los productos en la bodega del centro de acopio</li> <li>• Descargar los productos una vez lleguen al centro</li> <li>• Verificar que el producto físico corresponda al facturado</li> </ul>	
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Gestión Empresarial o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en gerencia general.</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de Microsoft Office.</li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: Mayor de 30 años</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autora

### 3.4.3. Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales

El proyecto requerirá un total de 12 empleados para ser ejecutado, los cuales recibirán un sueldo superior al sueldo básico unificado y los beneficios de ley como vacaciones, décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, y fondos de reserva.

**Tabla 26. Calculo de nómina**

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO + BENEF</b>
Administrador	1	\$ 750,00	\$ 956,00
Contador	1	\$ 500,00	\$ 647,17
Asistente Contable	1	\$ 400,00	\$ 523,63
Vendedores	4	\$ 354,00	\$ 1.867,23
Bodegueros	4	\$ 354,00	\$ 1.867,23
<b>TOTAL MES</b>	<b>11</b>	<b>\$ 2.358,00</b>	<b>\$ 5.861,26</b>

### 3.5. Análisis de recursos propios (F.O.D.A.)

#### 3.5.1. Aspectos Internos

Tabla 27. Análisis de aspectos internos

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Promoción de producto nacional</li><li>2. Contribución a la nutrición familiar</li><li>3. Producto de primera necesidad</li><li>4. No requiere mano de obra técnica ni maquinaria</li><li>5. Contribuye a la mejora de la calidad de vida</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Requiere gran espacio para almacenamiento</li><li>2. Requiere medio de transporte de gran tamaño</li><li>3. Requiere de un sistema especial de almacenado</li><li>4. Marca nueva no posicionada</li></ol>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

#### 3.5.2. Aspectos Externos

Tabla 28. Análisis de aspectos externos

Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mercado interno</li><li>2. Apoyo gubernamental</li><li>3. Fomento al pequeño productor</li><li>4. Poca competencia directa</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Estrictos controles para transporte de víveres hacia la Isla San Cristóbal</li><li>2. Requiere alianza con empresas de transporte aéreo y marítimo</li><li>3. Incremento en la inflación</li></ol>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

#### 3.5.3. Análisis F.O.D.A. Cuantitativo

Para lograr la evaluación del FODA de manera cuantitativa se evaluará cada factor con los siguientes parámetros: Se calificará cada factor del 1 al 5 desde poco importante

hasta muy importantes y el peso desde 0% a 100% desde sin importancia a muy importante.

### 3.5.3.1. Factores Internos

**Tabla 29. Análisis cuantitativo de aspectos internos**

<b>Fortalezas</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Promoción de producto nacional	15%	5	0,75
Contribución a la nutrición familiar	30%	4	1,20
Producto de primera necesidad	30%	4	1,20
No requiere mano de obra técnica ni maquinaria	10%	3	0,30
Contribuye a la mejora de la calidad de vida	15%	3	0,45
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3,90</b>
<b>Debilidades</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Requiere gran espacio para almacenamiento	20%	4	0,80
Requiere medio de transporte de gran tamaño	30%	4	1,20
Requiere de un sistema especial de almacenado	20%	4	0,80
Marca nueva no posicionada	30%	3	0,90
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3,80</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autora

### 3.5.3.2. Factores Externos

**Tabla 30. Análisis cuantitativo de aspectos externos**

<b>Oportunidades</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Mercado interno	30%	5	1,50
Apoyo gubernamental	20%	4	0,80
Fomento al pequeño productor	30%	4	1,20
Poca competencia directa	20%	4	0,80
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>4,30</b>
<b>Amenazas</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
Estrictos controles para transporte de víveres hacia la Isla San Cristóbal	45%	5	2,25
Requiere alianza con empresas de transporte aéreo y marítimo	40%	4	1,60
Incremento en la inflación	15%	3	0,45
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>4,30</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autora

Analizando los factores internos y externos de la empresa podemos deducir que en el ámbito interno las fortalezas son mayores que las debilidades, pero que la diferencia no es amplia pues, al ser una empresa que inicia aún no está posicionada en el mercado. En el ámbito externo, ambos factores, amenazas y oportunidades tienen un peso equitativo, ya que así como encuentra ventajas para poder desarrollar el centro de

acopio, también las amenazas son evidentes. Se puede concluir que el éxito o fracaso de la empresa está en términos igualitarios por el momento y depende de las decisiones estratégicas que se tomen para lograr una estabilidad.

### 3.5.4. Análisis FO-FA-DO-DA para la creación de estrategias

**Tabla 31. Análisis cuantitativo de aspectos externos**

Oportunidades		Amenazas
<b>Fortalezas</b>	<b>ESTRATEGIAS F+O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la promoción de productos nacionales</li> <li>• Promover el consumo como base al apoyo para el pequeño productor</li> <li>• Incentivar mejoras en la nutrición de la familia</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS F+A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar campañas de concienciación nutricional</li> <li>• Dar a conocer las ventajas de comprar en un centro de acopio.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>ESTRATEGIAS D+O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar apoyo gubernamental para mejorar la logística de nuestra empresa.</li> <li>• Asociarnos con los pequeños productores para mejorar las condiciones de compra de las frutas y verduras.</li> <li>• Impulsar el consumo de productos nacionales mediante campaña publicitaria.</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS D+A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas estratégicas con tiendas barriales de la Isla para expendio a sus negocios.</li> <li>• Buscar apoyo gubernamental para apoyo en las condiciones de logística y permisos</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autora

### 3.6. Marco legal de la empresa

La compañía debe ser creada respetando y siguiendo los parámetros que existen en el país, por ello es esencial estar al tanto de las modalidades procedimentales de las empresas al constituir una nueva entidad. En el presente capítulo se detallarán la estructura de la empresa al momento de crearla siguiendo los estatutos legales regidos por la actividad empresarial en el Ecuador.



### **3.7 Aspecto societario de la empresa**

#### **3.7.1. Generalidades (Tipo de Empresa)**

La razón social del centro de acopio de frutas y verduras para la isla San Cristóbal tendrá como actividad principal la comercialización de víveres de primera necesidad, como intermediario entre los pequeños productores ubicados en Ecuador continental para los habitantes de la isla.

#### **3.7.2. Fundación de la Empresa**

La empresa de centro de acopio de frutas y verduras para la isla de San Cristóbal contara con 5 accionistas, personas naturas mayores de edad con capacidad para producir. Dichos socios serán los únicos propietarios del capital total existente con que contara la compañía. El estatuto de la compañía de centro de acopio de frutas y verduras para la isla de San Cristóbal constaran los siguientes aspectos:

- La razón social de la empresa es “Centro de acopio de frutas y verduras”.
- La ubicación de la empresa está en la isla Galápagos, en la isla de San Cristóbal.
- Tendrá como finalidad la comercialización de víveres de primera necesidad, como intermediario entre los pequeños productores ubicados en Ecuador continental.
- Podrá realizar actividades comerciales y de inversión que estén relacionadas con su objetivo, por supuesto de forma lícita.
- Contará con un capital social de CINCUENTA MIL DOLARES AMERICANOS, los mismos que estarán divididos entre los 5 socios. Este capital podrá ser incrementado de acuerdo a la disposición de los accionistas.
- El plazo de duración del Centro de acopio de frutas y verduras es de 30 años, a partir de su inscripción en el registro mercantil, pero este plazo puede reducirse o ampliarse de acuerdo a los accionistas.
- Como estrategia comercial, esta empresa se asociara con otras instituciones u organizaciones si lo viera conveniente sus accionistas.

Para la constitución de una empresa se siguen los siguientes pasos:

- Solicitar la aprobación de la razón social escogida por la entidad.
- Notarizar la escritura pública.
- Inscribir la empresa en el Registro Mercantil
- Se procederá a la apertura del sistema contable de la empresa.
- Inscribir la empresa en el Instituto de Seguro Social
- Se afilia a los trabajadores al IESS
- Obtener un RUC
- Conseguir los permisos municipales

### 3.7.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El Centro de Acopio de frutas y verduras está conformado por un capital de CINCUENTA MIL DOLARES AMERICANOS, los cuales estarán divididos por partes iguales entre los 5 socios como se detalla a continuación:

**Tabla 32. Análisis cuantitativo de aspectos externos**

<b>PROPIEDAD ACCIONARIA</b>		
<b>ACCIONISTAS</b>	<b>APORTACIÓN</b>	<b>%</b>
<b>Accionista 1</b>	\$ 10.000,00	20,00%
<b>Accionista 2</b>	\$ 10.000,00	20,00%
<b>Accionista 3</b>	\$ 10.000,00	20,00%
<b>Accionista 4</b>	\$ 10.000,00	20,00%
<b>Accionista 5</b>	\$ 10.000,00	20,00%
<b>TOTAL APORTACIONES</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autora

### 3.7.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La empresa de Centro de acopio de frutas y verduras estará dirigido únicamente por los dueños, es decir, 5 accionistas, y se contratara a un gerente general para ejercer la función administrativa de dicha empresa. El gerente general es el representante legal

de la empresa, este será elegido por los accionistas, quien ejercerá sus funciones desde el momento de la inscripción de su cargo en el Registro Mercantil. Se requiere cumplir con los siguientes requisitos:

1. El cargo respectivo será otorgado mediante una carta.
2. La persona elegida dispondrá de la aceptación del cargo a través de su firma, y se hace responsable siguiendo los estatutos legales existentes.
3. Se inscribe en el Registro Mercantil el nombramiento de Gerente general.

### **3.8 Aspecto laboral de la empresa**

La empresa de Centro de acopio de frutas y verduras empleara sus actividades laborales de acuerdo a lo expresado en la codificación del contrato de trabajo vigente en el Ecuador, esencialmente en la aplicación de contratos fijos a sus trabajadores; se incluye una cláusula de noventa días, posteriormente el contrato pasa a ser indefinido.

La compensación salarial estará basada con relación a la carga horaria de los empleados mensualmente, respetando la ley de horas extraordinarias y beneficios tal como estipula la ley. Se respetara los derechos de los trabajadores según la legislación laboral vigente en el Ecuador.

#### **3.8.1. Tipos de Contrato de Trabajo**

El tipo de contrato en el Ecuador poder ser expreso o tácito: Es expreso cuando existe un acuerdo verbal o escrito; es tácito cuando no existe alguna formalidad entre ambas partes, es decir, cuando no hay ningún tipo de acuerdo. Entre los diferentes tipos de contrato, tenemos los siguientes:

- **Contrato de tiempo indefinido.-** No tiene duración determinada pero su duración mínima es de un año, y se puede renovar las veces que considere oportuno.

- **Contrato de tiempo fijo.**- Se da cuando ambas partes establecen su duración y no puede ser menos a un año. Cuando concluye este periodo la parte interesada debe comunicar por escrito su decisión con un mes de anticipación como mínimo.
- **Contrato de temporada.**- Se da entre empleador y trabajador para trabajar por ciclos o periodos establecidos.
- **Contrato eventual.**- Se elaboran este tipo de contratos para satisfacer las exigencias que tiene la empresa de forma circunstancial.
- **Contrato ocasional.**- Se realiza para cubrir necesidades extraordinarias por parte del empleador.

### **3.8.2. Obligaciones del empleador**

- Entre sus obligaciones por parte del empleador respecto a sus colaboradores se mencionan las siguientes:
- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar al trabajador al Instituto de Seguridad Social empezando desde su incorporación a la empresa.
- El salario mínimo se establecerá como base según lo estipula la ley.
- Asumir el porcentaje correspondiente de seguridad social patronal.
- Compensar económicamente al trabajador por horas extras y suplementarias realizadas.
- Pagar los fondos de reserva a partir del segundo año a partir de su contratación.

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTUDIO TÉCNICO Y LOCALIZACIÓN**

#### **4.1 Introducción**

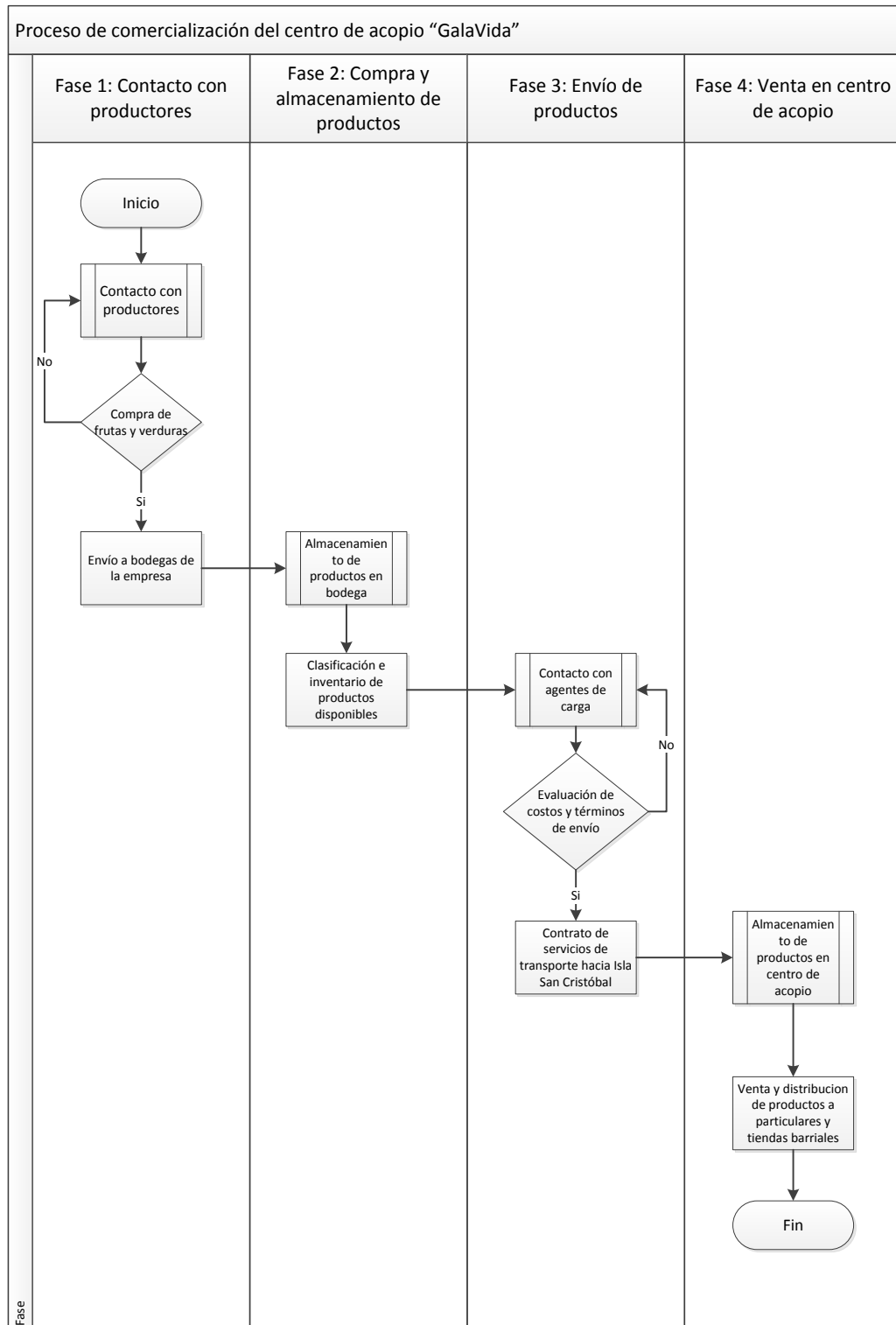
En el presente capítulo se evaluaron los procesos técnicos involucrado en el desarrollo de la actividad comercial de la propuesta para demostrar la viabilidad del proyecto sobre la creación de un centro de acopio en la Isla San Cristóbal. Se plantearán los procesos adecuados para el correcto desenvolvimiento de los proyectos y su rentabilidad, pero cabe indicar que no solo de eso depende el éxito de un negocio sino de la adecuada aplicación de las estrategias comerciales. La localización en la cual se desarrollará la infraestructura. Finalmente, luego de evaluados los procesos de producción se realizará un análisis de la localización del centro de acopio en la Isla San Cristóbal como las oficinas y bodegas para la compra de las frutas y verduras en la ciudad de Guayaquil establecidos de acuerdo a las ordenanzas municipales y demás requisitos para reducir el impacto en la comunidad y en el ambiente.

#### **4.2 Proceso de producción**

En el caso del centro de acopio, no se llevan a cabo procesos productivos, pues el negocio no producirá un bien sino que comerciarán los productos obtenidos de los pequeños productores agrícolas del país. El negocio se focalizará en la disminución de los procesos de logística para aumentar la rentabilidad del negocio y ofrecer mejores precios para los habitantes de la Isla San Cristóbal. Para proveerse de los productos que se comercializarán, se realizará un contacto con los pequeños productores localizados en Ecuador Continental, a fin de negociar de manera directa con ellos sin intermediarios, luego se procederá a la compra y almacenamiento de los productos en las bodegas situadas en Guayaquil, para su posterior traslado hacia las Islas San Cristóbal para el centro de acopio.

## 4.2.1 Mapa de Procesos

**Tabla 33. Diagrama de flujo de los procesos**



Elaborado por: Autora

#### **4.2.2 Análisis del mapa de procesos**

El proceso que se llevará a cabo para la realización de la propuesta involucra 4 fases detalladas a continuación:

##### **Fase 1: Contacto con proveedores.**

- Se procederá a contactar con pequeños productores de diversas partes de la provincia del Guayas o asociaciones de productores que puedan brindar un amplio stock de frutas y verduras de alta calidad para ser transportadas hacia la Isla San Cristóbal.
- Luego de seleccionar a los proveedores con mejores facilidades de pago, empaqueo de productos, logística y demás aspectos se procede a la compra de dichos productos y traslado hacia las bodegas ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

##### **Fase 2: Compra y almacenamiento de productos.**

- Luego del proceso de compra de las frutas y verduras se procede al almacenamiento en las bodegas que se tendrán ubicadas cercanas a las oficinas.
- También se procederá a clasificar y llevar un inventario de los productos que se compran para llevar un control de los productos más solicitados, la rotación de las compras, etc.

##### **Fase 3: Envío de productos.**

- Para el envío de los productos el primer paso será el contacto con un agente de carga para la contratación del transporte más óptimo para el volumen de carga que será enviado.
- Luego de la presentación de las cotizaciones por parte del agente de carga y de la evaluación de los términos de transportación se procede a la selección del medio más conveniente para la empresa.
- Como tercer paso se procede a la firma de contrato de transportación con la empresa responsable así como los trámites para los permisos correspondientes con los organismos de control procedentes de las Islas Galápagos.

#### Fase 4: Venta en centro de acopio.

- Luego del arribo de la mercadería en el puerto de la Isla Santa Cruz, esta es movilizada hacia el centro de acopio ubicado en la Isla San Cristóbal para su posterior almacenamiento.
- En el centro de acopio las frutas y verduras son distribuidas por sectores para su mayor promoción y desde ahí también se surte de productos a las pequeñas tiendas ubicadas en la Isla y sus alrededores.

Figura 3. Logística del centro de acopio



Elaborado por: Autora



### **4.2.3 Inversión en equipos**

Para la puesta en marcha del proyecto, no se requiere la compra de maquinarias pero si equipos para la adecuación de las oficinas y de las bodegas con la refrigeración necesaria para la conservación de los productos desde su fecha de compra hasta su fecha de embarque. Es conocido que las frutas no deben entrar a las cámaras frigoríficas en estado de maduración sino en pre maduración pues así se puede alargar más el proceso.

Para el proceso de refrigeración, las frutas y verduras deben estar a una temperatura de 10 a 12 grados centígrados almacenadas en cámaras de pre-refrigeración para que detengan su proceso de maduración al ser endurecidas. Luego, para el proceso de conservación se colocan las frutas en una cámara de ventilación forzada con porcentajes de humedad del 85% al 90%, y con llenados de cámaras alrededor de 70% con temperaturas entre los -10 y +5 grados centígrados.

También hay que tomar en cuenta que en términos de conservación, las frutas y legumbres se dividen en climaterios y no climatéricas. Las frutas climatéricas son aquellas que maduran más lentamente mientras estén sin cosechar como por ejemplo, el aguacate, que demora meses en madurar si están en el árbol pero luego de ser cosechadas el proceso puede demorar entre 3 a 4 semanas. Por el contrario, las frutas no climatéricas maduran mientras estén en la planta donde nacieron pero una vez que son cosechadas, su proceso se reduce significativamente o se detiene como en el caso de las hortalizas, fresas y cítricos.

**Tabla 34. Guía de temperaturas y humedades recomendadas para el almacenamiento de algunas frutas y cítricos**

<b>GUIA DE TEMPERATURAS Y HUMEDADES RECOMENDADAS PARA EL ALMACENAMIENTO DE ALGUNAS FRUTAS Y CITRICOS (Temperaturas en °C)</b>			
<b>Producto</b>	<b>Temperatura (°C)</b>	<b>Humedad Relativa (%)</b>	<b>Vida Aproximada de almacenamiento</b>
<b>Guayaba</b>	8 a 10	90	2 a 3 meses
<b>Lima</b>	8.5 a 10	85 – 90	1 a 4 meses
<b>Limón verde en general</b>	10 a 14	85 – 90	2 a 3 semanas
<b>Limón coloreado en general</b>	0 a 4.5	85 – 90	2 a 6 meses
<b>Limón verde Europeo</b>	11 a 14	85 – 90	1 a 4 meses
<b>Limón Europeo amarillo</b>	0 a 10	85 – 90	3 a 6 semanas
<b>Limón Mexicano</b>	8 a 10	85 – 90	3 a 8 semanas
<b>Mango</b>	7 a 12	90	3 a 6 semanas
<b>Mandarina</b>	4	90 – 95	2 a 4 semanas
<b>Melón</b>	7 a 10	85 – 90	3 a 7 semanas
<b>Naranja</b>	3 a 9	85 – 90	3 a 12 semanas
<b>Aguacate</b>	7 a 12	85 – 90	1 a 2 semanas
<b>Papaya</b>	7 a 13	85 – 90	1 a 3 semanas
<b>Piña verde</b>	10 a 13	85 – 90	2 a 4 semanas
<b>Piña madura</b>	7 a 8	85 – 90	2 a 4 semanas
<b>Plátano coloreado</b>	13 a 16	85 – 90	20 días
<b>Plátano verde</b>	12 a 13	85 – 90	1 a 4 semanas
<b>Sandía</b>	5 a 10	85 – 90	2 a 3 semanas
<b>Toronja</b>	10 a 15	85 – 90	6 a 8 semanas
<b>Uva</b>	- 1 a 0	90 – 95	1 a 4 meses

Fuente: (Mundo HVAC&R, 2013 )

Como se mencionó anteriormente, las verduras deben estar a temperaturas entre los 10 a 12 grados para su conservación, pues a diferencia de las frutas requieren temperaturas uniformes para no acelerar su proceso de maduración y puedan resistir el traslado hacia el centro de acopio sin disminuir su frescura ni calidad.

**Tabla 35. Guía de temperaturas y humedades recomendadas para el almacenamiento de algunas verduras**

<b>ALIMENTO</b>	<b>°C</b>
<b>Ajo</b>	0
<b>Papa (cosecha tardía)</b>	5
<b>Banana (verde)</b>	12
<b>Broccoli</b>	0
<b>Calabaza</b>	12.5
<b>Cebolla (verde)</b>	0
<b>Col (cosecha tardía)</b>	0
<b>Coliflor</b>	0
<b>Espinaca</b>	0
<b>Pepino</b>	12.2
<b>Pimienta</b>	7.2
<b>Hongos</b>	0
<b>Jengibre</b>	12.8
<b>Pimienta roja</b>	5
<b>Lechuga</b>	0
<b>Tomate</b>	10
<b>Maíz</b>	0

Fuente: (Mundo HVAC&R, 2013 )

Evaluando la necesidad de refrigeración que necesitan las frutas y verduras para su mantenimiento se debe realizar la inversión en la adquisición de una cámara frigorífica de refrigeración cuyas medidas exteriores son de 1,40 de altura por 1,40 de ancho y 2,15 m de largo con panel frigorífico de 150 mm y un equipo frigorífico MonoBlock centrifugo de techo, los cuales tienen un valor de \$2.411,29 dólares.

### 4.3 Localización del negocio

#### 4.3.1 Matriz de localización

La localización de la empresa es sumamente importante para una correcta logística y promoción con respecto a sus productos y los clientes. Se ha realizado un análisis de 3 posibles lugares entre los cuales se elegirá el que brinde condiciones más óptimas para la empresa. Otorgando una calificación del 1 al 10, donde 1 será la calificación más baja y 10 la calificación más alta, se determinará mediante la sumatoria de los factores, el local que brinde mejores condiciones. Como factores determinantes e importantes para la elección de las bodegas y oficinas localizadas en la ciudad de Guayaquil se escogieron el espacio, el que posean oficinas incluidas o no, la ubicación para la transportación hacia la Isla Galápagos y acceso a los servicios básicos (agua, luz y teléfono). De esta manera, la matriz de localización se presenta de la siguiente manera:

**Tabla 36. Matriz de parámetros de localización**

<b>Parámetros de Localización</b>			
<b>Sector</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>Localización</b>	Av. Domingo Comín	Av. Galo Plaza	Puerto Marítimo
<b>Espacio</b>	7	8	9
<b>Oficinas</b>	7	5	10
<b>Ubicación de Clientes</b>	9	9	9
<b>Servicios Básicos (agua, luz y teléfono)</b>	9	8	10
<b>Total</b>	32	30	38

**Elaborado por:** Autora

#### 4.3.2 Características de la localización elegida

Se eligió la ubicación cercana al puerto marítimo y al centro de la ciudad, por contar con un espacio de 2200 m<sup>2</sup> además de tener el precio más bajo con respecto a los demás lugares, con un valor de \$4000 dólares incluido el alquiler de la oficinas incorporadas en el lugar, además de contar con un complejo de bodegas con seguridad armada, cámaras de vigilancia, sistema contra incendios, calles amplias para la llegada

de camiones con cargamento. Baños dentro de las instalaciones, consumo de luz y agua individual por cada bodega. En los exteriores cuenta con cerramiento y caseta de guardianías.

**Figura 4. Localización de las bodegas del centro de acopio “GalaVida”**



**Elaborado por:** Autora

### **4.3.3 Diseño y distribución de la infraestructura**

El diseño de la infraestructura se basa en los planos de la bodega seleccionada para el alquiler. En ella se puede apreciar las oficinas con los baños oncoporados asi como el espacio de almacenamiento, el cual cuenta con un espacio para la colocacion del sistema de refrigeracion y una bodega para articulos de limpieza.

Figura 5. Bodegas del Centro de Acopio “GalaVida”



Elaborado por: Autora

#### 4.4 Matriz de requerimientos

Para la evaluación de los costos de venta se calculan las cifras relacionadas al almacenamiento, compra de productos, mano de obra y gastos indirectos que puedan surgir para la ejecución del proyecto. No se toman en cuenta gastos administrativos en este cuadro pues corresponden a otros rubros que la empresa asume.

Tabla 37. Costos de ventas de las verduras

<b>MATERIAS PRIMAS</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
2950	Verduras (kg)	\$ 0,55	\$ 1.607,75
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.607,75</b>
<b>MANO DE OBRA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
2	Vendedores	\$ 466,81	\$ 933,62
2	Bodegueros	\$ 466,81	\$ 933,62
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.867,23</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
2950	Flete y Seguro (Marítimo)	\$ 0,22	\$ 649,00
2950	Transporte terrestre	0,15	\$ 442,50
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.091,50</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 38. Costos de ventas de las frutas

<b>MATERIAS PRIMAS</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
2950	Frutas (kg)	\$ 1,02	\$ 3.009,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 3.009,00</b>
<b>MANO DE OBRA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
2	Vendedores	\$ 466,81	\$ 933,62
2	Bodegueros	\$ 466,81	\$ 933,62
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.867,23</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
2950	Flete y Seguro (Marítimo)	\$ 0,22	\$ 649,00
2950	Transporte terrestre	0,15	\$ 442,50
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.091,50</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

En lo correspondiente a gastos administrativos, se evalúan los gastos por sueldos del personal que compone el área administrativa, los suministros de oficina, mantenimiento de los equipos de computación, el pago de servicios básicos como: luz, agua, teléfono e internet; suministros de aseo y suministros varios.



**Tabla 39. Gastos Administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
Sueldos, salarios y demas beneficios	\$ 2.126,80	\$ 25.521,60
Agua, luz y telecomunicaciones	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Arriendo de galpón y oficinas	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Suministros y materiales	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Mantenimientos	\$ 75,00	\$ 900,00
Seguros	\$ 85,00	\$ 1.020,00
Gastos Ambientales	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.341,80</b>	<b>\$ 64.101,60</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

Para los gastos de promoción se evaluará la publicidad como banners, folletos y volantes para promoción del centro de acopio. Así como, reportajes necesarios en prensa escrita, Eventos de lanzamiento, Base de datos de los proveedores, gastos de promoción varios.

**Tabla 40. Gastos de ventas**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
Entrevista con prensa escrita	\$ 30,00	\$ 360,00
Banners y folletos	\$ 50,00	\$ 600,00
Evento de lanzamiento	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Redes sociales	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 2.560,00</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

## CAPÍTULO 5 ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 Inversión Inicial

Tabla 41. Inversión inicial

<b>PLAN DE INVERSIONES</b>		
DESCRIPCIÓN	VALOR	% DE INV.
Equipos de Operación	\$ 2.411,29	2,99%
Equipos de Computación	\$ 1.730,00	2,14%
Muebles y enseres	\$ 1.185,00	1,47%
Edificaciones y otras construcciones	\$ 40.000,00	49,55%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 45.326,29</b>	<b>56,14%</b>
Gastos de Constitución	\$ 2.000,00	2,48%
Gastos Preoperacionales	\$ 1.550,00	1,92%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 3.550,00</b>	<b>4,40%</b>
Capital de Trabajo	\$ 28.012,03	34,70%
Imprevistos (5%)	\$ 3.844,42	4,76%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 31.856,44</b>	<b>39,46%</b>
<b>INVERSION INICIAL DEL PROYETO</b>	<b>\$ 80.732,73</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

Para llevar a cabo el presente proyecto se requiere de una inversión inicial de \$ 80,732.73, la cual estará designada para costos de inversión en activos fijos por \$ 45,326.29 en donde se desglosan los equipos de operación del negocio, los equipos de computación, el rubro de muebles y enseres; así como el costo del galpón donde funcionará el centro de acopio, el cual corresponde a \$ 40,000.00 y tiene una incidencia de 49.55% sobre el total de la inversión. Posteriormente, se desglosan los activos diferidos que corresponden a los gastos de constitución de la compañía, así como demás gastos pre operacional que pudieran surgir tales como: instalación, adecuación y mantenimientos, previo al funcionamiento. Finalmente, se ha diseñado un capital de

trabajo, el cual comprende un presupuesto de los dos primeros meses de funcionamiento del negocio, por el valor de \$ 31,856.44.

## 5.2 Financiamiento de la inversión

**Tabla 42. Financiamiento del proyecto**

<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>FUENTE</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
CAPITAL PROPIO	\$ 50.000,00	61,93%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 30.732,73	38,07%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 80.732,73</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

El financiamiento de la inversión se hará a través de dos fuentes: capital propio por \$ 50,000 y el saldo mediante un préstamo bancario solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN) por un valor de \$ 30,732.73. De esta forma, las condiciones de crédito serían las siguientes:

**Tabla 43. Condiciones de financiamiento**

<b>INSTITUCION FINANCIERA:</b>	CFN
<b>MONTO:</b>	\$ 30.732,73
<b>TASA ANUAL:</b>	10,50%
<b>PLAZO AÑOS:</b>	5

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

De esta forma, el capital de \$ 30,732.73 dejaría un total de \$ 8,901.25 por concepto de intereses para los próximos cinco años, haciendo que la deuda total sea de \$ 39,633.98.

**Tabla 44. Tabla de amortización anual**

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PAGO</b>
1	\$ 4.932,77	\$ 2.994,03	\$ 7.926,80
2	\$ 5.476,38	\$ 2.450,42	\$ 7.926,80
3	\$ 6.079,89	\$ 1.846,90	\$ 7.926,80
4	\$ 6.749,92	\$ 1.176,88	\$ 7.926,80
5	\$ 7.493,78	\$ 433,01	\$ 7.926,80
	<b>\$ 30.732,73</b>	<b>\$ 8.901,25</b>	<b>\$ 39.633,98</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

### 5.3 Presupuestos

#### 5.3.1 Presupuesto de personal

**Tabla 45. Presupuesto de sueldos y beneficios sociales**

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUELDO + BENEF</b>
Administrador	1	\$ 750,00	\$ 956,00
Contador	1	\$ 500,00	\$ 647,17
Asistente Contable	1	\$ 400,00	\$ 523,63
Vendedores	4	\$ 354,00	\$ 1.867,23
Bodegueros	4	\$ 354,00	\$ 1.867,23
<b>TOTAL MES</b>	<b>11</b>	<b>\$ 2.358,00</b>	<b>\$ 5.861,26</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

En lo que concierne al presupuesto de personal, se pagarán todos los beneficios de Ley, tomando como referencia el sueldo básico unificado, que en este caso es \$ 354 para el año 2015. Además, la empresa contará con un total de 11 empleados, entre administrativos y operativos, dejando un presupuesto mensual de sueldos más beneficios sociales por el monto de \$ 5,861.26.

### 5.3.2 Presupuesto de costos de venta

Tabla 46. Presupuesto de costo de ventas

<b>COSTOS DE VENTA</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
Materias Primas	\$ 4.616,75	\$ 55.401,00
Mano de Obra	\$ 3.734,46	\$ 44.813,57
Costos Indirectos	\$ 2.183,00	\$ 26.196,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.534,21</b>	<b>\$ 126.410,57</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

Como se había explicado en la matriz de requerimientos del capítulo anterior, el costo mensual tanto de verduras y frutas, sumaría al mes \$ 10,534.21; en donde ya se ha considerado el valor de las materias primas, la mano de obra y costos indirectos (fletes, seguro y transporte de los productos).

### 5.3.3 Presupuesto de gastos de administración

Tabla 47. Presupuesto de gastos administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
Sueldos, salarios y demas beneficios	\$ 2.126,80	\$ 25.521,60
Agua, luz y telecomunicaciones	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Arriendo de galpón y oficinas	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Suministros y materiales	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Mantenimientos	\$ 75,00	\$ 900,00
Seguros	\$ 85,00	\$ 1.020,00
Gastos Ambientales	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.341,80</b>	<b>\$ 64.101,60</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

Al diseñar el presupuesto de gastos de administración, se hizo una segmentación de los sueldos y beneficios sociales, considerando únicamente al Administrador, al Contador y al Asistente Contable, lo que daría un total en sueldos por \$ 2,126.8 al mes. El sueldo del bodeguero y el vendedor fue considerado en los costos de venta del producto como mano de obra. De esta forma, al agregar los demás rubros como: agua, luz, telecomunicaciones, arriendo del galpón, suministros, mantenimientos, seguros y

gastos ambientales, el presupuesto total sería de \$ 5,341.80 por mes y de \$ 64,101.60 para el primer año de operaciones.

### 5.3.4 Presupuesto de gastos de venta

**Tabla 48. Presupuesto de gastos de ventas**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
Entrevista con prensa escrita	\$ 30,00	\$ 360,00
Banners y folletos	\$ 50,00	\$ 600,00
Evento de lanzamiento	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Redes sociales	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 2.560,00</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

Mientras que en el presupuesto de gastos de ventas se han considerado únicamente las actividades relacionadas a la publicidad y promoción del negocio. De esta forma, el rubro asignado sería de \$ 630 al mes, lo que significa \$ 2,560.00 para el primer período.

### 5.3.5 Presupuesto de depreciaciones y amortizaciones

**Tabla 49. Presupuesto de depreciaciones y amortizaciones**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACION</b>	<b>DEP. MENSUAL</b>
Equipos de Operación	\$ 2.411,29	10	\$ 241,13	\$ 20,09
Equipos de Computación	\$ 1.730,00	3	\$ 576,67	\$ 48,06
Muebles y enseres	\$ 1.185,00	10	\$ 118,50	\$ 9,88
Infraestructura	\$ 40.000,00	5	\$ 8.000,00	\$ 666,67
<b>TOTAL DEPRECIACION ANUAL</b>			<b>\$ 8.936,30</b>	<b>\$ 744,69</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>AMR. MENSUAL</b>
Gastos de Constitucion	\$ 2.000,00	5	\$ 400,00	\$ 33,33
Gastos de Pre-Operacion	\$ 1.550,00	5	\$ 310,00	\$ 25,83
<b>TOTAL AMORTIZACION ANUAL</b>			<b>\$ 710,00</b>	<b>\$ 59,17</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

En lo que concierne al valor de las depreciaciones y amortizaciones, se utilizó el método de línea recta, dividiendo el valor de cada activo por su vida útil, según corresponda. El resultado de este cálculo determina que las depreciaciones anuales totalizan \$ 8,936.30; mientras que el valor de las amortizaciones totaliza \$ 710.00

### 5.3.6 Presupuesto de ingresos

Para el cálculo del precio de venta del kilo tanto de frutas y verduras, se consideraron los costos de venta y costos de distribución, para así obtener un costo total por mes; el cual fue dividido por el número de kilos que se comercializarían durante las operaciones del negocio. Dejando como resultado un precio de \$ 3.25 para el kilo de verduras, y de \$ 3.50 para el kilo de frutas. A continuación detalla este cálculo:

**Tabla 50. Cálculo del precio del kilo de frutas y verduras**

#### ***CÁLCULO DEL PRECIO DEL KILO DE VERDURAS***

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
<b><i>Costo de venta</i></b>	
Materia primas	\$ 1.607,75
Mano de obra	\$ 1.867,23
Costos indirectos	\$ 1.091,50
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 4.566,48</b>
<b><i>Costo de distribución</i></b>	
Gastos de administración	\$ 2.670,90
Gastos de ventas	\$ 315,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2.985,90</b>
<b>Costo Total</b>	<b>\$ 7.552,38</b>
<i>COSTO TOTAL</i>	\$ 7.552,38
<i>KILOS POR VENDER</i>	2950
<i>COSTO (kl)</i>	\$ 2,56
<b>PVP (kl)</b>	<b>\$ 3,25</b>

**CÁLCULO DEL PRECIO DE KILO DE FRUTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
<b><i>Costo de venta</i></b>	
Materia primas	\$ 3.009,00
Mano de obra	\$ 1.867,23
Costos indirectos	\$ 1.091,50
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 5.967,73</b>
<b><i>Costo de distribución</i></b>	
Gastos de administración	\$ 2.670,90
Gastos de ventas	\$ 315,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2.985,90</b>
<b>Costo Total</b>	<b>\$ 8.953,63</b>

<b><i>COSTO TOTAL</i></b>	<b>\$ 8.953,63</b>
<b><i>KILOS POR VENDER</i></b>	<b>2950</b>
<b><i>COSTO (kl)</i></b>	<b>\$ 3,04</b>
<b>PVP (kl)</b>	<b>\$ 3,50</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

**Tabla 51. Presupuesto de ventas**

<b>VENTAS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>
Kilo de Verduras	\$ 9.587,50	\$ 115.050,00
Kilo de Frutas	\$ 10.325,00	\$ 123.900,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19.912,50</b>	<b>\$ 238.950,00</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**



El presupuesto de ventas fue calculado de la siguiente manera:

1. Se asumió que tanto para frutas como verduras, se comercializarán en total 5.9 toneladas, divididas en 2.95 toneladas para frutas y 2.95 toneladas para verduras.
2. Para hacer más sencillo el cálculo se convirtió las toneladas a kilos; y se multiplicó la cantidad obtenida (2.950 para frutas y 2.950) por el precio de cada producto (\$ 3.50 para frutas y \$ 3.25 para verduras), dejando como resultado un ingreso de \$ 9,587.50 para verduras y \$ 10,325.00 para frutas durante el primer año de operaciones.

Previo al diseño de los Estados Financieros es importante considerar los siguientes aspectos:

1. Para las proyecciones de ingresos, a partir del año 2 se aplicó un crecimiento del 4.50%, como consecuencia de la variación del PIB, el cual sirvió como referencia para pronosticar el crecimiento de las ventas del negocio, especialmente en volumen (mayor número de toneladas de frutas y verduras).
2. Para las proyecciones de costos y gastos, a partir del año 2 se aplicó un crecimiento del 4.32%, según la tasa de inflación del año en curso.

## 5.4 Estados Financieros proyectados

### 5.4.1 Estados de Resultados

Tabla 52. Estado de resultados proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	\$ 238.950,00	\$ 249.702,75	\$ 260.939,37	\$ 272.681,65	\$ 284.952,32
(-) Costo de ventas	\$ 126.410,57	\$ 131.871,50	\$ 137.568,35	\$ 143.511,31	\$ 149.710,99
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 112.539,43</b>	<b>\$ 117.831,25</b>	<b>\$ 123.371,02</b>	<b>\$ 129.170,34</b>	<b>\$ 135.241,32</b>
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$ 64.101,60	\$ 66.870,79	\$ 69.759,61	\$ 72.773,22	\$ 75.917,03
Gastos de Venta	\$ 2.560,00	\$ 2.670,59	\$ 2.785,96	\$ 2.906,32	\$ 3.031,87
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 9.646,30	\$ 9.646,30	\$ 9.646,30	\$ 9.069,63	\$ 9.069,63
Subtotal	\$ 76.307,90	\$ 79.187,68	\$ 82.191,86	\$ 84.749,17	\$ 88.018,52
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 36.231,54</b>	<b>\$ 38.643,57</b>	<b>\$ 41.179,16</b>	<b>\$ 44.421,17</b>	<b>\$ 47.222,80</b>
Gastos No Operativos					
Gastos financieros	\$ 2.994,03	\$ 2.450,42	\$ 1.846,90	\$ 1.176,88	\$ 433,01
Utilidad antes de participación de trabajadores	\$ 33.237,51	\$ 36.193,15	\$ 39.332,25	\$ 43.244,29	\$ 46.789,79
15% participación de trabajadores	\$ 4.985,63	\$ 5.428,97	\$ 5.899,84	\$ 6.486,64	\$ 7.018,47
Utilidad Antes de impuestos	\$ 28.251,88	\$ 30.764,18	\$ 33.432,41	\$ 36.757,65	\$ 39.771,32
22% impuesto a la Renta	\$ 6.215,41	\$ 6.768,12	\$ 7.355,13	\$ 8.086,68	\$ 8.749,69
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 22.036,47</b>	<b>\$ 23.996,06</b>	<b>\$ 26.077,28</b>	<b>\$ 28.670,97</b>	<b>\$ 31.021,63</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

## 5.4.2. Balance General

Tabla 53. Balance General proyectado

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 31.856,44	\$ 69.807,48	\$ 98.969,51	\$ 129.671,07	\$ 161.980,11	\$ 195.772,42
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 31.856,44</b>	<b>\$ 69.807,48</b>	<b>\$ 98.969,51</b>	<b>\$ 129.671,07</b>	<b>\$ 161.980,11</b>	<b>\$ 195.772,42</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipos de Operación	\$ 2.411,29	\$ 2.411,29	\$ 2.411,29	\$ 2.411,29	\$ 2.411,29	\$ 2.411,29
Equipos de Computación	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00
Muebles y enseres	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00
Edificaciones y otras construcciones	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
(-) Depreciacion Acumulada		\$ (8.936,30)	\$ (17.872,59)	\$ (26.808,89)	\$ (35.168,52)	\$ (43.528,15)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 45.326,29</b>	<b>\$ 36.389,99</b>	<b>\$ 27.453,70</b>	<b>\$ 18.517,40</b>	<b>\$ 10.157,77</b>	<b>\$ 1.798,15</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>						
Gastos de Pre-Operacion	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00
(-) Amortizacion Acumulada	0	\$ (710,00)	\$ (1.420,00)	\$ (2.130,00)	\$ (2.840,00)	\$ (3.550,00)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 3.550,00</b>	<b>\$ 2.840,00</b>	<b>\$ 2.130,00</b>	<b>\$ 1.420,00</b>	<b>\$ 710,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 80.732,73</b>	<b>\$ 109.037,47</b>	<b>\$ 128.553,21</b>	<b>\$ 149.608,48</b>	<b>\$ 172.847,88</b>	<b>\$ 197.570,56</b>
<b>PASIVOS</b>						
Pasivos a Corto Plazo	\$ -	\$ 11.201,04	\$ 12.197,09	\$ 13.254,97	\$ 14.573,33	\$ 15.768,16
Pasivos a Largo Plazo (préstamo)	\$ 30.732,73	\$ 25.799,97	\$ 20.323,59	\$ 14.243,70	\$ 7.493,78	\$ 0,00
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 30.732,73</b>	<b>\$ 37.001,01</b>	<b>\$ 32.520,68</b>	<b>\$ 27.498,67</b>	<b>\$ 22.067,11</b>	<b>\$ 15.768,16</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 22.036,47	\$ 23.996,06	\$ 26.077,28	\$ 28.670,97	\$ 31.021,63
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 22.036,47	\$ 46.032,53	\$ 72.109,81	\$ 100.780,78
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 72.036,47</b>	<b>\$ 96.032,53</b>	<b>\$ 122.109,81</b>	<b>\$ 150.780,78</b>	<b>\$ 181.802,40</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 80.732,73</b>	<b>\$ 109.037,47</b>	<b>\$ 128.553,21</b>	<b>\$ 149.608,48</b>	<b>\$ 172.847,88</b>	<b>\$ 197.570,56</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

## 5.5. Evaluación financiera del proyecto

### 5.5.1. Flujo de caja

Tabla 54. Flujo de caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><i>Ingresos Operativos:</i></b>						
Ventas Netas		\$ 238.950,00	\$ 249.702,75	\$ 260.939,37	\$ 272.681,65	\$ 284.952,32
<b><i>Egresos Operativos:</i></b>						
Costo de Venta		\$ 126.410,57	\$ 131.871,50	\$ 137.568,35	\$ 143.511,31	\$ 149.710,99
Gastos Administrativos		\$ 64.101,60	\$ 66.870,79	\$ 69.759,61	\$ 72.773,22	\$ 75.917,03
Gastos de Venta		\$ 2.560,00	\$ 2.670,59	\$ 2.785,96	\$ 2.906,32	\$ 3.031,87
Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 4.985,63	\$ 5.428,97	\$ 5.899,84	\$ 6.486,64
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 6.215,41	\$ 6.768,12	\$ 7.355,13	\$ 8.086,68
Subtotal		\$ 193.072,17	\$ 212.613,93	\$ 222.311,01	\$ 232.445,81	\$ 243.233,22
<b>Flujo Operativo</b>		<b>\$ 45.877,83</b>	<b>\$ 37.088,82</b>	<b>\$ 38.628,36</b>	<b>\$ 40.235,83</b>	<b>\$ 41.719,10</b>
<b><i>Ingresos No Operativos:</i></b>						
Inversión Fija	\$ (45.326,29)					
Inversión Diferida	\$ (3.550,00)					
Inversión Corriente	\$ (31.856,44)					
<b><i>Egresos No Operativos:</i></b>						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (4.932,77)	\$ (5.476,38)	\$ (6.079,89)	\$ (6.749,92)	\$ (7.493,78)
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (2.994,03)	\$ (2.450,42)	\$ (1.846,90)	\$ (1.176,88)	\$ (433,01)
<b>Flujo Neto Generado</b>	<b>\$ (80.732,73)</b>	<b>\$ 37.951,04</b>	<b>\$ 29.162,03</b>	<b>\$ 30.701,56</b>	<b>\$ 32.309,04</b>	<b>\$ 33.792,31</b>
Saldo Inicial de Caja	\$ 31.856,44	\$ 31.856,44	\$ 69.807,48	\$ 98.969,51	\$ 129.671,07	\$ 161.980,11
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>\$ 31.856,44</b>	<b>\$ 69.807,48</b>	<b>\$ 98.969,51</b>	<b>\$ 129.671,07</b>	<b>\$ 161.980,11</b>	<b>\$ 195.772,42</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

## 5.5.2 Análisis de la rentabilidad del inversionista

### 5.5.2.1 Tasa de descuento de los inversionistas

Como primer paso para el cálculo de la rentabilidad del proyecto, se debe estimar la tasa mínima de retorno del inversionista. Para esto se utiliza el método conocido como Capital Asset Pricing Model (CAPM). Este método permite determinar la tasa esperada de retorno ( $K_r$ ) mediante el cálculo de las variables: tasa libre de riesgo ( $K_{rf}$ ), rendimiento del mercado<sup>1</sup> ( $K_m$ ), la beta del mercado<sup>2</sup> ( $\beta$ ) y la tasa de interés pasiva. Como se puede observar en la siguiente tabla, el valor resultante de esta operación determina que el inversionista espera recibir una tasa mínima de retorno de 14,89%.

Tabla 55. Cálculo del CAPM

<b><math>K_r = K_{rf} + \beta (K_m - K_{rf})</math></b>	
<b><math>K_{rf}</math> (tasa libre de riesgo)=</b>	2,13%
<b><math>K_m</math> (rendimiento de mercado) =</b>	17,80%
<b><math>\beta</math> (beta del mercado) =</b>	0,460
<b>Tasa de interés pasiva</b>	5,55%
<b><math>K_r</math> (tasa esperada de retorno) =</b>	<b>14,89%</b>

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

### 5.5.2.2 TIR y VAN de los inversionistas

Luego de la evaluación que se realiza a la tasa interna de retorno y al valor actual neto se obtiene como resultado, que los inversionistas tendrían un porcentaje de retorno real del 14,89% y un valor neto de \$75.696,53, lo que indica que los flujos proyectados para el centro de acopio serán mayores que el monto invertido y la tasa de retorno mayor a la esperada, por consiguiente el proyecto resulta atractivo para los inversionistas

---

<sup>1</sup> Ver anexo 3

<sup>2</sup> Ver anexo 4

**Tabla 56. Flujos operacionales**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA NETO		\$ 37.951,04	\$ 29.162,03	\$ 30.701,56	\$ 32.309,04	\$ 33.792,31
APORTE DE ACCIONISTAS	\$ (50.000,00)					
VALOR DE DESECHO						\$ 29.810,17
<b>FLUJO</b>	<b>\$ (50.000,00)</b>	<b>\$ 37.951,04</b>	<b>\$ 29.162,03</b>	<b>\$ 30.701,56</b>	<b>\$ 32.309,04</b>	<b>\$ 63.602,48</b>
<b>PAYBACK</b>	<b>\$ (50.000,00)</b>	<b>\$ (12.048,96)</b>	<b>\$ 17.113,06</b>	<b>\$ 47.814,63</b>	<b>\$ 80.123,67</b>	<b>\$ 143.726,15</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

**Tabla 57. Análisis TIR y VAN para los inversionistas**

<b>TMAR</b>	<b>14,89%</b>
<b>TIR</b>	<b>65,16%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$75.696,53</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

### **5.5.3. Análisis de la rentabilidad del Proyecto**

#### **5.5.3.1 Tasa de descuento del proyecto**

Para el análisis de la rentabilidad del proyecto, es necesario calcular la tasa de descuento, la cual fue hallada utilizando el método del costo promedio ponderado de capitales, ya que las fuentes de financiamiento del proyecto son mixtas (aportes de capital propio y préstamo bancario). Como consecuencia del financiamiento, cada fuente tiene un peso o participación en relación al 100% de la inversión inicial, y por ende una tasa propia.

El préstamo bancario posee una tasa de interés por 10.50% y un peso de 38.07% en relación a la inversión total, dejando como resultado una ponderación del 4.00% (10.50% x 38.07%). Mientras que la tasa del capital propio fue calculada en base a las variables del entorno económico: inflación (4.32%); riesgo país (7.01%) y tasa de interés pasiva (5.54%); al sumarlas se obtiene un resultado de 14.89% y una participación del 61.93%, dejando una ponderación de 9.22%.

Con las dos ponderaciones obtenidas, se realiza una suma y el resultado final es la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), la cual es 13.22%. Esto significa que para que el proyecto sea aceptable, el rendimiento de los flujos para los primeros cinco años debería ser superior al costo del proyecto, ya que dentro de esa tasa están considerados los intereses que se pagaron por el préstamo bancario, la tasa de inflación, el riesgo país y el costo de oportunidad del rendimiento que pudo obtener el inversor por colocar su dinero en otro instrumento financiero.

**Tabla 58. Costo promedio ponderado de capitales**

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$ 50.000,00	61,93%	14,89%	9,22%
PRESTAMO	\$ 30.732,73	38,07%	10,50%	4,00%
<b>TMAR</b>				<b>13,22%</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

### 5.5.3.2 TIR y VAN de los inversionistas

Una vez obtenida la tasa de descuento (13.22%), se realizó el análisis de rentabilidad para hallar la tasa de interna (TIR) y el valor actual neto (VAN). Al hacer un análisis de los flujos netos obtenidos durante los primeros cinco años se puede observar que todos los años hay un valor positivo, el cual va incrementándose poco a poco, pese a que en el primer año hay una mejor utilidad ya que hasta a ese período no se habían descontado los rubros de participación de trabajadores e impuesto a la renta, que ya se empiezan a descontar en el año siguiente.

El crecimiento sostenido de las ventas (4.50%) que es ligeramente mayor que el de los costos y gastos (4.32%); hace posible que los flujos se mantengan bastante estables dentro de los \$ 40 mil dólares en promedio. De esta forma, según el Payback o flujo descontado, se observa que la inversión inicial sería recuperada a partir del tercer año de operaciones puesto que en ese período el flujo es positivo.

**Tabla 59. Flujos netos del proyecto**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA OPERATIVO		\$ 45.877,83	\$ 37.088,82	\$ 38.628,36	\$ 40.235,83	\$ 41.719,10
VALOR DE DESECHO DEL PROYECTO						\$ 29.810,17
INVERSION FIJA	\$ (45.326,29)					
INVERSION DIFERIDA	\$ (3.550,00)					
INVERSION CORRIENTE	\$ (31.856,44)					
<b>FLUJO</b>	<b>\$ (80.732,73)</b>	<b>\$ 45.877,83</b>	<b>\$ 37.088,82</b>	<b>\$ 38.628,36</b>	<b>\$ 40.235,83</b>	<b>\$ 71.529,28</b>
<b>PAYBACK</b>	<b>\$ (80.732,73)</b>	<b>\$ (34.854,90)</b>	<b>\$ 2.233,92</b>	<b>\$ 40.862,28</b>	<b>\$ 81.098,12</b>	<b>\$ 152.627,39</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

Con los flujos netos, se hace el cálculo de la TIR y el rendimiento obtenido es 46.11%, lo que significa que además de recuperar el 100% de la inversión, se obtuvo un rendimiento de 46.11%. Bajo esas condiciones, el VAN expresaría un total de \$ 78,282.87 luego de haber recuperado los \$ 80,732.73. Dejando como constancia la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero.

**Tabla 60. Análisis de rentabilidad TIR – VAN**

<b>TMAR</b>	<b>13,22%</b>
<b>TIR</b>	<b>46,11%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$78.282,87</b>

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**

### 5.5.3.3 Punto de equilibrio

**Tabla 61. Cálculo del punto de equilibrio**

<i>P.E. Q =</i>	<b><u>COSTOS FIJOS TOTALES</u></b>
	<i>PVP u - C VAR. U</i>
<i>P.E. Q =</i>	\$ 76.307,90
	\$ 1,59
<i>P.E. Q =</i>	48.006,28
<i>P.E. \$ =</i>	\$ 162.021,18
<i>P.E. % =</i>	64,89%

**Elaborado por: Autora**

**Fuente: Estudio Financiero**



El cálculo del punto de equilibrio se lo hace con el propósito de establecer cuáles son las unidades mínimas que debe vender el proyecto con la finalidad de que los ingresos iguallen a los costos y por ende, no exista pérdida. Bajo este cálculo se podría entender que sería el escenario pesimista del proyecto sólo se enfocaría a recuperar los costos invertidos en la venta de las frutas y verduras. Al aplicar la fórmula, se determina que el negocio debe vender 48.006 kilos al año (48 toneladas) para alcanzar el punto de equilibrio. En dólares eso representa un ingreso promedio de \$ 162,021.18 y términos porcentuales se debe alcanzar al menos el 64.89% del presupuesto de ventas.

### 5.5.5. Razones financieras

Tabla 62. Razones financieras

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>I. LIQUIDEZ</b>						
1. Liquidez Corriente	6,23	8,11	9,78	11,11	12,42	9,53
<b>II. SOLVENCIA</b>						
1. Endeudamiento del Activo	0,34	0,25	0,18	0,13	0,08	0,20
2. Endeudamiento Patrimonial	0,51	0,34	0,23	0,15	0,09	0,26
3. Endeudamiento del Activo Fijo	1,98	3,50	6,59	14,84	101,11	25,60
4. Apalancamiento	1,51	1,34	1,23	1,15	1,09	1,26
<b>III. GESTIÓN</b>						
1. Rotación de Activo Fijo	6,57	9,10	14,09	26,84	158,47	43,01
2. Rotación de Ventas	2,19	1,94	1,74	1,58	1,44	1,78
3. Impacto Gastos Administración y Ventas	0,32	0,32	0,31	0,31	0,31	0,31
4. Impacto de la Carga Financiera	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01
<b>IV. RENTABILIDAD</b>						
1. Margen Operacional	0,15	0,15	0,16	0,16	0,17	0,16
2. Rentabilidad Neta de Ventas(Margen Neto)	0,09	0,10	0,10	0,11	0,11	0,10
3. Rentabilidad Operacional del Patrimonio	0,50	0,40	0,34	0,29	0,26	0,36

Elaborado por: Autora

Fuente: Estudio Financiero

Finalmente, se analizarán las razones financieras las cuales expresan lo siguiente:

1. El índice de liquidez establece que por cada dólar que la empresa posee de deudas de corto plazo, tiene \$ 8.53 dólares adicionales para poder cubrirlas, por consecuencia el nivel de liquidez es alto.
2. En el tema de solvencia, se puede manifestar que el endeudamiento promedio del activo es de apenas \$ 0.20 por cada dólar de activos, asimismo, el endeudamiento patrimonial es sólo \$ 0.26 por cada dólar de patrimonio, el endeudamiento del activo fijo es apenas 25% y la empresa está menos apalancada a medida que va pagando su préstamo bancario. Esto es favorable, porque a medida que va cubriendo el pago del préstamo el negocio se concentra más en capital propio.
3. En lo que concierne a la gestión de los recursos de la empresa, se puede notar que el impacto de gastos de operación y la carga financiera se mantienen en niveles muy bajos, representando apenas \$ 0.31 y \$ 0.01 por cada dólar invertido.
4. En el contexto de la rentabilidad del negocio, se establece que el margen neto de la empresa equivale a \$ 0.10 por cada dólar vendido, mientras que la rentabilidad operacional es de \$ 0.36 por cada dólar de patrimonio. Como se aprecia, los valores analizados son promedios ya que mantienen valores muy similares entre un período y otro haciendo más sencilla la comparación con otros proyectos.

## CONCLUSIONES

Según el análisis realizado en el presente proyecto, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

1. Las frutas y verduras son uno de los productos que componen la canasta básica de los ecuatorianos. Existe una demanda de estos víveres aproximada de 6 mil toneladas mensuales para consumo de los habitantes de la isla, la cual no es satisfecha en su totalidad por el abastecimiento local y el que se realiza vía marítima y aérea desde Ecuador continental.
2. El centro de acopio “GalaVida” busca posicionarse en la isla San Cristóbal mediante estrategias vinculadas al ofrecimiento de precios más competitivos manejando de manera óptima la logística para no encarecer el producto.
3. El centro de acopio mantendrá una estructura organizacional en Ecuador continental y en la Isla San Cristóbal donde se tomará en cuenta a la Administradora, área financiera, área comercial, y área de publicidad.
4. La empresa será constituida por aportación de accionistas, los cuales formaran una junta con sus respectivos derechos y voto sobre las diversas decisiones que se tomen para el funcionamiento de la empresa.
5. Se evaluó la compra del centro de acopio en la Isla San Cristóbal y el alquiler de un galpón para el mantenimiento de las frutas y verduras en Ecuador continental con un sistema de refrigeración para mantener los productos frescos y de calidad.
6. El proyecto es rentable, pues con una inversión superior a los \$ 80 mil, se podría obtener un rendimiento de 30%, el cual está por encima de la tasa de descuento (14%) y además generaría una rentabilidad neta de \$ 0.10 por cada dólar en ventas.

## RECOMENDACIONES

El análisis del presente proyecto permite seguir las siguientes recomendaciones:

1. Evaluar la oferta y demanda de otros artículos de primera necesidad, así como productos relacionados a las frutas y verduras pero con un valor agregado para incrementar la diversificación de los productos vendidos en el centro de acopio.
2. Logrando posicionamiento del centro de acopio, generar alianzas con restaurantes, hoteles y otros establecimientos que oferten víveres para ser distribuidores al por mayor y mejorar la rentabilidad de estos negocios y el volumen de ventas del centro.
3. Evaluar la posibilidad de incrementar la estructura organizacional con la adquisición de motorizados que sirvan para ventas a domicilio hacia las otras islas del Archipiélago.
4. Establecer alianzas con las instituciones gubernamentales establecidas en las Islas Galápagos a fin de lograr ventajas para mejorar los procesos de distribución de los productos.
5. Incrementar el espacio físico del centro de acopio a fin de distribuirlo por secciones a medida que aumente la oferta de productos varios dentro del centro de acopio.

## BIBLIOGRAFIA

- Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos. (1 de Septiembre de 2013 ). *Avanzamos Galápagos*. Obtenido de Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos: [http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Avanza\\_Galapagos\\_Septiembre\\_2013.pdf](http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Avanza_Galapagos_Septiembre_2013.pdf)
- Diario El Comercio . (22 de Febrero de 2015). Galápagos necesita 6 000 toneladas de víveres mensualmente. *Diario El Comercio* , pág. 2.
- Diario El Comercio . (21 de Febrero de 2015). Guayaquil y la Sierra centro abastecen a las Islas Galápagos. *Diario El Comercio* , pág. 3.
- El Ciudadano . (4 de Septiembre de 2014 ). LISTA DE PRECIOS REFERENCIALES MERCADO MAYORISTA TERMINAL: GUAYAQUIL. *Diario El Ciudadano* , pág. 2.
- Galápagos Cruceros . (15 de Octubre de 2010). *Historia de Galápagos* . Obtenido de Galápagos Cruceros : <http://www.galapagoscruceros.ec/galapagos-informacion/galapagos-historia.html>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (3 de Diciembre de 2013 ). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición* . Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ENSANUT.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ENSANUT.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (24 de Octubre de 2014). *Poblacion y demografía* . Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos : <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (1 de Junio de 2015 ). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

- Mestanza, J. (3 de Agosto de 2013 ). La producción local se oferta en una feria libre en Puerto Ayora. *Diario El Comercio* , pág. 2.
- Mundo HVAC&R. (2013 ). Almacenamiento y refrigeración de frutas. *Mundo HVAC&R*, 2.
- Natursan. (5 de Septiembre de 2013 ). *Clasificación de las frutas y verduras* . Obtenido de Natursan: <http://www.natursan.net/clasificacion-frutas/>
- Organizacion Mundial de la Salud . (2010). Informe sobre la salud en el mundo 2002. *Organizacion Mundial de la Salud* , 3.
- Revista CreceNegocios. (2013). El logotipo de una empresa o marca. *CreceNegocios*, 3.
- Rodríguez, A. (2012). FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA. *EUMED*, 3.
- Stanton, W. (1992). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Torres, B. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Segunda ed.). México: Pearson Education.
- Vega, I. d. (2014). *Plan de negocio*. Obtenido de [www.ie.edu](http://www.ie.edu)

## ANEXOS

### ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA

#### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ACOPIO DE FRUTAS Y VERDURAS PARA LA ISLA SAN CRISTOBAL

**Señor encuestado:** El cuestionario que va a llenar a continuación nos ayudará a recabar su valiosa opinión con respecto a la creación de un centro de acopio de frutas y verduras para la isla San Cristóbal. Se agradece que sus respuestas sean reales, imparciales y objetivas.

#### INFORMACIÓN GENERAL

DATOS DEL ENCUESTADO	
Edad:	
Género:	

1.- Marque con una X: ¿Cuántas veces al mes realiza compra de alimentos para su hogar?

	Respuesta
1 vez	
Entre 2 a 3 veces	
Más de 3 veces	

2.- ¿Los mercados son abastecidos de manera regular?

	Respuesta
Si	
No	

3.- ¿Cree usted que los precios de los víveres de primera necesidad dentro de la Isla son excesivos?

	Respuesta
Si	
No	

4.- ¿Considera que la mayoría de productos obtenidos desde Ecuador Continental son frescos y de buena calidad?

	Respuesta
Si	
No	

5.- ¿Cree usted que el acceso de los víveres hacia las Islas es eficiente?

	Respuesta
Si	
No	

6.- ¿Considera usted que los costos de transporte para frutas y legumbres permiten rentabilidad para el comercio?

	Respuesta
Si	
No	

7.- ¿Alguna vez no ha podido encontrar algún producto de primera necesidad o se le ha dificultado hallarlo?

	Respuesta
Si	
No	

8.- ¿Cuáles considera que son las causas por las cuales los precios de los productos están por encima de los estipulado por el Gobierno?

	Respuesta
Especulación	
Altos costos transporte	
Altos precios de venta desde Ecuador continental	



9.- ¿Cree usted que un centro de acopio de frutas y legumbres en la Isla San Cristóbal sea beneficioso para los habitantes de la Isla?

	Respuesta
Si	
No	

10.- ¿Cuál cree usted que sean los beneficios de la implementación de un centro de Acopio en la Isla San Cristóbal?

	Respuesta
Mejores precios	
Productos de mayor calidad	
Aumento del abastecimiento	
Mayor rentabilidad para los comerciantes	
Reducción de la especulación	

11.- ¿Considera que el centro de acopio permitiría mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Isla?

	Respuesta
Si	
No	

12.- ¿Cuál sería su presupuesto máximo asignado para el consumo de frutas y verduras durante un mes?

	Respuesta
\$50 a \$100 dólares	
Más de \$100	
Menos de \$50	

**ANEXO 2. RESPALDOS FINANCIEROS**

<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Capital de Trabajo	1	\$ 28.012,03	\$ 28.012,03
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>			<b>\$ 28.012,03</b>

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Modulos de escritorio	2	\$ 325,00	\$ 650,00
Sillon Ejecutivo	2	\$ 185,00	\$ 370,00
Archivadores	1	\$ 165,00	\$ 165,00
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.185,00</b>

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Computadores de Escritorio	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Impresora/Scanner/ Copiadora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Router Inalámbrico	1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.730,00</b>

<b>Edificaciones y otras construcciones</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Centro de acopio	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 40.000,00</b>

<b>EQUIPOS DE OPERACIÓN</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Frigorífico	1	\$ 2.411,29	\$ 2.411,29
			\$ -
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 2.411,29</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Acta de Constitución	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Patentes y Marcas	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Registro Sanitario	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Permisos de Funcionamiento	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 2.000,00</b>
<b>GASTOS DE PRE-OPERACIÓN</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Instalación de equipos	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Adecuación de Galpón y Oficina	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Conexiones Eléctricas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.550,00</b>

**TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO (MENSUAL)**

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PAGO</b>	<b>AMORTIZACION</b>
<b>0</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30.732,73
<b>1</b>	\$ 391,65	\$ 268,91	\$ 660,57	\$ 30.341,08
<b>2</b>	\$ 395,08	\$ 265,48	\$ 660,57	\$ 29.946,00
<b>3</b>	\$ 398,54	\$ 262,03	\$ 660,57	\$ 29.547,46
<b>4</b>	\$ 402,03	\$ 258,54	\$ 660,57	\$ 29.145,43
<b>5</b>	\$ 405,54	\$ 255,02	\$ 660,57	\$ 28.739,89
<b>6</b>	\$ 409,09	\$ 251,47	\$ 660,57	\$ 28.330,80
<b>7</b>	\$ 412,67	\$ 247,89	\$ 660,57	\$ 27.918,12
<b>8</b>	\$ 416,28	\$ 244,28	\$ 660,57	\$ 27.501,84
<b>9</b>	\$ 419,93	\$ 240,64	\$ 660,57	\$ 27.081,92
<b>10</b>	\$ 423,60	\$ 236,97	\$ 660,57	\$ 26.658,32
<b>11</b>	\$ 427,31	\$ 233,26	\$ 660,57	\$ 26.231,01
<b>12</b>	\$ 431,04	\$ 229,52	\$ 660,57	\$ 25.799,97
<b>13</b>	\$ 434,82	\$ 225,75	\$ 660,57	\$ 25.365,15
<b>14</b>	\$ 438,62	\$ 221,95	\$ 660,57	\$ 24.926,53
<b>15</b>	\$ 442,46	\$ 218,11	\$ 660,57	\$ 24.484,07
<b>16</b>	\$ 446,33	\$ 214,24	\$ 660,57	\$ 24.037,74
<b>17</b>	\$ 450,24	\$ 210,33	\$ 660,57	\$ 23.587,50
<b>18</b>	\$ 454,18	\$ 206,39	\$ 660,57	\$ 23.133,33
<b>19</b>	\$ 458,15	\$ 202,42	\$ 660,57	\$ 22.675,18
<b>20</b>	\$ 462,16	\$ 198,41	\$ 660,57	\$ 22.213,02
<b>21</b>	\$ 466,20	\$ 194,36	\$ 660,57	\$ 21.746,82
<b>22</b>	\$ 470,28	\$ 190,28	\$ 660,57	\$ 21.276,53
<b>23</b>	\$ 474,40	\$ 186,17	\$ 660,57	\$ 20.802,14
<b>24</b>	\$ 478,55	\$ 182,02	\$ 660,57	\$ 20.323,59
<b>25</b>	\$ 482,73	\$ 177,83	\$ 660,57	\$ 19.840,85
<b>26</b>	\$ 486,96	\$ 173,61	\$ 660,57	\$ 19.353,90
<b>27</b>	\$ 491,22	\$ 169,35	\$ 660,57	\$ 18.862,68
<b>28</b>	\$ 495,52	\$ 165,05	\$ 660,57	\$ 18.367,16
<b>29</b>	\$ 499,85	\$ 160,71	\$ 660,57	\$ 17.867,30
<b>30</b>	\$ 504,23	\$ 156,34	\$ 660,57	\$ 17.363,08
<b>31</b>	\$ 508,64	\$ 151,93	\$ 660,57	\$ 16.854,44
<b>32</b>	\$ 513,09	\$ 147,48	\$ 660,57	\$ 16.341,35
<b>33</b>	\$ 517,58	\$ 142,99	\$ 660,57	\$ 15.823,77
<b>34</b>	\$ 522,11	\$ 138,46	\$ 660,57	\$ 15.301,66
<b>35</b>	\$ 526,68	\$ 133,89	\$ 660,57	\$ 14.774,98
<b>36</b>	\$ 531,29	\$ 129,28	\$ 660,57	\$ 14.243,70
<b>37</b>	\$ 535,93	\$ 124,63	\$ 660,57	\$ 13.707,76
<b>38</b>	\$ 540,62	\$ 119,94	\$ 660,57	\$ 13.167,14

<b>39</b>	\$ 545,35	\$ 115,21	\$ 660,57	\$ 12.621,79
<b>40</b>	\$ 550,13	\$ 110,44	\$ 660,57	\$ 12.071,66
<b>41</b>	\$ 554,94	\$ 105,63	\$ 660,57	\$ 11.516,72
<b>42</b>	\$ 559,80	\$ 100,77	\$ 660,57	\$ 10.956,93
<b>43</b>	\$ 564,69	\$ 95,87	\$ 660,57	\$ 10.392,23
<b>44</b>	\$ 569,63	\$ 90,93	\$ 660,57	\$ 9.822,60
<b>45</b>	\$ 574,62	\$ 85,95	\$ 660,57	\$ 9.247,98
<b>46</b>	\$ 579,65	\$ 80,92	\$ 660,57	\$ 8.668,33
<b>47</b>	\$ 584,72	\$ 75,85	\$ 660,57	\$ 8.083,62
<b>48</b>	\$ 589,83	\$ 70,73	\$ 660,57	\$ 7.493,78
<b>49</b>	\$ 595,00	\$ 65,57	\$ 660,57	\$ 6.898,79
<b>50</b>	\$ 600,20	\$ 60,36	\$ 660,57	\$ 6.298,58
<b>51</b>	\$ 605,45	\$ 55,11	\$ 660,57	\$ 5.693,13
<b>52</b>	\$ 610,75	\$ 49,81	\$ 660,57	\$ 5.082,38
<b>53</b>	\$ 616,10	\$ 44,47	\$ 660,57	\$ 4.466,28
<b>54</b>	\$ 621,49	\$ 39,08	\$ 660,57	\$ 3.844,80
<b>55</b>	\$ 626,92	\$ 33,64	\$ 660,57	\$ 3.217,87
<b>56</b>	\$ 632,41	\$ 28,16	\$ 660,57	\$ 2.585,46
<b>57</b>	\$ 637,94	\$ 22,62	\$ 660,57	\$ 1.947,52
<b>58</b>	\$ 643,53	\$ 17,04	\$ 660,57	\$ 1.303,99
<b>59</b>	\$ 649,16	\$ 11,41	\$ 660,57	\$ 654,84
<b>60</b>	\$ 654,84	\$ 5,73	\$ 660,57	\$ 0,00
	<b>\$ 30.732,73</b>	<b>\$ 8.901,25</b>	<b>\$ 39.633,98</b>	

**CAPITAL DE TRABAJO**

**PRESUPUESTO PARA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO**

<b>DETALLES</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>TOTAL</b>
<b><i>COSTOS DE OPERACIÓN</i></b>	<b>\$ 10.534,21</b>	<b>\$ 10.534,21</b>	<b>\$ 21.068,43</b>
Frutas y verduras	\$ 4.616,75	\$ 4.616,75	\$ 9.233,50
Mano de Obra	\$ 3.734,46	\$ 3.734,46	\$ 7.468,93
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.183,00	\$ 2.183,00	\$ 4.366,00
<b><i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i></b>	<b>\$ 5.341,80</b>	<b>\$ 5.341,80</b>	<b>\$ 5.683,60</b>
Sueldos, salarios y demas beneficios	\$ 2.126,80	\$ 2.126,80	\$ 4.253,60
Agua, luz y telecomunicaciones	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 700,00
Arriendo de galpón y oficinas	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	
Suministros y materiales	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 250,00
Mantenimientos	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 150,00
Seguros	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 170,00
Gastos Ambientales	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 160,00
<b><i>GASTOS DE VENTA</i></b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 1.260,00</b>
Publicidad y Promoción	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 1.260,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 16.506,01</b>	<b>\$ 16.506,01</b>	<b>\$ 28.012,03</b>

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACION</b>	<b>DEP. MENSUAL</b>
Equipos de Operación	\$ 2.411,29	10	\$ 241,13	\$ 20,09
Equipos de Computación	\$ 1.730,00	3	\$ 576,67	\$ 48,06
Muebles y enseres	\$ 1.185,00	10	\$ 118,50	\$ 9,88
Infraestructura	\$ 40.000,00	5	\$ 8.000,00	\$ 666,67
<b>TOTAL DEPRECIACION ANUAL</b>			<b>\$ 8.936,30</b>	<b>\$ 744,69</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>AMR. MENSUAL</b>
Gastos de Constitucion	\$ 2.000,00	5	\$ 400,00	\$ 33,33
Gastos de Pre-Operacion	\$ 1.550,00	5	\$ 310,00	\$ 25,83
<b>TOTAL AMORTIZACION ANUAL</b>			<b>\$ 710,00</b>	<b>\$ 59,17</b>

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldos, salarios y demas beneficios	\$ 2.126,80	\$ 25.521,60	\$ 26.624,13	\$ 27.774,30	\$ 28.974,15	\$ 30.225,83
Agua, luz y telecomunicaciones	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.381,44	\$ 4.570,72	\$ 4.768,17	\$ 4.974,16
Arriendo de galpón y oficinas	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00	\$ 31.296,00	\$ 32.647,99	\$ 34.058,38	\$ 35.529,70
Suministros y materiales	\$ 125,00	\$ 1.500,00	\$ 1.564,80	\$ 1.632,40	\$ 1.702,92	\$ 1.776,49
Mantenimientos	\$ 75,00	\$ 900,00	\$ 938,88	\$ 979,44	\$ 1.021,75	\$ 1.065,89
Seguros	\$ 85,00	\$ 1.020,00	\$ 1.064,06	\$ 1.110,03	\$ 1.157,98	\$ 1.208,01
Gastos Ambientales	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 1.001,47	\$ 1.044,74	\$ 1.089,87	\$ 1.136,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.341,80</b>	<b>\$ 64.101,60</b>	<b>\$ 66.870,79</b>	<b>\$ 69.759,61</b>	<b>\$ 72.773,22</b>	<b>\$ 75.917,03</b>

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Entrevista con prensa escrita	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 375,55	\$ 391,78	\$ 408,70	\$ 426,36
Banners y folletos	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 625,92	\$ 652,96	\$ 681,17	\$ 710,59
Evento de lanzamiento	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Redes sociales	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 625,92	\$ 652,96	\$ 681,17	\$ 710,59
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 2.560,00</b>	<b>\$ 2.670,59</b>	<b>\$ 2.785,96</b>	<b>\$ 2.906,32</b>	<b>\$ 3.031,87</b>

<b>COSTOS DE VENTA</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materias Primas	\$ 4.616,75	\$ 55.401,00	\$ 57.794,32	\$ 60.291,04	\$ 62.895,61	\$ 65.612,70
Mano de Obra	\$ 3.734,46	\$ 44.813,57	\$ 46.749,51	\$ 48.769,09	\$ 50.875,92	\$ 53.073,76
Costos Indirectos	\$ 2.183,00	\$ 26.196,00	\$ 27.327,67	\$ 28.508,22	\$ 29.739,78	\$ 31.024,54
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.534,21</b>	<b>\$ 126.410,57</b>	<b>\$ 131.871,50</b>	<b>\$ 137.568,35</b>	<b>\$ 143.511,31</b>	<b>\$ 149.710,99</b>

VARIACIÓN DEL PIB:

4,50%

<b>VENTAS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Kilo de Verduras	\$ 9.587,50	\$ 115.050,00	\$ 120.227,25	\$ 125.637,48	\$ 131.291,16	\$ 137.199,27
Kilo de Frutas	\$ 10.325,00	\$ 123.900,00	\$ 129.475,50	\$ 135.301,90	\$ 141.390,48	\$ 147.753,05
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19.912,50</b>	<b>\$ 238.950,00</b>	<b>\$ 249.702,75</b>	<b>\$ 260.939,37</b>	<b>\$ 272.681,65</b>	<b>\$ 284.952,32</b>



### ANEXO 3. RENDIMIENTO DEL BONO EE.UU



## ANEXO 4. BETA DEL MERCADO

Wal-Mart Stores, Inc. (NYSE:WMT)

Add to portfolio

**64.14** -0.71 (-1.09%)

Real-time: 3:51PM EDT  
 NYSE real-time data - Disclaimer  
 Currency in USD

Range	63.51 - 64.30	Div/yield	0.49/3.06
52 week	61.50 - 90.97	EPS	4.78
Open	64.07	Shares	3.23B
Vol / Avg	6.58M/9.90M	Beta	0.46
Mkt cap	209.70B	Inst. own	30%
P/E	13.39		

G+1 229

