



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**“ DESARROLLO DE FINCAS INTEGRALES AUTOSUFICIENTES EN
EL RECINTO OLMEDO”**

TUTOR:

MBA. CARLOS REINOSO DITO

AUTORES:

**PATRICIA ALEXANDRA ARÍZAGA VITERI
ANGIE JESSENIA FLORES SUÁREZ**

GUAYAQUIL-ECUADOR

2011

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Patricia

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este proyecto de investigación a Dios Todopoderoso por bendecirme y llegar hasta donde he llegado, por cubrirme con sus manos y guiarme siempre por el camino del bien.

A mi padre: Sr. Julio Flores, por estar siempre en los momentos importantes de mi vida por ser el ejemplo para salir adelante y por los consejos que han sido de gran ayuda para mi vida y crecimiento. Este proyecto es el resultado de lo que me has enseñando en la vida, ya que siempre has sido una persona honesta, entregado a tu trabajo. Es por ello hoy dedico este proyecto.

A mi madre: Sra. Rosa Suárez, que con la sabiduría de Dios me ha enseñado a ser quien soy hoy. Gracias por tu paciencia, por tus consejos, por el amor que me has dado y por tu apoyo incondicional en mi vida. Gracias por llevarme en tus oraciones porque estoy segura que siempre las haces.

A mi querida hermana Econ. Diana Flores, gracias por tu amor, y por tu apoyo incondicional, gracias por ser como eres, por ser la mujer con los mejores sentimientos que he conocido, pero sobre todo por motivarme hacer las cosas de la mejor manera.

A mis hermanos: Julio Flores, Joao Flores y Laila Flores, que con su amor me han enseñado a salir adelante. Gracias por estar en este momento tan importante de mi vida.

A mis cuñados los mejores que me pudo haber dado Dios, Econ. Danilo Morocho y Lcda. Lady Merchán, que me ayudaron a que este gran esfuerzo se volviera realidad, gracias por ser parte de esta etapa tan importante.

Angie

AGRADECIMIENTO

Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis es inevitable que te asalte un muy humano egocentrismo que te lleva a concentrar la mayor parte del mérito en el aporte que has hecho. Sin embargo, el análisis objetivo te muestra inmediatamente que la magnitud de ese aporte hubiese sido imposible sin la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para mí un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, expresándoles mis agradecimientos.

Debo agradecer de manera especial y sincera al Profesor **MBA. CARLOS REINOSO DITO** por aceptarnos para realizar este proyecto bajo su dirección. Su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de este proyecto, sino también en nuestra formación como investigadores. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de este proyecto. Muchas gracias Profesor.

Queremos expresar también nuestro más sincero agradecimiento al resto de profesores por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de este proyecto. Debo destacar, por encima de todo, su disponibilidad y paciencia que hicieron que nuestras siempre acaloradas discusiones redundaran benéficamente tanto a nivel científico como personal. No cabe duda que su participación ha enriquecido el trabajo realizado y, ha significado el surgimiento de una sólida amistad. A ustedes también le doy muchas gracias.

Y por supuesto, el agradecimiento más profundo y sentido va para nuestra familia. Sin su apoyo, colaboración e inspiración habría sido imposible llevar a cabo esta dura empresa. A nuestro padres, por su ejemplo de lucha y honestidad, al resto de familiares que por su tenacidad y superación, su paciencia, generosidad por ser ejemplo de valentía de capacidad y superación...por ellos y para ellos!

Patricia

Angie

CERTIFICACION DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

Guayaquil, 7 de febrero del 2011

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado Desarrollo de Fincas Integrales Autosuficientes en el Recinto Olmedo, ha sido elaborado por las Srtas. Patricia Alexandra Arízaga Viteri y Angie Jessenia Flores Suárez bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal

Examinador que se designe al efecto.

MBA: CARLOS REINOSO DITO

ÍNDICE

Capítulo 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.	Antecedentes de la investigación o Introducción.....	pág.	1
1.2.	Problema de investigación.....	pág.	2
	1.2.1 Planteamiento del problema.....	pág.	2
	1.2.2 Formulación del problema de investigación.....	pág.	2
1.3.	Objetivos de la investigación.....	pág.	2
	1.3.1 Objetivo general.....	pág.	2
	1.3.2 Objetivos específicos.....	pág.	2
1.4.	Justificación de la investigación.....	pág.	3
1.5.	Estado del arte	pág.	4
1.6.	Formulación de la Hipótesis y variables.....	pág.	20
	1.6.1 Hipótesis.....	pág.	20
	1.6.2 Variables.	pág.	20
1.7.	Metodológicos de la investigación.....	pág.	21
	1.7.1 Tipo de estudio y de Diseño.....	pág.	21
	1.7.2 Método de investigación.....	pág.	21
	1.7.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información...	pág.	22
	1.7.4 Tratamiento de la información.....	pág.	23

Capítulo 2: ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

2.1	Análisis de la situación actual.....	pág.	24
2.2	Análisis FODA	pág.	25
2.3	Análisis de la Industria Agrícola en el Recinto Olmedo.....	pág.	26
2.4	Estudio de las Fuerzas de Porter en Fincas Integrales Autosuficientes.....	pág.	33
2.5	Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas....	pág.	37
2.6	Certificación ISO 14001.....	pág.	38
2.7	Sistema HACCP.....	pág.	39

Capitulo 3: PROPUESTA DE CREACIÓN

3.1	Requisitos para la Comercialización de Papaya en El Recinto Olmedo.....	pág.	54
3.2	Condiciones de Localización del Proyecto.....	pág.	56
3.3	Organización para la ejecución.....	pág.	57
3.4	Marco lógico del Proyecto.....	pág.	58
3.5	Marketing Mix	pág.	59
3.6	Inversión.....	pág.	71
3.7	Detalles de Activos	pág.	72
3.8	Análisis de Impacto Ambiental.....	pág.	75
3.9	Estrategia de Sostenibilidad.....	pág.	76
3.10	Procedimiento de Evaluación.....	pág.	77
3.11	Dimensiones y Niveles de Monitoreo y Evaluación.....	pág.	77
	Conclusiones.....	pág.	79
	Recomendaciones.....	pág.	80
	Bibliografía.....	pág.	81
	Anexos		

RESUMEN EJECUTIVO

Por los estudios realizados en el planteamiento del problema de investigación, se ha percibido que en la mayoría de las comunidades de la provincia del Guayas y en especial el Recinto Olmedo, existe un gran desconocimiento en la utilización adecuada de sus recursos naturales así como la implementación de estrategias competitivas, por tal motivo se ha escogido el proyecto "DESARROLLO DE FINCAS INTEGRALES AUTOSUFICIENTES EN EL RECINTO OLMEDO".

En el primer capítulo se describe la problemática en que se encuentran los pequeños agricultores, así como los objetivos generales y específicos, los métodos de investigación y estrategias competitivas establecidas al Desarrollo de las fincas en el Recinto Olmedo.

En el Estado del arte se detalla el plan estratégico que ayudará a que el pequeño agricultor tenga bases sólidas para la comercialización y venta de sus productos con un buen precio y con buena calidad, fortaleciendo la sostenibilidad de los sistemas productivos que será el apoyo a cultivos comerciales, integrados, con apoyo de infraestructura y con tecnología alternativa impulsando al trabajo en comunidad y armonía entre ambas partes.

En el segundo capítulo se puntualiza el análisis de las fincas en la comunidad, la situación en que se encuentran en la actualidad sus problemas para el cultivo de sus frutas. A tales obstáculos implantar soluciones y diagnósticos donde los únicos beneficiarios será la comunidad del Recinto Olmedo. En el tercer capítulo se desarrollará la propuesta de la investigación así como las recomendaciones, conclusiones y anexos.

La finalidad que se persigue con la implementación del presente proyecto es la de mejorar la calidad de vida de las familias campesinas, esto es el de incrementar su ingreso económico, enriquecer su seguridad alimentaria, fortalecer las relaciones de género y aumentar la capacidad de gestión social.

CAPÍTULO 1

1- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes de la investigación

Por los estudios realizados en el planteamiento del problema de investigación, se ha percibido que en la mayoría de las comunidades de la provincia del Guayas y en especial el Recinto Olmedo, existe un gran desconocimiento en la utilización adecuada de sus recursos naturales así como la implementación de estrategias competitivas, por tal motivo se ha escogido el proyecto "DESARROLLO DE FINCAS INTEGRALES AUTOSUFICIENTES EN EL RECINTO OLMEDO".

En el primer capítulo se describe la problemática en que se encuentran los pequeños agricultores, así como los objetivos generales y específicos, los métodos de investigación y estrategias competitivas establecidas al Desarrollo de las fincas en el Recinto Olmedo.

En el Estado del arte se detalla el plan estratégico que ayudará a que el pequeño agricultor tenga bases sólidas para la comercialización y venta de sus productos con un buen precio y con buena calidad, fortaleciendo la sostenibilidad de los sistemas productivos que será el apoyo a cultivos comerciales, integrados, con apoyo de infraestructura y con tecnología alternativa impulsando al trabajo en comunidad y armonía entre ambas partes.

En el segundo capítulo se puntualiza el análisis de las fincas en la comunidad, la situación en que se encuentran en la actualidad sus problemas para el cultivo de sus frutas. A tales obstáculos implantar soluciones y diagnósticos donde los únicos beneficiarios será la comunidad del Recinto Olmedo. En el tercer capítulo se desarrollará la propuesta de la investigación así como las recomendaciones, conclusiones y anexos.

La finalidad que se persigue con la implementación del presente proyecto es la de mejorar la calidad de vida de las familias campesinas, esto es el de incrementar su ingreso económico, enriquecer su seguridad alimentaria, fortalecer las relaciones de género y aumentar la capacidad de gestión social.

1.2 Problema de investigación

1.2.1 Planteamiento del problema

La comunidad campesina en la Provincia del Guayas y en particular el Recinto Olmedo son la base del problema, ya que existe un gran desconocimiento en la utilización adecuada de sus recursos naturales y son ellos los más afectados por los desastres climáticos, los altos intereses bancarios, la ausencia de capital de inversión sí como la ausencia de políticas coherentes de producción agrícola.

Lo que ha llevado a la disminución de la productividad y la rentabilidad de las pequeñas parcelas.

1.2.2 Formulación del problema

¿Cómo afecta la falta de conocimientos estratégicos e infraestructura en el desarrollo de las fincas integrales en el Recinto Olmedo durante los últimos 3 años?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer las bases técnicas para la implantación del Desarrollo de Fincas Integrales Autosuficientes, dirigidas a atender la demanda nutricional del núcleo familiar del Recinto Olmedo y contribuir en forma efectiva con la seguridad agro-alimentaria, mediante la producción diversificada de rubros agrícolas de corto, mediano y largo plazo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Modernización Productiva.
- Disminución de la pobreza.
- Conservación del medio ambiente.
- Fortalecimiento institucional.
- Programa de desarrollo forestal y forestación de los recursos naturales.
- Programa de infraestructura de apoyo a la producción.

1.4 Justificación de la investigación

Las economías campesinas tienen características distintas a las economías empresariales ya que poseen poca tierra (de 1 a 7 hectáreas) generalmente de mala calidad y marginales (desgastados, sobre pastoreados, erosionados, suelos altos sin riego, suelos inundables quemados, deforestados) no tienen capital o nulo acceso al mismo para producir; y escasa asistencia técnica. Pero en cambio tienen abundante fuerza de trabajo disponible; que desgraciadamente estos factores no son considerados por las instancias estatales o privadas de generación de tecnología a sabiendas de las necesidades y exigencias tanto en el ámbito nacional e internacional de la importancia de la agroecología; cosa que se está ocasionando un rezago y un gran desfase entre el avance tecnológico alternativo y la adopción por parte de los sectores campesinos.

Cualquier argumento planteado con tecnología convencional difiere enormemente a lo que presenta la tecnología alternativa agroecológica con énfasis en la sostenibilidad y sustentabilidad puesto que por su función permanente de productividad diversificada llena vacíos de la compleja problemática de las economías campesinas en crisis permitiendo a estas la sobrevivencia, mejoramiento del estatus económico, convivencia con su medio ambiente y aprovechamiento al máximo de los subproductos, excedentes y valor agregado de las parcelas. Los colegios de ese sector no tienen dentro de sus planes académicos materias que promuevan la utilización de los recursos existentes dentro de las comunidades razón por la cual los jóvenes salen de sus comunidades hacia las grandes ciudades engrosando las filas de desempleo subempleo o formando parte del mercado laboral que exista en el momento, muchos o la mayoría de estos jóvenes poseen el recurso para producir dentro de sus comunidades pero debido a la falta de conocimiento y asesoramiento técnico de esta área productiva no lo hacen son los colegios del sector los obligados a reordenar su plan académico incorporando materias que ayuden e innovadoras para que se vuelva un verdadero centro de capacitación y práctica ya que las comunidades poseen el recurso primordial que es la tierra.

1.5 Marco de referencia de la investigación

1.5.1 Marco teórico

En el desarrollo del proyecto se han implementado algunos términos que para mejorar la comprensión de los mismos se han desarrollado con conceptos claros a continuación.

Equidad:

La planificación deberá permitir un igual acceso al desarrollo en las mismas condiciones de calidad, cantidad y oportunidad para todos y todas. Esto se dará a través de intervenciones coherentes para lo cual se debe identificar tanto a los grupos y sectores sociales como a los territorios que requieran ser atendidos de manera especial. Ello implica un rol proactivo del Estado en la disminución de las Desigualdades y en la eliminación de la discriminación.

Sustentabilidad:

La acción estatal promueve el equilibrio entre la distribución de la población, el impacto de sus actividades y el medio físico que les da sustento. Se le incorpora la justicia intergeneracional para no poner en riesgo la capacidad de futuras generaciones para atender sus propias necesidades.

Seguridad integral

Las intervenciones en los territorios apuntan a crear territorios seguros para la vida. Ello implica reducir los riesgos naturales y antrópicos así como generar las condiciones que garantizan la seguridad humana y la paz.

Inserción activa del patrimonio ambiental

Establece una estrategia ambiental que valoriza el patrimonio natural como un activo de desarrollo, visibilizando los beneficios económicos directos e indirectos. Con este fundamento en las fichas regionales se incluyen los programas y proyectos relacionados con el sistema nacional de áreas protegidas, la gestión de recursos hídricos y la gestión de riesgos.

Conectividad, energía y telecomunicaciones

Este componente hace referencia a todas las infraestructuras de movilidad, transporte, telecomunicaciones y energía que permiten la circulación de personas, bienes, capitales e información. Este acápite hace alusión a las redes y flujos que se requieren construir o impulsar para una adecuada conectividad de la región con el país.

Uso responsable de los recursos no renovables

Este componente hace referencia a las estrategias territoriales frente a la extracción, manejo y control de los recursos no renovables, entendidos como: minería, canteras, petróleo, gas, ductos y poliductos.

Canales de distribución (canales de venta)

Canales o medios a través de los cuales vendemos u ofrecemos nuestros productos a los consumidores.

Análisis de la competencia

Estudio de mercado que consiste en recoger información útil sobre nuestros competidores, analizar dicha información, y luego, en base a dicho análisis, tomar decisiones que nos permitan competir adecuadamente con ellos, bloquear sus fortalezas y aprovechar sus debilidades.

Análisis de la demanda

Estudio de mercado que consiste en tratar de conocer los gustos, preferencias, comportamientos de compra (cuándo compran, por qué compran, cada cuánto tiempo compran) de los consumidores que conforman nuestro mercado objetivo.

Campaña publicitaria

Periodo de tiempo en el que realizamos un determinado tipo de publicidad para nuestros productos o servicios.

Canales de distribución (canales de venta)

Canales o medios a través de los cuales vendemos u ofrecemos nuestros productos a los consumidores.

Tipos de canales de distribución:

- Canal directo: cuando vendemos nuestros productos directamente a los consumidores; ejemplo de canales directos pueden ser una tienda o local propio, Internet, las ventas telefónicas, el envío de correos, las visitas a domicilio, etc.
- Canal indirecto: cuando primero vendemos nuestros productos a intermediarios, y luego éstos venden los productos al consumidor final; ejemplo de canales indirectos son los mayoristas, las distribuidoras, los agentes (agencias de viaje, agentes de seguros), los minoristas (tiendas, bazares), los detallistas (supermercados, grandes almacenes).

Canales publicitarios

Canales o medios a través de los cuales publicitamos nuestros productos o servicios; ejemplo de canales publicitarios son la televisión, la radio, los diarios, Internet, el correo, las ferias, las campañas de degustación, actividades, eventos, afiches, carteles, volantes, paneles, etc.

Cartera de clientes

Clientes de un negocio o empresa que son afines a un determinado vendedor.

Ciclo de vida del producto

Herramienta de gestión que consiste en el conjunto de etapas por que las que pasa un producto desde su lanzamiento hasta su salida del mercado; es una herramienta ya que al saber nosotros por cuál etapa está pasando nuestro producto, podemos definir mejor nuestras estrategias comerciales.

Etapas del ciclo de vida de un producto:

- Etapa de introducción: el producto recién hace su aparición en el mercado, en esta etapa las ventas empiezan a aumentar lentamente, se suele invertir mucho en publicidad, el negocio o empresa suele obtener más pérdidas que ganancias.
- Etapa de expansión o crecimiento: el producto empieza a ganar aceptación y a penetrar en el mercado, el uso del bien o servicio se empieza a generalizar entre los consumidores.
- Etapa de madurez o estancamiento: el aumento de las ventas empieza a hacerse lento hasta llegar a estancarse.
- Etapa de caída: las ventas disminuyen, al menos a su forma inicial.

Cierre de ventas

Última etapa del proceso de ventas, en la cual, luego de haber presentado el producto al cliente potencial, el vendedor lo induce a decidirse por la compra.

Cliente

Persona que ya ha comprado nuestros productos o adquirido nuestros servicios; se diferencia de un “consumidor”, en que el consumidor no necesariamente nos ha comprado o adquirido nuestros productos o servicios.

Cliente potencial

Consumidor del cual hay buenas posibilidades de que se convierta en nuestro cliente.

Competencia

Conjunto de negocios o empresas que compiten con el nuestro.

Tipos de competidores:

- Competidores directos: negocios o empresas que venden productos similares al nuestro.
- Competidores indirectos: negocios o empresas que venden productos sustitutos al nuestro, por ejemplo, un negocio que comercializa mermelada sería el competidor indirecto de un negocio que comercializa mantequilla.

Competencia distintiva

Fortaleza de un negocio o empresa que los competidores no pueden igualar o imitar fácilmente.

Competitividad

Capacidad de un negocio o empresa para tener una posición competitiva o vanguardista en el mercado.

Consumidor

Persona que consume y demanda bienes o servicios, pero que no necesariamente ha comprado o adquirido nuestros bienes o servicios, a diferencia de un “cliente”, quien es un consumidor que sí lo ha hecho.

Creatividad

Capacidad para crear algo nuevo; la creatividad se logra a través del uso de la imaginación (capacidad para formular algo nuevo en la mente) más la asociación de algo que se tiene en la psique (ya sea a través de la experiencia, algo que se ha leído o escuchado, etc.).

Cuestionario

Listado de preguntas usado generalmente en las encuestas, pero también usado en las entrevistas.

Demanda

Volumen total en términos físicos o monetarios de uno o varios productos, que es demandado por un mercado para un periodo de tiempo determinado.

Tipos de demanda:

Demanda de mercado: demanda real que se da en un mercado.

Demanda potencial: máxima demanda posible que se podría dar en un mercado.

Demanda insatisfecha: diferencia entre la demanda potencial y la demanda de mercado.

Diferenciación

Algo que tiene u ofrece un negocio o empresa que lo hace diferente o lo distingue de sus competidores, y que suele ser el motivo por el cual los consumidores lo prefieran antes que a los demás; puede haber diferenciación, por ejemplo, en el producto, en la marca, en el diseño, en la tecnología, en la atención al cliente, en el servicio de post venta, etc.

Distribución (plaza)

Forma en que nuestros productos llegan o son distribuidos a los consumidores, puede darse a través de canales directos, por ejemplo, una tienda o local propio, Internet, ventas telefónicas; o a través de canales indirectos, por ejemplo, a través de mayoristas, distribuidoras, agentes, minoristas.

Nicho de Mercado

Segmento o área de mercado que todavía no ha sido cubierto (demanda insatisfecha).

Participación de mercado

Porcentaje de participación que tiene un negocio o empresa con respecto a otros similares en un determinado mercado, por ejemplo, si el PBI de una industria es de 460, y un negocio factura 46, entonces se puede decir que éste tiene una participación del 10% en dicha industria

Penetración de mercado

Acto y efecto de lograr una mayor participación de mercado.

Perfil de mercado (perfil del consumidor)

Características principales del consumidor que conforma nuestro mercado objetivo.

Valor agregado (valor añadido)

Característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio para darle un mayor valor, generalmente es una característica o servicio poco usual, o poco usada por los demás competidores, que le da al negocio o empresa cierta diferenciación.

Venta al contado

Se da cuando se vende un producto, y se cobra al momento de la transacción.

Venta al crédito

Se da cuando se vende un producto, y se acuerda cobrar a un plazo determinado, por ejemplo, a 30 días.

Ventaja competitiva

Ventaja en algún aspecto que tiene un negocio o empresa ante otros del mismo sector o mercado, que le permite tener cierta posición de liderazgo en dicho aspecto; un negocio puede, por ejemplo, tener ventaja competitiva en la atención al público, en sus costos, en la rapidez de su atención, en su distribución, en su infraestructura, en su localización, etc.

1.5.2 Marco Conceptual

En éste capítulo se efectúa un análisis del Desarrollo de Fincas Integrales Autosuficientes en el Recinto Olmedo. Se aplican como herramientas para análisis del sector, el marco conceptual de las cinco fuerzas de M. Porter, el análisis FODA y se identifican los factores críticos de éxito con el diamante de la competitividad postulado por M. Porter, desde la perspectiva de las Fincas Integrales.

1.5.2.1 Granjas integrales autosuficientes en Ecuador

En mayo de 1994 el gobierno ecuatoriano anuncia, a través del Banco Nacional de Fomento, el inicio de un programa de apoyo dirigido a ofrecer alternativas a los pequeños productores agrícolas. El programa denominado GRANJAS INTEGRALES AUTOSUFICIENTES (GIAs) es presentado como la constitución de fincas agropecuarias altamente diversificadas con dimensiones entre 1 y 10 Has. en las cuales se procurará un "desarrollo endógeno agropecuario".

El programa prevé la participación de las familias campesinas como directas ejecutoras de las granjas; éstas podrán asociarse con otras familias para cumplir ciertas actividades de procesamiento de productos agrícolas. También la organización campesina (cooperativa, asociación, comuna) es convocada para apoyar a los granjeros en actividades tales como la comercialización a escala, la capacitación, la transformación de productos.

Así mismo a las ONGs se les otorga un rol de acompañamiento, de capacitación técnica, de asesoría y se les pide poner a disposición recursos para multiplicar la experiencia en los sitios en los cuales el Estado no alcance a llegar. Finalmente el Estado asume el papel de auspiciador y tutelador de los procesos "hasta cuando las organizaciones campesinas puedan autogestionarse".

Se plantea un trabajo coordinado de las diferentes instituciones del Estado para ofrecer un acompañamiento consistente a los granjeros.

Con las GIAs se garantizaría la autosubsistencia a la vez que se podría mejorar los ingresos a través de la venta del cultivo comercial, más los productos procesados a partir de la leche, los frutales o las hortalizas.

Fuente : BANCO NACIONAL DE FOMENTO, 1994/06 (Ecuador)

1.5.2.2 ANÁLISIS FODA

La Administración nos ofrece un abanico de modelos básicos de planeación estratégica para ponerlos en marcha en el Desarrollo de Fincas Integrales Autosuficientes permitiéndonos ser más competitivos.

El proyecto de Fincas Integrales Autosuficientes está basado el análisis FODA es una técnica ideada por Kenneth Andrews y Roland Christensen hace más de 20 años y se utiliza para comprender la situación actual de una empresa, organización, producto o servicio específico, desempeño profesional o académico, tomar una mejor posición ante una negociación, estudiar la forma en que estamos realizando una venta y en muchas otras situaciones. El objetivo de esta herramienta es ayudarlo a diagnosticar para, en función de ello, poder decidir.

FODA viene de las cuatro primeras letras de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y cuyo nombre en inglés es SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats).

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

FORTALEZAS.- Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que poseen, actividades que se desarrollan positivamente.

OPORTUNIDADES.- Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa y que permiten obtener ventajas competitivas.

DEBILIDADES.- Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

AMENAZAS.- Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que puedan llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Matriz FODA

	Fortalezas: F	Debilidades: D
Factores Internos	F1. F2. Lista de Fortalezas F3. F4.	D1. D2. Lista de Debilidades D3. D4.
Factores Externos		
Oportunidades: O O1. O2. Lista de Oportunidades O3. O4.	Estrategias: FO FO1. FO2. Utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.	Estrategias: DO DO1: DO2: Superar las debilidades para aprovechar las DO3:
Lista de amenazas A1. A2. Lista de Amenazas A3.	Estrategias: FA FA1. FA2. Utilizar las fortalezas para evitar las amenazas FA3	Estrategias: DA DA1. DA2. Reducir al mínimo las debilidades y evitar las amenazas DA3.

Cuadro.1 Factores de la Matriz FODA

Plan estratégico de mejoramiento de la calidad

La Ruta de la Calidad por **Edward Deming** es un procedimiento estándar de solución de problemas. Se trata de una especie de recuento o representación de las actividades relacionadas con el Ciclo de Control de Calidad: Planear, Hacer, Verificar, Actuar (PHVA).

Permitirá ofrecer productos sanos, frescos, limpios y con peso justo así como la capacitación a las personas que sean destinadas para este tipo de actividad.

La propuesta de presentar planes estratégicos de mejoramiento de la calidad responde a las necesidades de la gran mayoría de pequeños productores agrícolas que no tiene posibilidades de competir en las condiciones cada vez más exigentes de un mercado internacionalizado.

Con la implantación de éstas estrategias de calidad en el Desarrollo de Fincas, garantizará la autosubsistencia y a la vez se podrá mejorar los ingresos a través de la venta del cultivo comercial, más los productos procesados a partir de los frutales o las hortalizas.

Para implantar el Control Total de Calidad en una empresa se requiere que los colaboradores desarrollen sus acciones de mejora a través de una metodología basada en el Ciclo PHVA, que se denomina Ruta de la Calidad.

La Ruta de la Calidad proporciona un procedimiento basado en hechos y datos que está enfocado hacia la mejora.

El Ciclo de Control PHVA

La Ruta de la Calidad es un procedimiento para solucionar problemas.

En los términos usados en ella, un problema se define de la siguiente manera.

Un problema es el resultado no deseado de una tarea

La solución para un problema es mejorar el resultado deficiente hasta lograr un nivel razonable.

Las causas de los problemas se investigan desde el punto de vista de los hechos y se analiza la relación causa-efecto.

Se evitan estrictamente las decisiones sin fundamento basadas en la imaginación o en la teoría desde un escritorio -los intentos de solucionar los problemas con base en decisiones sin sustento, nos orienta en direcciones equivocadas, llevándonos al fracaso o a demorar la mejora. Se diseñan y se implementan medidas de control que contrarresten el problema para evitar que los factores causales vuelvan a presentarse.

Un ciclo es algo que sigue un orden y se repite cada vez que termina.

El Ciclo de Control es una herramienta que ha permitido obtener mejora de manera permanente en un proceso de trabajo.

El verdadero control se da cuando existe el mantenimiento y mejora de los procesos.

Para establecer la mejora continua en los procesos se debe utilizar el Ciclo PHVA, también conocido como el Ciclo de Control de Shewhart.

Partes del Ciclo PHVA

PLANEAR.- Cuando se tiene un proyecto o un problema que deba resolverse, se diseña un plan de acción.

HACER.- Se ejecuta el plan de acción.

VERIFICAR.- Se verifican y se comparan los resultados del plan de acción.

ACTUAR.- Por último, se toman decisiones respecto al plan y a los resultados.

Los resultados obtenidos a través de las acciones emprendidas son evaluadas constantemente en cada una de las juntas que se realizan, así mismo de los planes estratégicos son analizados los resultados y los comparamos con nuestros planes operativos para que de esta manera se realicen las mejoras cuyos cambios van siendo registrados para comparar su avance, los cuales se documentan y se analizan los principales indicadores.

Las 5M

Para poder generar una salida, ya sea un producto o un servicio, generalmente se requiere de cinco elementos o factores básicos.

Mano de obra

Método

Maquinaria

Materiales

Medio ambiente

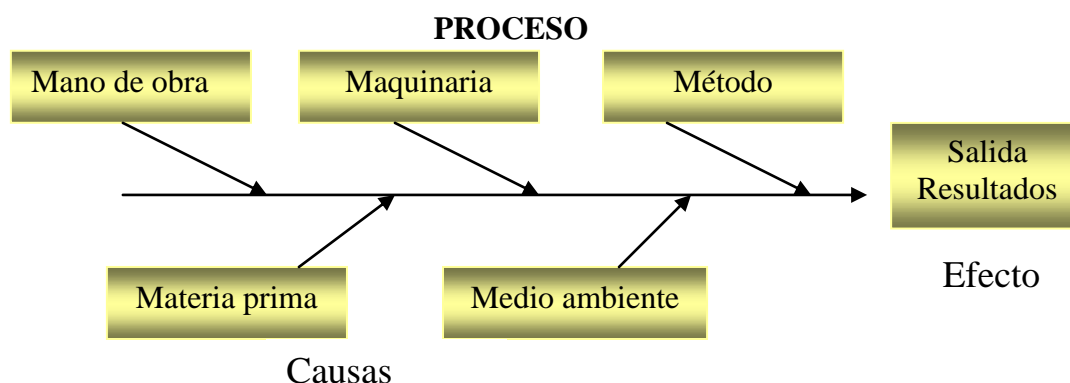
A estos factores se les conoce como las 5M y son los elementos sobre los que hay que actuar para generar el resultado deseado en el proceso.

De esta definición se concluye que toda actividad que se realiza en la empresa puede ser conceptuada como parte de un proceso cuyos resultados se ven afectados por las condiciones de las 5M.

Diagramas de Causa – Efecto

El Diagrama Causa-Efecto es una forma de organizar y representar las diferentes teorías propuestas sobre las causas de un problema. Se conoce también como diagrama de Ishikawa (por su creador, el Dr. Kaoru Ishikawa, 1943), ó diagrama de Espina de Pescado y se utiliza en las fases de Diagnóstico y Solución de la causa.

Elementos de un diagrama causa-efecto (lluvia de ideas – 5 por qué’s)



La salida del proceso es el resultado del trabajo realizado. Dicha salida tiene requerimientos de calidad, definidos por las necesidades de clientes y consumidores, que el responsable del proceso debe de estar comprometido a satisfacer. Estos requerimientos de calidad se traducen en indicadores y especificaciones; los indicadores miden o cuantifican los resultados y las especificaciones definen un nivel esperado sobre los indicadores que se deben alcanzar, para asegurar la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Los requerimientos de calidad se manifiestan a través de las dimensiones de calidad.

- Calidad intrínseca, del producto o servicio.
- Costo, en función del precio y del costo para la empresa.
- Entrega, conforme a cantidad, lugar y tiempo.
- Seguridad, de nuestros colaboradores, clientes y consumidores.
- Moral, de nuestros colaboradores.
- Medio ambiente, en función del entorno, de nuestros vecinos.

1.5.2.3 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER



Cuadro 2. Las 5 Fuerzas de Porter

Una Industria se define como un grupo de compañías de oferentes de productos o servicios que son sustitutos cercanos entre sí. Los sustitutos cercanos son productos o servicios que satisfacen las mismas necesidades básicas del consumidor.

El desafío para los gerentes consiste en analizar las fuerzas competitivas de un ambiente industrial a fin de identificar las oportunidades y amenazas que enfrenta una organización. Michael Porter de Harvard School of Business Administration desarrolló un marco teórico para auxiliar a los gerentes en realización de este análisis. El marco teórico de Porter, conocido como el modelo de cinco fuerzas, concentra, como su nombre lo indica, en las cinco fuerzas que generan la competencia dentro de una industria: 1) el riesgo por el nuevo ingreso de potenciales competidores; 2) el grado de rivalidad entre compañías establecidas dentro de una industria, 3) el poder de negociación de los compradores, 4) el poder de negociación de los proveedores, y 5) La proximidad de sustitutos para los productos de una industria.

1.- Rivalidad entre Empresas Competidoras

Las estrategias que sigue una empresa tienen éxito sólo en la medida que proporcione una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales. Los cambios en la estrategia de una empresa se enfrentan por medio de acciones contrarias, como la reducción de precios, el mejoramiento de la calidad, la

adición de características, la entrega de servicios, la prolongación de las garantías y el aumento de la publicidad.

La intensidad de la rivalidad entre las empresas en competencia tiende a aumentar conforme el número de competidores se incrementa, conforme los competidores se asemejan en tamaño y capacidad, conforme disminuye la demanda de los productos de la industria y conforme la reducción de precios se vuelve común. La rivalidad aumenta también cuando los consumidores cambian de marca con facilidad, cuando las barreras para salir del mercado son altas, cuando los costos fijos son elevados, cuando el producto es perecedero, cuando las empresas rivales tienen diversas estrategias, orígenes y cultura, así como las fusiones y adquisiciones son comunes en la industria. Conforme la rivalidad entre las empresas competidoras se hace más intensa, las utilidades de la industria declinan, en algunos casos hasta el grado que la industria se vuelve por sí misma poco atractiva.

2.- Entrada Potencial de Nuevos Competidores

Siempre que empresas nuevas ingresan con facilidad a una industria en particular, la intensidad de la competencia entre empresas aumenta; sin embargo, entre las barreras de ingreso están la necesidad de lograr economías de escala con rapidez, la necesidad de obtener conocimiento especializado y tecnología, la falta de experiencia, la lealtad firme de clientes, las fuertes preferencias de marca, el requerimiento de un gran capital, la falta de canales de distribución adecuados, la políticas reguladoras gubernamentales, los aranceles, la falta de acceso a materias primas, la posesión de patentes, las ubicaciones poco atractivas, los atraques de empresas arraigadas y la saturación del mercado.

A pesar de las diversas barreras de ingreso, algunas empresas nuevas entran a las industrias con productos de excelente calidad, precios bajos y recursos de mercadotecnia importantes; por lo tanto, el trabajo de estrategia consiste en identificar a las empresas nuevas que tienen la posibilidad de ingresar al mercado, vigilar las estrategias de las nuevas empresas rivales, contraatacar si es necesario y obtener provecho de las fortalezas y oportunidades existentes.

3.- Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos

En muchas industrias, las empresas compiten de cerca con los fabricantes de productos sustitutos de otras industrias. La presencia de productos sustitutos coloca un tope en el precio que se cobra antes de que los consumidores cambien a un producto sustituto.

Las presiones cautivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme el precio relativo de estos productos declina y conforme el costo por el cambio de clientes se reduce. La fortaleza competitiva de los productos sustitutos se mide mejor por los avances que éstos obtienen en la participación en el mercado, así como por los planes que tienen las empresas para aumentar su capacidad y penetración en el mercado.

4.- Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de Negociación de los proveedores afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando existen muchos proveedores, cuando sólo hay algunas materias primas sustitutas adecuadas o cuando el costo de cambiar las materias primas es demasiado alto. Tanto los proveedores como los productores deben ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, desarrollo de nuevos servicios, entregas a tiempo y costos de inventario reducidos para mejorar la rentabilidad a largo plazo. Las empresas deben seguir una estrategia de integración hacia atrás para obtener el control o la propiedad de los proveedores. Esta estrategia es eficaz sobre todo cuando los proveedores son poco confiables, demasiado costosos o incapaces de satisfacer las necesidades de una empresa en forma consistente. Las empresas negocian, por lo general, términos más favorables con los proveedores cuando la integración hacia atrás es una estrategia utilizada comúnmente entre empresas rivales en una industria.

5.- Poder de negociación de los consumidores

Cuando los clientes están concentrados en un lugar, son muchos o compran por volumen, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia en una industria. Las empresas rivales ofrecen garantías prolongadas o servicios especiales para ganar la lealtad de los clientes, siempre y cuando el poder de negociación de los consumidores sea significativo. El poder de negociación de los consumidores es también mayor cuando los productos que se adquieren son estándar o poco diferenciados. Cuando esto ocurre, los consumidores negocian precio de venta, cobertura de la garantía y paquetes adicionales en mayor grado.

1.6 Formulación de la Hipótesis y variables

1.6.1 Hipótesis

La creación de las fincas integrales autosuficientes, incentivarán a mejorar la infraestructura y la calidad de vida de quienes habitan en el Recinto Olmedo.

1.6.2 Variables.

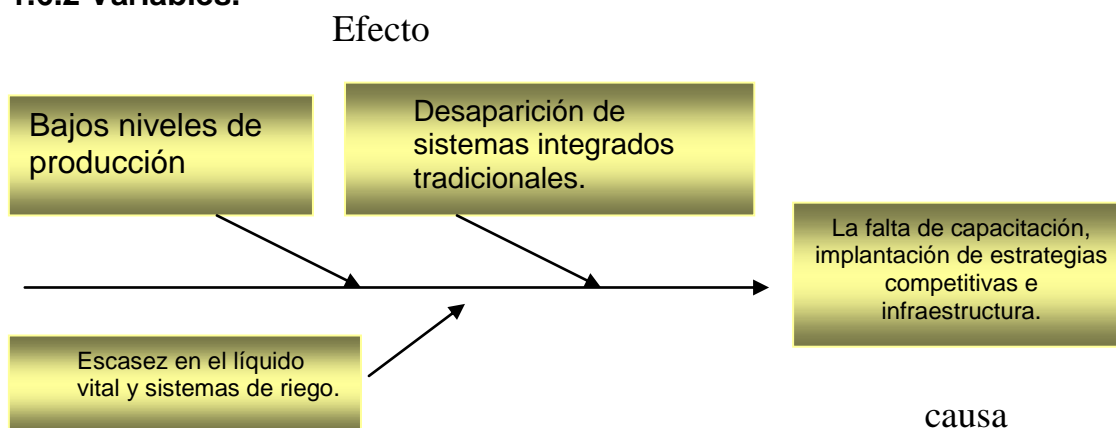


Fig. 2 Diagrama Causa - Efecto

1.7 Metodológicos de la investigación

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación podemos interpretar como método prácticamente a todo el accionar que aplicaremos para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos para cumplir con los objetivos que nos proponemos.

1.7.1 Tipo de estudio y de Diseño

El tipo de estudio a emplear en el Proyecto de "Impulsando el Desarrollo de Fincas Integrales" es de Observación, no hay manipulación de variables, consiste en observar las variables que interesan en el momento de la investigación de campo.

1.7.2. Método de investigación

1.7.2.1 Método Teórico

Deductivo – Inductivo: Este método nos servirá para evaluar los aspectos particulares que está afectando a la competitividad y el nivel de producción y establecer la incidencia que trae en el funcionamiento agrícola. Su aplicación nos permitirá establecer las mejores estrategias de negocio que se deban aplicar.

A la explicación de cuál es la causalidad relevante en la investigación de Fincas Integrales. El análisis consistente en la descripción pormenorizada de cada uno de los componentes de un todo, jugará un papel importantísimo puesto que permitirá descubrir cosas, hechos y elementos que no se encontraban a la luz del día, ni que se podrán apreciar a primera vista; nos permite pensar que detrás de las cosas visibles existen otras que forman parte del todo y que necesitan conocerse para saber cuál es su relación con el problema que investigamos. Este método permitirá someter cada uno de los factores que componen el modelo de Deming a un proceso de análisis y luego sintetizarlos, para determinar de mejor manera las probables causas y las soluciones más convenientes.

1.7.2.2 Método Empírico

Los métodos empíricos que utilizaremos en nuestra investigación se detallan a continuación.

1.7.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información

1.7.3.1 Técnicas de la observación

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el mundo exterior de los individuos, esta técnica nos permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuales son las necesidades no satisfechas de la Comunidad del Recinto Olmedo coadyuvando a jerarquizarlos de mejor manera.

1.7.3.2 Observación indirecta:

Este tipo de observación documental realizaremos mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes gubernamentales, estadísticas, etc... Mediante este tipo de observación, nos permitirá ponernos en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna nos favorecerá enormemente, teléfono, Internet.

1.7.3.3 Observación científica:

Este tipo de observación la efectuaremos en el lugar donde el fenómeno o problema se presenta, es decir en el Recinto Olmedo en la Provincia del Guayas; lo que permitirá describir tal y como sucede en la realidad las actividades y procedimientos que efectúa el micro agricultor.

1.7.3.4 La técnica de la encuesta:

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella recogeremos información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con las actividades de fincas.

1.7.3.5 La técnica de la entrevista:

La entrevista es una técnica de investigación que consiste en recoger información oral, en una forma personal y directa; nos permitirá obtener información, de parte de

los directivos y empleados sobre aspectos relacionados con el servicio y la atención.

1.7.3.6 La técnica de la lectura científica:

Es la técnica de investigación secundaria que nos permitirá recoger información de tipo bibliográfico, la que encontramos en abundancia, información que nos permitirá recopilar y fundamentar nuestras ideas y teorías sobre el diseño de las mejores estrategias comerciales para aplicar a las fincas integrales.

1.7.4 Tratamiento de la información:

La información recopilada, para la presente investigación, "Desarrollo de Fincas Integrales Autosuficientes en el Recinto Olmedo" será ordenada por separadas de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento de las entrevistas y observaciones que se efectuarán en la comunidad, se procederá a recopilar la información y a elaborar cuadros estadísticos que resuman la información de la población, nivel educativo, nivel de desocupación entre otros aspectos a través de tablas y graficas, se utilizará diferentes técnicas estadísticas y diagramas .

CAPÍTULO 2

2.- ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

2.1. Análisis de la situación actual.

2.1.1 Estudio del Mercado

A pesar que se mantienen las bases de los primeros métodos de cultivo de producción de frutas y legumbres, el fortalecimiento de estrategias competitivas que ayuden a que los productos sean comercializados en el mercado son escasos o nulos.

La comuna de Olmedo forma parte de la parroquia Juan Gómez Rendón Progreso Del cantón Guayas es parte de la zona ecológica llamada como matorral de tierras bajas. Su núcleo de asentamiento se ubica a la altura del Km 76 de la carretera Guayaquil-Santa Elena a unos 50 metros de la misma.

En la comuna residen de forma permanente unas 210 personas mientras que se declara que con las que viven temporalmente (fines de semana y temporada vacacional) ascienden a 380. La mayoría de las personas que viven temporalmente se desplazan hacia Guayaquil, Libertad o Salinas en busca de trabajo. Se pudieron contabilizar alrededor de 96 casas de las cuales 36 son habitadas temporalmente, y se espera que en aproximadamente 2 años más se construyan 49 viviendas a través del Proyecto de MIDUVI.

Actualmente la mayoría de los habitantes están afiliados a la comuna debido a que el Gobierno entrega beneficios a través de dicha organización, como bonos, préstamos, ayudas comunitarias, alumbrado público, caminos de acceso al pueblo y muy pronto se instalará la red de agua potable.

Mediante una investigación de campo se logró recopilar información para realizar el análisis FODA que permitirá conocer las Fortalezas con que cuenta el sector, las Debilidades que poseen, Oportunidades y Amenazas propiamente establecidas.

A continuación se identifican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector.

2.2 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

La seguridad, tranquilidad y atención percibida por la comunidad del Recinto Olmedo es muy buena.

1. Medios de transporte permiten que las personas lleguen al pueblo sin ningún problema por ejemplo las líneas Libertad Peninsular y el transporte Costa Azul.
2. Recursos Naturales de gran singularidad.
3. Técnica de cultivo ya establecidos.
4. La población tiene predisposición para contribuir a la realización del proyecto con su mano de obra .

Oportunidades

1. Nuevos ofrecimientos por parte de las autoridades cantonales y provinciales para mejorar los servicios básicos e infraestructura de carreteras.
2. Posibilidad de crecimiento en el cultivo en sus fincas.

Debilidades

1. Infraestructura sin maduración
2. Escasa investigación científica
3. Falta de programas de capacitación para los trabajadores
4. Pobre posicionamiento en el mercado

Amenazas

1. Dificultades de acceso a créditos
2. Falta de apoyo gubernamental
3. Presencia de fenómenos climáticos.

2.3. Análisis de la Industria Agrícola en el Recinto Olmedo

COSECHA

Los objetivos de la cosecha consisten en recoger el producto del campo, con un nivel adecuado de madurez, con un mínimo de daño y pérdida, a la brevedad posible y con un mínimo de costo. El período de siembra ocurre durante los meses de junio a agosto para cosechar de febrero a junio.

La planta tiene un desarrollo vegetativo que lleva entre tres y cuatro meses, dependiendo de la variedad, posteriormente alcanza su período de madurez e inicia la floración; cinco meses después se empieza a cosechar, alrededor de los diez meses en adelante la producción es continua. Para el primer año se presenta un crecimiento continuo, lo que indica requerimientos nutricionales constantes, sobre todo que al inicio la producción tiende a incrementarse mes a mes.

El manejo de la cosecha requiere de una buena planificación de la producción para asegurar que la madurez del cultivo coincida con la demanda del mercado. Es importante también una comunicación continua con los compradores para conocer sus intenciones de compra y para informarles sobre cuando se espera cosechar y la calidad del producto esperada.

La eficiencia de la operación de cosecha depende de la disponibilidad de mano de obra calificada y la adopción de métodos adecuados de cosecha. Los cosechadores deben ser instruidos y entrenados en las técnicas de cosecha. La capacitación y supervisión de la mano de obra son críticas para una cosecha exitosa. Esto es de especial importancia si el producto es cosechado y empacado en el campo en cuyo caso el cosechador realiza, además, las labores de selección y clasificación para lo cual debe contar con el conocimiento necesario. Se requiere capacitación tanto en aspectos generales como en técnicas específicas de cosecha relacionadas con la selección de la madurez, método de desprendimiento, mantención del equipo, higiene y división del trabajo. El personal con mayor experiencia debe realizar las tareas de cosecha mientras que los trabajadores menos experimentados trasladan el producto a los puntos de recolección. Si los cultivos son relativamente inaccesibles,

como los árboles viejos de mango, los recolectores que se suben a los árboles deben ser muy cuidadosos con el fin de cosechar la fruta sin dañarla. Siempre que sea posible se recomienda minimizar el tamaño del árbol por medio de la densidad de plantación, técnicas de poda y selección de cultivares.

A cada persona deberá proporcionársele los equipos y herramientas adecuados para cada caso específico, las instrucciones claras para su manejo y la capacitación para su mantención. Estas personas serán responsables de mantener los cuchillos y tijeras limpias y afiladas y mantener en buen estado otros equipos como cajas, pértigas, redes y bolsas. Los cuchillos y tijeras sucias son fuente de contaminación de patógenos.

El producto cosechado debe ser manejado con sumo cuidado para minimizar el daño físico, evitando dejar caer el producto desde lo alto y el llenado excesivo de las cajas cosecheras y asegurándose que éstas sean del diseño y material convenientes. El Cuadro 5 muestra el daño que puede ocasionarse aún cuando el producto se deje caer de una altura relativamente corta.

Altura de caída	Fruto magullado	Severidad de la magulladura
Cm	%	grado
0	0	0
10	40	0.6
15	44	0.6
23	56	1.0
30	78	1.2
41	100	1.3

Cuadro 5 . Efecto de la altura de caída en la incidencia y severidad del daño por magulladura (Grado en escala del 0 al 5 en la que 0 = sin daño y 5 = no comercializable). Adaptado de: (Kader, A.A., 1992).

Inmediatamente después de la cosecha, el producto debe colocarse bajo sombra; por ningún motivo debe permanecer expuesto directamente a la radiación solar y su traslado al centro de acopio o de selección y empaque debe hacerse a la brevedad posible. Se recomienda efectuar la cosecha temprano en la mañana para aprovechar la baja temperatura y alta humedad relativa del ambiente que favorecen la conservación del producto. Debe cosecharse solamente producto sano y de

calidad óptima. El Cuadro 9 muestra las principales causas de pérdidas durante la cosecha y pos cosecha de frutas.

Cosecha	<ul style="list-style-type: none"> - Personal no calificado - Estado de madurez inadecuado - Selección deficiente del producto - Cajas cosecheras inapropiadas - Daño mecánico - Momento inoportuno de cosecha - Período excesivo de cosecha - Exposición del producto al sol - Permanencia excesiva del producto cosechado en el campo - Condiciones sanitarias deficientes
Transporte al centro de empaque	<ul style="list-style-type: none"> - Vehículos inadecuados - Caminos en mal estado - Acomodo inadecuado del producto - Producto desprotegido
Preparación del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura y equipos deficientes - Selección inadecuada - Daño mecánico por manipuleo inadecuado o excesivo - Empaque inapropiado - Falta de enfriamiento rápido - Sanidad deficiente
Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura y equipos deficientes - Manejo deficiente de la temperatura y humedad relativa - composición atmosférica y ventilación - Daño mecánico por manejo inapropiado del producto - Cargas mixtas de productos incompatibles - Discontinuidad en la cadena de frío - Deterioro patológico
Transporte al puerto de embarque	<ul style="list-style-type: none"> - Retrasos excesivos - Vehículos inadecuados - Sistema vial deficiente - Acondicionamiento inadecuado del producto
Embarque y despacho del Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura inadecuada de puertos y aeropuertos - Retrasos excesivos en aduanas - Producto en condiciones adversas - Capacidad de bodega limitada

Cuadro 9 Principales causas de pérdidas durante la cosecha y pos cosecha de frutas.

2.3.1 Nombre científico: **Carica papaya**

Nombres comunes: Fruta bomba (Cuba), melón zapote y papaya (México), lechosa, chamburo y papaya (Colombia, República Dominicana, Venezuela), mamão (Brasil), papaw, paw paw y papaya (EEUU), papaye (Francia).

2.3.2 Características del producto

El fruto de la papaya es una baya ovoide, cuya forma varía de casi esférica a oblonga o periforme. Posee una cavidad cuyo tamaño puede ser pequeña o mayor

que la mitad del diámetro del fruto. Esta cavidad contiene las semillas que pueden ser muy numerosas o prácticamente no existir. La pulpa es de color amarillo anaranjado o rojizo, succulento y aromático, de sabor agradable y dulce (Anexo Figura 1). El látex de la fruta inmadura posee una enzima, la papaína, de naturaleza proteo lítica, utilizada para ablandar carnes, para aclarar bebidas y para fines medicinales e industriales.

La fruta madura contiene alrededor de 85 % de agua, 10 a 13 % de azúcares, 0.6 % de proteínas, es rico en vitamina A y contiene cantidades adecuadas de vitaminas B1, B2 y C (Cuadro 1). La papaya es una fruta climatérica lo que quiere decir que la maduración continúa después de cosechado, produciendo cantidades significativas de etileno, conjuntamente con la presencia de un alto ritmo respiratorio. La fruta no madura cuando se cosecha muy inmadura. Después de la cosecha, la fruta es muy susceptible a los daños físicos y al deterioro en general por lo que su manejo tiene que ser muy cuidadoso.

2.3.3 Factores de pre cosecha

Antes de la cosecha, las características y calidad de la fruta de la papaya dependen en gran medida de la forma en que fue cultivada. El tamaño, color de la pulpa, textura y tamaño de la cavidad del fruto van a depender principalmente de la variedad de papaya cultivada, la forma va a estar influida por su procedencia de una flor femenina o hermafrodita y las deficiencias nutricionales producen algunas alteraciones en el aspecto y calidad de la fruta, por ejemplo la deficiencia de boro produce una serie de protuberancias en la fruta que afectan seriamente su calidad y presentación. El ataque de insectos y la incidencia de enfermedades también afectan sensiblemente la calidad y presentación de la fruta. La obtención de frutos de tamaño y calidad, adecuados para los mercados nacionales y de exportación, son el resultado de un buen manejo del cultivo (Anexo fig.2).

Riego

La cantidad de agua y la frecuencia en la aplicación del riego, se ve supeditado a las variaciones de clima que se presentan en las diferentes zonas y meses de la estación seca, dado que son variables en número y cantidad las precipitaciones eventuales en ésta época, también influyen la intensidad del viento, la luz y la temperatura; el tipo de suelo es otra variable importante así como la edad de la planta. Por tales razones no existen normas establecidas, pero en términos generales debe tomarse en cuenta que las plantas muy jóvenes por su rápido crecimiento y escaso sistema radical necesitan mayor frecuencia de riegos, mientras que las plantas adultas con un ritmo de desarrollo menos acelerado y mayor facilidad de absorción por su volumen radical resultan menos exigentes. Las primeras horas de la mañana o al final de la tarde, así como el riego por aspersión abajo de las hojas son lo más recomendable.

Lo que normalmente se ha utilizado con buenos resultados son dos riegos por semana para plantas jóvenes; por su parte, se conoce el caso de plantas adultas que satisfacen sus necesidades hídricas con la aplicación de siete litros de agua cada diez días, se hace la salvedad de que el suelo contenía alrededor de 30 % de arcilla, pero sirve para manifestar que sus requerimientos son menores; sin embargo, deben tomarse en cuenta todas las consideraciones anteriores y conocer bien la zona de producción para adaptarse a ella. No puede olvidarse que una sequía prolongada reduce la cosecha, aún más, esta condición puede llegar a provocar un aumento en la cantidad de flores masculinas o estériles en plantas cuya identidad sexual no es estable.

2.3.4 CRITERIOS DE CALIDAD

La calidad de la fruta de la papaya depende de su estado sanitario y de su aspecto en general (Anexo Fig. 3). La fruta no debe contener daños y defectos objetables desde el punto de vista comercial y sanitario. Su madurez deber ser tal que permita su comercialización en un tiempo razonable y que satisfaga los requerimientos del consumidor.

Además se trabajará según lo establecido por las normas ISO

2.3.5 OPERACIÓN DE COSECHA

La papaya se cosecha manualmente, siendo suficiente una ligera torsión para que se desprenda de la planta; sin embargo, esto puede ocasionar desgarramiento y heridas en el punto de desprendimiento de la fruta, por lo que se recomienda utilizar una cuchilla curva para cortar el pedúnculo del fruto. El pedúnculo. se deja inicialmente largo pero después es necesario recortarlo dejando unos 5-10 mm de longitud. La cuchilla de cosecha se debe desinfectar frecuentemente para evitar la diseminación de enfermedades. La fruta cosechada debe ser colocada de manera cuidadosa en una caja de madera o plástico acolchada para su traslado al centro de empaque (Anexo Fig. 4 y 5).

La operación de cosecha se facilita trabajando en pareja. Así, una de las personas se encarga de separar la fruta del árbol, entregándola al segundo operador quien se ocupa de acomodar adecuadamente la fruta en los recipientes de cosecha.

La fruta cosechada debe ser transportada lo más rápido posible al centro de selección y empaque o a los centros de distribución y consumo, evitando exponerlos directamente a los rayos del sol y protegiéndolos de las inclemencias del tiempo, antes y durante su transporte.

Debido a la fragilidad de la cáscara y del fruto en general, la papaya debe ser manejada con mucho cuidado para evitar cualquier daño físico. Los golpes, magulladuras, abrasiones y cortes, incrementan el ritmo de maduración y deterioro fisiológico y patológico del producto cosechado desmereciendo su calidad comercial.

2.3.6 Índice de Madurez

La papaya se cosecha tomando en consideración el color de la cáscara y en función de la distancia al mercado. La fruta puede ser cosechada desde el estado verde-maduro. En este estado de madurez la fruta ha alcanzado su máximo desarrollo, la cáscara es dura y de color verde claro y se encuentra bien adherida a la pulpa que cambia de color blanco a ligeramente amarilla o rojiza, dependiendo de la variedad y las semillas se tornan negras porque fisiológicamente han madurado. Para envíos de exportación las papayas se cosechan generalmente al estado «pintón» en el cual la cáscara es de color verde claro con un ligero desarrollo de color amarillo (menos de 1/4 de la superficie del fruto) en el extremo de inserción de la flor. A medida que se incrementa el color de la cáscara, la pulpa se vuelve más colorida y se torna más suave y aromática. Cuando toda la superficie de la fruta es de color amarillo y aparecen pequeñas manchas de color café, el fruto entra en la etapa de la sobre maduración iniciándose su deterioro. Si bien la cosecha al estado verde-maduro asegura una mayor vida útil de pos cosecha del producto, la dificultad que existe para diferenciar un fruto verde-maduro de uno inmaduro hace difícil la utilización de este índice de madurez en la práctica.

Frutas cosechadas inmaduras no maduran normalmente con posterioridad, la fruta no desarrolla aroma ni dulzura normales, se deshidrata fácilmente y presenta mal aspecto; todo lo cual hace que pierda su valor comercial. Frutas cosechadas más maduras (1/4, 1/2 y 3/4 de amarillo) tienen una vida de pos cosecha menor por lo que sólo pueden ser comercializadas en el mercado interno (Anexo Fig. 6). Otros índices de madurez complementarios al color son la textura y el contenido de sólidos solubles (11.5% mínimo). Se recomienda determinar estos índices para las variedades cultivadas en la localidad ya que sus valores pueden variar por las condiciones ambientales y del cultivo.

2.4 ESTUDIO DE LAS FUERZAS DE PORTER EN FINCAS INTEGRALES AUTOSUFICIENTES

El presente trabajo desarrolla el análisis del sector agrícola en el Recinto Olmedo, bajo el Modelo de las Cinco Fuerzas de Michael Porter, en donde se aborda cada uno de sus componentes en el contexto de Fincas Integrales.

1. RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS

Existen competidores pequeños cercanos al Recinto Olmedo con el cultivo de papaya, los principales se encuentran ubicados en los Recintos de Villingota, Buenos Aires, Zapotal, y en una escala menor en Juan Gómez Rendón Progreso.

2. ENTRADA POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES

Los nuevos competidores que ingresan en el mercado traen consigo una nueva capacidad de producción, el deseo de tener un lugar seguro en el mercado, y en ocasiones, considerables recursos.

Debido a que existen bajas barreras de entrada y un alto volumen de vendedores informales, las presiones competitivas por lo general se dan por precio.

Nuestra compañía competirá por otros atributos por lo cual no participaremos en una guerra de precios, que no suele ser lo más conveniente.

3. DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos son, en general todas las frutas que son similares o suelen asimilarlas con la papaya, ejemplo babaco (Anexo Fig. 7), cabe recalcar que, no sólo se está considerando el mercado de las frutas frescas sino también el resto de mercado que aplica sus diferentes usos como la papaya deshidratada, mermelada de papaya, jarabe de papaya, papaya confitada, néctar de papaya o jugos de papaya, sin embargo no presentan las características de frescura, calidad, sabor y presentación que puede ofrecer la fruta fresca.

4. ANALISIS DE LOS CONSUMIDORES

Consumo responsable

En las últimas décadas, los consumidores han visto decrecer sistemáticamente su poder adquisitivo, viéndose obligados, frecuentemente, a adquirir bienes y servicios de menor calidad y con precios fijados por las grandes tiendas de autoservicio y otros intermediarios.

Al mismo tiempo, somos los consumidores quienes tenemos en nuestras manos la capacidad para influir en nuestro entorno. Una manera para empezar a ejercer dicha capacidad es a través del consumo consciente o consumo responsable, que implica tomar decisiones informadas respecto a qué productos compramos y cuáles son las repercusiones sociales y ecológicas de dichas compras.

Cada uno de nosotros tenemos la capacidad de influir en nuestro entorno de distintas maneras, algunas de las cuales pueden favorecer la conservación de la biodiversidad y la mejora en el nivel de vida de los campesinos del país, y otras que propician una lógica de mercado donde lo único que importa es aumentar las ganancias de las grandes empresas sin reparar en las consecuencias sociales y ecológicas que puedan causar.

Al comprar cualquier bien o servicio, el consumidor entrega una cantidad específica de dinero, el cual es usado por la compañía productora para volver a empezar un nuevo ciclo de producción, aumentando a dicho ciclo, las ganancias obtenidas durante el ciclo anterior. Así, las "ganancias" que se obtienen por nuestras compras cotidianas pueden ser usadas para fomentar prácticas que promueven la justicia social y la conservación ecológica o prácticas que dañan al medio ambiente y refuerzan diversas prácticas de explotación humana. En este apartado hablaremos sobre estos puntos en relación al consumo responsable o consumo consciente.

Contexto Actual

El movimiento de consumo responsable surge a partir de las repercusiones económicas, ecológicas y sociales que ha traído consigo la política neoliberal, la cual

se caracteriza por la apertura de mercados, el predominio del capital y la exaltación del consumo.

Consumo responsable vs consumismo

El consumismo se fundamenta en la lógica de acumulación y competencia, en la que se fomenta el culto a la imagen individual y que ha ido gestando verdaderas generaciones acostumbradas a “usar y tirar”. Además la promoción de un producto o servicio se hace usando una cuidadosa selección de la información que se presenta al consumidor, resaltando cualidades reales e imaginarias de los productos, al mismo tiempo que oculta otro tipo de información, como algunas repercusiones ambientales (contaminación) o procesos agroindustriales (como en el maíz transgénico por ejemplo).

Para contrarrestar este fenómeno, el consumo responsable parte de la premisa de que al momento de elegir de manera informada sobre los productos y servicios que adquirimos, podemos influir en el mercado, es decir, en las nuevas tendencias de consumo que son permanentemente monitoreadas por muchas empresas chicas y grandes.

Esto significa que a partir de nuestro ejercicio individual de compra y la paulatina conformación de una cultura de consumo responsable, nos será posible contribuir a la protección del ambiente y a la mejora de las condiciones de vida y laborales de miles de personas, al decidir a quién le entregamos nuestro dinero. Esto es posible porque al estar crecientemente informados, tendremos más elementos para preferir un artículo producido con prácticas responsables sobre otros que buscan la reducción de sus costos con prácticas y tecnologías dañinas para el ser humano y para el planeta.

Cause Related Marketing (CRM) o Marketing Relacionado con la Causa. La decisión de que ciertas empresas estén preocupadas por los productos y servicios que brindan, puede explicarse como un paso concreto dentro de una estrategia más amplia conocida como “Cause Related Marketing” (CRM) o marketing relacionado con una causa.

Por otro lado debe resaltarse que, si bien dicha estrategia está encaminada a incrementar las ventas con el uso de argumentos no comerciales, sobre todo dentro de un segmento de mercado particularmente leal, también se caracteriza por una estricta inspección por parte de terceros, quienes certifican públicamente, por medio de un logotipo, que las empresas en efecto cumplan con aquello que ofrecen a los consumidores a través de la venta de un producto, como un mejor pago a los agricultores por su cosecha, la eliminación del uso de productos dañinos para la salud o el medio ambiente, etc., al mismo tiempo que se aseguran de que los beneficiarios finales de tales acciones sean realmente aquellos a quienes se dice apoyar.

5. ANALISIS DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores no tienen influencia de negociación en cuanto al precio, ya que nosotros producimos las frutas, sin embargo es necesario contar con quienes nos van a contribuir con el envase y diferentes herramientas utilizados para la producción de papaya.

A continuación mencionamos los proveedores:

VENOTI S. A.

Convertidores de cartón corrugado. Cajas de cartón, divisiones, empaques corrugados, embalajes, troqueladas (Anexo Fig.9)

Debido a la sensibilidad de la fruta el tipo de empaque será a través de gavetas que ayudarán a que las frutas no se descompongan y se mantengan frescas. Nuestro proveedor será Venoti S.A. que es una empresa convertidor de cartón corrugado, cajas de cartón, divisiones, empaques corrugados, embalajes y troqueladas ubicada en la ciudad de Guayaquil en el Km. 5 vía Daule Ave. 2da. y calle Primera Mapasingue Oeste.

Proveedores de Maquinaria y Equipo para el sistema de riego en el proceso de cosecha.

Artículos de plásticos para empaque debido a que la papaya es muy sensible es necesario protegerla

Proveedores de etiquetas y artículos de cartón para empaque.

2.5 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas

2.5.1 Estudio de Precios

Para ingresar a competir en el mercado usaremos la siguiente estrategia:

2.5.2 Estudio de Comercialización

Pese a que nos encontramos en un mundo moderno en un mundo cambiante, la situación de comercialización de estos productos no ha cambiado se sigue comercializando en condiciones antihigiénicas, existiendo un total desorden, no se maneja ningún tipo de contabilidad, etc. La estrategia comercial que se defina para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales: el producto, el precio, la promoción y la distribución. Decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto.

A partir de la presente propuesta se comercializará productos orgánicos de calidad, limpios, sanos, con un peso completo, y protegidos por una envoltura plástica. Analizar cómo se comercializa actualmente el producto y como se lo hará a partir del proyecto.

2.5.3 Posicionamiento del Producto en el Mercado:

Las ganancias que da un producto, dependen de la capacidad de los gerentes para atraer la atención sobre el producto y diferenciarlo favorablemente de otros similares. De ahí la necesidad de crear una imagen del producto. Se identifica la siguiente estrategia de posicionamiento:

2.5.4 Posicionamiento en relación con una clase de productos o con un atributo; algunas veces, la estrategia de posicionamiento de una empresa requiere relacionar el producto con una clase de productos o con un atributo.

Ésta estrategia, se aplica en la propuesta ya que el producto se posicionará mediante los siguientes atributos:

Marca que sugiera el producto, sus beneficios y su empleo, que sea fácil de pronunciar y recordar, que distinga al producto y finalmente que se pueda registrar.

Empaque que proteja el producto en su camino al consumidor, que aumente la aceptación y buena imagen de la comunidad, y ayude a persuadir a los usuarios para que compren el producto. Para nuestro caso se define como empaque, fundas plásticas donde se protegerá el producto del polvo u otros contaminantes.

Calidad pues se ofrecerán productos seleccionados, frescos, sanos, limpios y con un peso justo y se capacitará a las personas que sean destinadas para este tipo de actividad.

2.6 Certificación ISO 14001

La certificación es el procedimiento mediante el cual una tercera parte diferente al productor y al comprador asegura, por escrito, que un producto, un servicio o un proceso, cumple con los requisitos especificados.

Por esta razón, constituye una herramienta valiosa en las transacciones comerciales nacionales e internacionales. Es un elemento insustituible para generar confianza en las relaciones cliente-proveedor. Entre los múltiples beneficiados con las certificaciones se encuentran los gobiernos, las industrias y los consumidores.

Para los gobiernos, la certificación asegura que los bienes y servicios cumplen requisitos obligatorios relacionados con la salud, la seguridad, el medio ambiente, etc. Y sirve como medio de control en el comercio exterior entre los países.

Igualmente es una herramienta para la evaluación de proveedores en procesos contractuales y para verificar que el bien adjudicado en un proceso licitatorio cumple los requisitos establecidos en los pliegos de condiciones.

Para el sector industrial, la certificación le permite demostrar el cumplimiento de los requisitos establecidos en los acuerdos contractuales o que hacen parte de obligaciones legales, mientras que para el consumidor la certificación le permite identificar productos o servicios que cumplen con los requisitos, o proveedores confiables.

El impacto medioambiental se está convirtiendo en un asunto importante en todo el globo. La presión para minimizar ese impacto procede de muchas fuentes: gobiernos locales y nacionales, organismos reguladores, asociaciones sectoriales, clientes, y empleados.

La certificación ISO 14001 tiene el propósito de apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier organización del sector público o privado. Fue creada por la Organización Internacional para Normalización (International Organization for Standardization - ISO), una red internacional de institutos de normas nacionales que trabajan en alianza con los gobiernos, la industria y representantes de los consumidores.

Lo que contiene ISO 14001:

- Requisitos generales
- Política medioambiental
- Planificación de implantación y funcionamiento
- Comprobación y medidas correctivas
- Revisión de gestión

2.7 Sistema HACCP

El sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), es un enfoque sistemático para identificar peligros y estimar los riesgos que pueden afectar la inocuidad de un alimento, a fin de establecer las medidas para controlarlos.

Se trata de un sistema que hace énfasis en la prevención de los riesgos para la

salud de las personas derivados de la falta de inocuidad de los alimentos, el enfoque está dirigido a controlar esos riesgos en los diferentes eslabones de la cadena alimentaria, desde la producción primaria hasta el consumo final.

Principios del Sistema HACCP

La aplicación del Sistema HACCP en el procesamiento de alimentos y bebidas de consumo humano se sustenta en los Siete (7) Principios siguientes:

- Principio 1: Enumerara todos los peligros posibles relacionados con cada fase; realizar un análisis de Peligros y determinar las medidas para controlar los peligros identificados.
- Principio 2: Determinar los Puntos de Control Críticos (PCC).
- Principio 3: Establecer el Límite o los Límites Críticos (LC) en cada PCC.
- Principio 4: Establecer un sistema de vigilancia del control de los PCC.
- Principio 5: Establecer las medidas correctoras que han de adoptarse cuando la vigilancia indica que un determinado PCC no está controlado.
- Principio 6: Establecer procedimientos de verificación o de comprobación para confirmar que el Sistema HACCP funciona eficazmente.
- Principio 7 Establecer un sistema de registro y documentación sobre todos los procedimientos y los registros apropiados para estos principios y su aplicación.

Contenido del Plan HACCP

- 1) Nombre y ubicación del establecimiento productor
- 2) Política sanitaria y objetivos de la empresa, compromiso gerencial.
- 3) Diseño de la planta.
- 4) Integrantes y Funciones del Equipo HACCP.
- 5) Descripción del producto.
- 6) Determinación del uso previsto del alimento
- 7) Diagrama de Flujo
- 8) Análisis de Peligros. (Principio 1)

- 9) Puntos Críticos de Control - PCC. (Principio 2)
- 10) Límites Críticos para cada PCC. (Principio 3)
- 11) Sistema de Vigilancia de los PCC. (Principio 4)
- 12) Medidas Correctoras. (Principio 5)
- 13) Sistema de Verificación. (Principio 6)
- 14) Formatos de los registros. (Principio 7)

Ventajas

Existen claras ventajas relacionadas con la certificación y aprobación basadas en el análisis de riesgos y puntos críticos de control.

- Permite demostrar el compromiso con la inocuidad de los alimentos.
- Transmite un grado de confianza exigido por los consumidores, minoristas y compradores del sector alimentario.
- Proporciona a los compradores, consumidores, organismos ejecutivos gubernamentales y cámaras de comercio una garantía justificada de que se han implementado sistemas de control para asegurar la producción segura de los alimentos.
- Se basa en las normas y directrices del Codex Alimentarius, reconocido internacionalmente, así como en otras normas nacionales.
- Las evaluaciones periódicas ayudan a supervisar continuamente el sistema de seguridad alimentaria.

Programa de Capacitación y Entrenamiento

El fabricante deberá describir su programa de capacitación y entrenamiento, considerando que éste debe ser continuo y estar dirigido tanto al Equipo HACCP como al personal directamente involucrado en las operaciones y procesos.

La capacitación debe incluir como mínimo los siguientes temas:

- a) Los temas relacionados con el ítem a) del Artículo 6° de la presente norma.
- b) Principios Generales de Higiene de los Alimentos y Bebidas

- c) Higiene y Saneamiento.
- d) Rastreabilidad.
- e) Epidemiología de las enfermedades transmitidas por los alimentos.
- f) Aplicación de aspectos de microbiología de alimentos.
- g) Aspectos tecnológicos de las operaciones y procesos.
- h) Los principios y pasos para la aplicación de HACCP.
- i) Otros pertinentes.

El entrenamiento del personal, incluirá como mínimo los siguientes temas:

- a) Prácticas de Higiene de los Alimentos.
- b) Operaciones de Control de los Límites Críticos para cada Punto Crítico de Control (PCC).
- c) Uso y mantenimiento de instrumentos y equipos.
- d) Operaciones de higiene y saneamiento.
- e) Otros pertinentes.

3. Resultados (En relación a los objetivos e hipótesis)

Técnicas de Recolección de Datos

Para la investigación fue necesario aplicar las siguientes técnicas:

Encuesta. Se aplicó a la comunidad del Recinto Olmedo de acuerdo al formato establecido y que consta en anexos.

Población y Muestra

La población Universo para esta investigación se la tomara de una muestra la misma que está conformada por 50 casas objeto de estudio

Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la Población existente. El tamaño de muestra requerida para estimar este parámetro p , con un límite para el error de estimación B , basados

en un muestreo aleatorio simple, que se determinará por la siguiente ecuación¹ para población finita:

$$n = \frac{Z^2 pq x N}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

Para lo cual es necesario conocer el significado de las variables de la ecuación, ampliándolas al estudio y parámetros que se desea estimar:

- n = Total de datos de la muestra
- N = Tamaño total de la Población (380)
- P = Probabilidad de que el evento ocurra (50%)
- q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)
- Z = Nivel de significancia (constante igual a 2)
- e = error de estimación (máximo 0.08)

$$n = \frac{2^2 (0.50)(0.50) 380}{(380 - 1)0.08^2 + 2^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 110 \text{ encuestas}$$

Aplicando los datos conocidos a la formula indicada, obtendríamos una muestra de 110 encuestas a realizar.

¹ “Elementos de Muestreo” de Scheaffer, Mendenhall y Ott, versión en español de la tercera edición, capítulo 3. Pág. 27 – 29.

Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

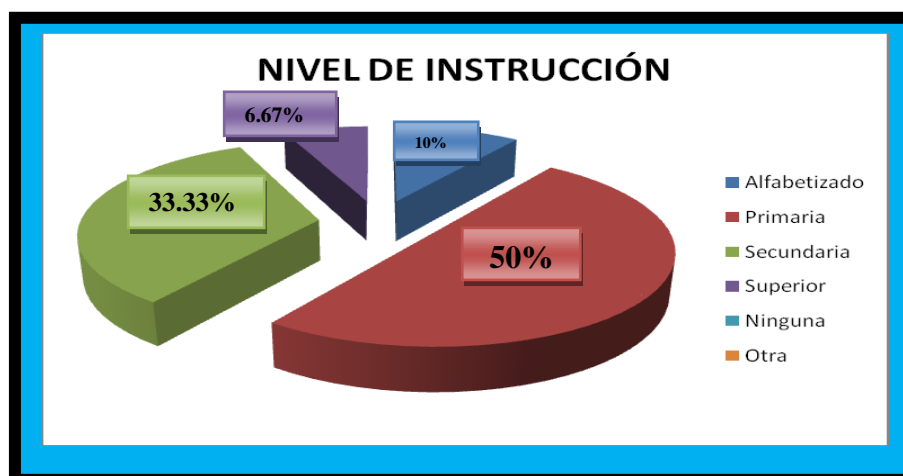
1.- ¿Señale el nivel de instrucción?

CUADRO # 1

INSTRUCCIÓN

NIVEL DE INSTRUCCIÓN		
NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alfabetizado	3	10,00
Primaria	15	50,00
Secundaria	10	33,33
Superior	2	6,67
Ninguna	0	0,00
Otra	0	0,00
Total	30	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga/ Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

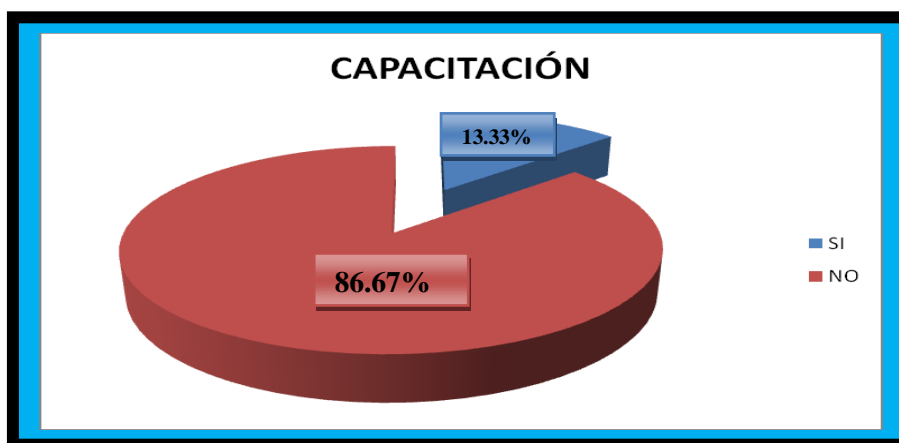
El nivel educativo de la comunidad del Recinto Olmedo se encuentra limitado en su mayoría a una educación primaria, lo que puede ser una debilidad para buscar gestionar y dirigir las instituciones en búsqueda de un crecimiento conjunto.

2.- ¿Ha recibido capacitación por parte de la comuna?

CUADRO # 2
CAPACITACIÓN

CAPACITACIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	13,33
NO	26	86,67
TOTAL	30	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

No existe un interés claro de parte de la comuna en capacitar a los integrantes en ámbitos o áreas ligadas al proceso agrícola, financiero que desarrollan como tampoco se ha dado capacitaciones que permitan fortalecer los puntales de desarrollo personal de su comunidad.

3.- ¿Señale con una X si ha participado en alguna forma de trabajo cooperativo?

CUADRO # 3
PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES COOPERATIVAS

TRABAJO COOPERATIVO		
TIPO DE ACTIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MINGA	24	80,00
ASOCIACIÓN	0	0,00
CLUB	0	0,00
OTRA	1	3,33
NINGUNA	5	16,67
TOTAL	30	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

Los habitantes del Recinto en estudio poseen gran experiencia en labores comunitarias mediante la modalidad ancestral y propia de nuestro entorno como es la minga, índice que podemos considerar como una potencialidad la cual debe ser reforzada con conocimientos de cooperativismo y solidaridad.

4.- ¿Cómo considera la atención del Presidente en su comuna?

**CUADRO # 4
CONSIDERACIÓN SOBRE EL PRESIDENTE**

ATENCIÓN DEL PRESIDENTE		
CARACTERÍSTICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDIFERENTE	0	0,00
ATENTO	30	100,00
INTERESADO	0	0,00
DESCORTÉS	0	0,00
OTRO	0	0,00
TOTAL	30	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

La percepción de la característica primordial que muestra el Presidente durante los últimos años ha sido beneficiosa para la comunidad del Recinto, debido a que se han mejorado y asfaltado la vía de acceso al pueblo, además de contar con servicio eléctrico y ayuda con viviendas.

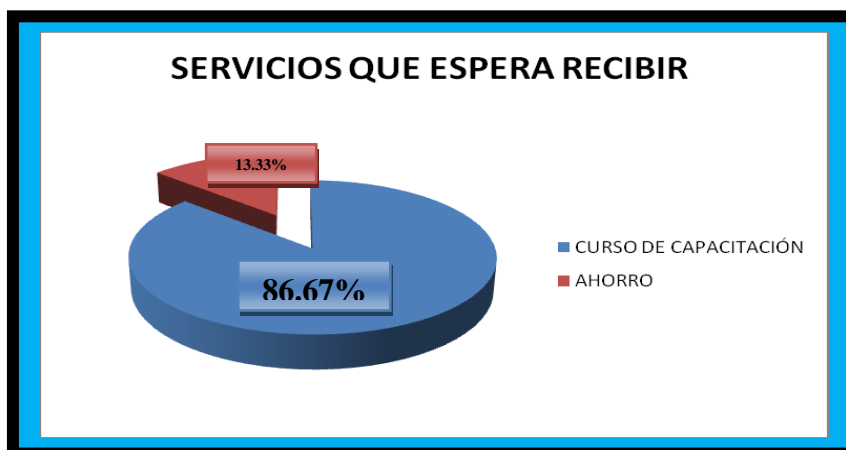
5.- ¿Qué servicios se debería brindar a la comunidad?

CUADRO # 5

SERVICIOS QUE ESPERA RECIBIR

SERVICIOS QUE ESPERA RECIBIR		
TIPO DE SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CURSO DE CAPACITACIÓN	26	86,67
AHORRO	4	13,33
TOTAL	30	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

Es indispensable crear cursos de capacitación que ayuden a la comunidad a utilizar mejor sus recursos existentes, y así ayudar a los habitantes que crezcan en conjunto.

6.- ¿Cree necesario los cursos de capacitación?

CUADRO # 6

DESEOS DE CAPACITACIÓN

CAPACITACIÓN		
CONSIDERCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	30	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

Es imprescindible que se establezca como parte de las actividades de desarrollo institucional programas de capacitación para los habitantes del Recinto Olmedo como aporte institucional al crecimiento familiar.

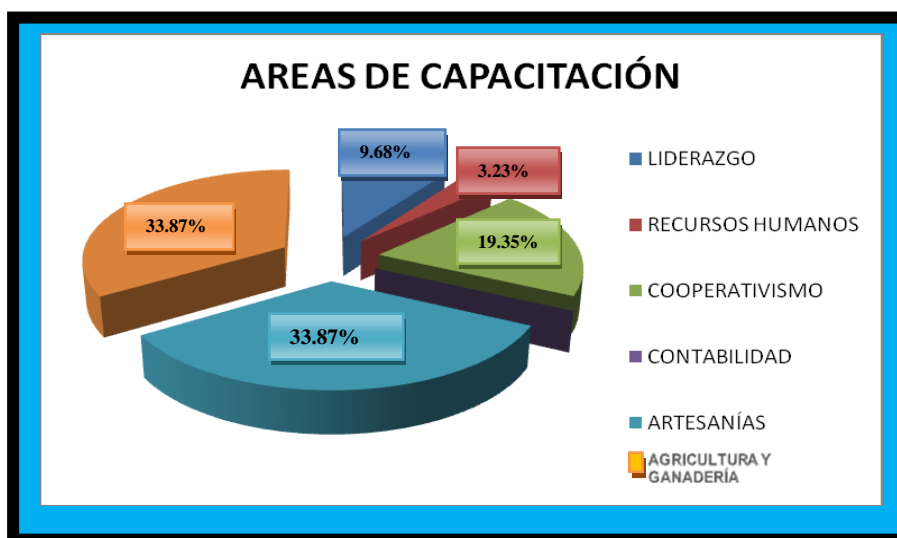
7.- Sugiera las áreas de capacitación que considere necesaria.

CUADRO # 7

ÁREAS SUGERIDAS DE CAPACITACIÓN

ÁREAS DE CAPACITACIÓN		
ÁREAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LIDERAZGO	6	9,68
RECURSOS HUMANOS	2	3,23
COOPERATIVISMO	12	19,35
CONTABILIDAD	0	0,00
ARTESANÍAS	21	33,87
AGRICULTURA Y GANADERÍA	21	33,87
TOTAL	62	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
 Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
 Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

Las actividades de artesanías, agricultura y ganaderías deben ser de conocimiento para los habitantes, mediante programas de capacitación como soporte para el buen uso y mejoramiento del aprovechamiento de las Fincas Integrales dentro del sector.

8.- Edad de los miembros de la familia.

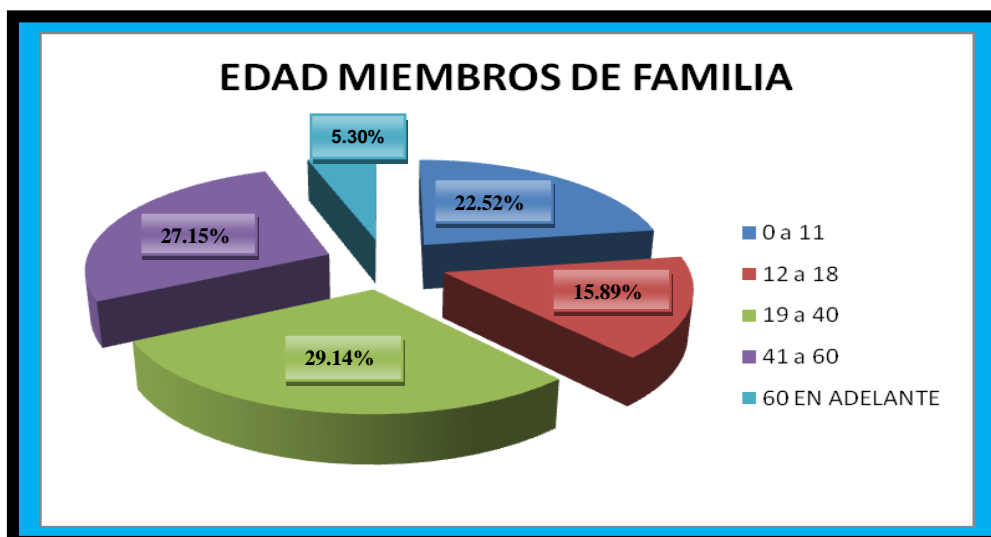
CUADRO # 8

EDAD PROMEDIO

EDAD MIEMBROS DE FAMILIA		
AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-11	34	22,52
12-18	24	15,89
19-40	44	29,14
41-60	41	27,15
60 EN ADELANTE	8	5,30
TOTAL	151	100,00

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010

Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010

Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

Se reconoce que existe una edad promedio entre 19-40 años que es de gran ayuda para la implantación de Fincas Integrales que contribuirán para el desarrollo de la localidad en estudio.

9.- ¿Cuántas plantas de papaya tiene actualmente?

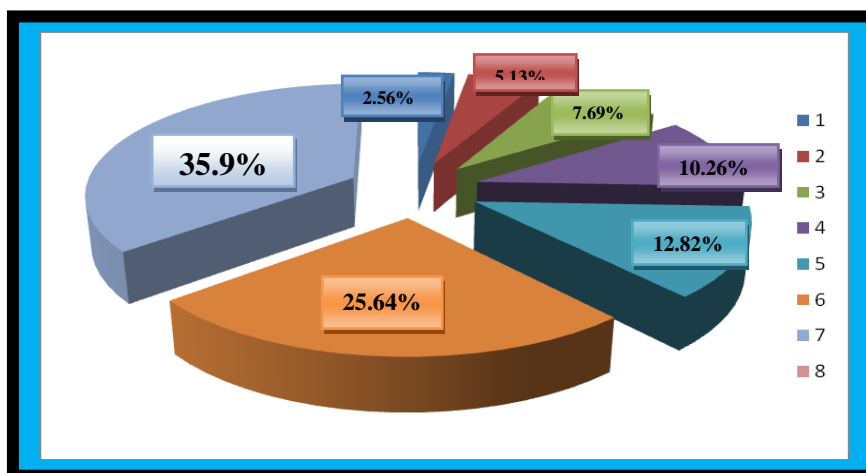
CUADRO # 9

PROMEDIO PLANTAS DE PAPAYA

PROMEDIO PLANTAS DE PAPAYA		
NÚMERO DE CASAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	1	2,56
3	2	5,13
2	3	7,69
2	4	10,26
5	5	12,82
2	10	25,64
1	14	35,9
14	0	0
TOTAL	39	100

Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
 Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

PROMEDIO PLANTAS DE PAPAYA POR CASAS



Fuente: Investigación de campo. Octubre 2010
 Elaboración: Patricia Arízaga / Angie Flores

Se reconoce que hay un alto porcentaje de producción de papaya en los distintos hogares del Recinto Olmedo, lo cual es favorable para seguir con la producción y mejoras de las mismas.

CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS

1. Poseen una gran experiencia en el trabajo comunitario siendo esta una herramienta para realizar y ejecutar algunas actividades encaminadas al desarrollo de los habitantes.
2. No existe un conocimiento claro sobre el manejo de documentos contables siendo este un limitante para un buen desempeño dirigenal, quizá por el desconocimiento de su aplicación no quieren involucrarse como líderes.
3. Es necesario realizar programas de capacitación, para que haya mayores oportunidades y finalmente desarrollar sus habilidades y destrezas.
4. Si consideramos que el nivel de educación de una persona no es un limitante para el desempeño de una función, se debe considerar que esta debe estar capacitada para desenvolverse adecuadamente en las funciones que cumple.

4. Verificación de hipótesis.

Luego de realizado el estudio de las condiciones de funcionamiento interno, control y manejo de recursos, uso y aplicación de normas contables de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación a los sujetos de estudio me permito establecer la siguiente consideración:

“Que la aplicación de un plan de capacitación adecuado permitirá clarificar el uso de los recursos existentes y consecuentemente el fortalecimiento de las mismas”.

Lo indicado permite determinar en forma descriptiva cualitativamente que se ha comprobado la hipótesis planteada en la investigación

CAPITULO 3

3. PROPUESTA DE CREACIÓN

3.1 REQUISITOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PAPAYA EN EL RECINTO OLMEDO

Los requisitos que se necesita para iniciar este negocio son los siguientes:

- ✚ RUC (registro único del contribuyente)
- ✚ Patente de comerciante
- ✚ Pago de Cuerpo de Bomberos
- ✚ Permiso Sanitario
- ✚ Matricula de Comerciante

3.1.1 Objetivo de la comercialización

- Determinar la viabilidad de la Comercialización de la Papaya del Municipio de la Parroquia Progreso en el Recinto Olmedo.
- Determinar la oferta y el Mercado Potencial del Recinto para este producto.
- Determinar estrategias planes de comercialización para los grupos de productores involucrados.

3.1.2 Estrategias de producción

El objetivo básico de este rubro es el de mejorar el rendimiento de la siembra de papaya, tanto en el manejo de cosecha y post cosecha con medidas como:

- ✓ Aumentar el número de hectárea sembradas
- ✓ Uso de semilla certificada
- ✓ Adecuada preparación de los suelos para la siembra
- ✓ Limpiar y abonar las planta en los momentos adecuados

- ✓ Combatir las plagas
- ✓ Llevar cabo el control de maleza

3.1.3 Estrategias de organización

Como se señaló en el estudio, existen pocos grupos de productores en este sector:

La escases organización de los productores y la falta de costumbre de trabajar organizadamente genera atomización de la producción, poca unidad para solucionar problemas y les dificulta tomar acuerdos con otros eslabones de la cadena productiva. La falta de organización debe cambiar radicalmente en este sector para sí obtener el mejoramiento de los productores. Es importante recordar que el bajo nivel organizativo en el recinto limita su poder de negociación. Por lo cual se recomienda las siguientes estrategias:

- ✓ Buscar la formación de un Comité Promotor de la formación de cadena productiva de la papaya.
- ✓ Crear organizaciones locales de productores por comunidad y vocación productiva del cultivo, ya que se facilitaría su organización y la hace más ágiles y flexibles para el logro del propósito.
- ✓ Contar con otras organizaciones productores para la creación del producto.
- ✓ Invitar a más productores a la siembra de la papaya, ya que el mercado local es atractivo.

Visión de la empresa

- ✓ Contribuir al desarrollo de la comunidad en el Recinto Olmedo buscando que sus productos y marcas sean reconocidos por su calidad, innovación y precio justo.
- ✓ Ser reconocida por sus prácticas y actitudes alineadas con la ética y valores humanos.

Misión de la empresa

Somos una empresa eficiente e innovadora, que brinda a sus consumidores productos de calidad garantizada contribuyendo a una adecuada alimentación en los hogares. Estamos comprometidos en ser para nuestros proveedores y clientes el mejor socio estratégico; y para nuestros accionistas una excelente alternativa de rentabilidad sobre el capital invertido. Contribuimos al crecimiento de nuestros colaboradores y al bienestar de la comunidad operando con responsabilidad social.

Ecología

Velar por el medio ambiente es una constante en nuestro trabajo. Las empresas están tomando conciencia de su importancia, cuidando la cadena de insumos, producción y de residuos que puedan generar. En general tenemos la suerte de ser una empresa que trabaja con procesos artesanales y nos ayudan a cumplir mejor con el cuidado de nuestro medio ambiente.

3.2 Condiciones de Localización del Proyecto

El proyecto se desarrollará en el Recinto Olmedo parroquia Progreso, esta zona ha demostrado durante los últimos diez años que reúne las condiciones climáticas y de suelo, necesarias para la producción del cultivo de papaya. La zona cuenta con los servicios y la infraestructura necesaria para llevar a cabo el proyecto.

3.2.1 Introducción

La papaya es un frutal tropical que en los últimos cinco años ha sostenido mayor crecimiento en las zonas guayaquileña. Posee sabor agradable, un alto valor nutritivo al ser una fuente excelente de vitamina C, alto contenido de fibra y folato, que es una vitamina B requerida para la producción de glóbulos rojos normales, además de ser un gran auxiliar para la digestión, la papaya roja es rica en vitamina A. El uso de la papaína como ablandador natural de carnes y en la industria cervecera como clarificador, es una planta de fácil crecimiento y producción temprana de frutos con una tasa interna de retorno rápida y en casos con tecnología adecuada alta, han hecho que la papaya esté cobrando gran importancia en los últimos años.

3.2.2 Morfología y Taxonomía

Familia: Caricáceas

Orden: Parietales

Especie: Carica papaya

Planta: Hierba arborescente de crecimiento rápido, de corta vida, de tallo

Sistema radicular: Muy superficial, lo que condiciona el laboreo del terreno.

Hojas: Alternas, aglomeradas en el ápice del tronco y ramas, de pecíolo largo.

3.2.3 Requerimientos de Tecnología e Ingeniería

Para la implementación de las granjas partiremos del ordenamiento territorial, considerando la ubicación, disponibilidad de recursos, accesos, infraestructuras o mejoras, uso actual y potencial del suelo, entre otros aspectos, luego de ellos elaboraremos un plan de producción con énfasis en la rotación de los mismos así con el asocio necesario entre algunos cultivos, lo cual permitirá obtener productos permanentemente y variados y de la misma manera mantendrá un ingreso económico permanente, se producirán abonos orgánicos sólidos y líquidos, se sembrarán plantas con características repelentes y de igual manera se elaborarán insecticidas orgánicos, para luego todo poder ser utilizados en los cultivos implantados. Así mismo se define la estrategia de la conservación de los recursos naturales con la realización de actividades de manejo y conservación del recurso AGUA – SUELO – PLANTA - HOMBRE

En lo posible se tratará de aprovechar todos los materiales disponibles en la zona para de esta manera poder bajar costos de producción.

3.3 Organización para la ejecución

3.3.1 Estructura Orgánica y Funcional

Estará conformado por dos técnicos quienes harán las veces de coordinadores generales del proyecto, Una contadora, dos promotores y una contadora quienes coordinaran de manera general con los colaboradores para el proyecto.

3.3.2 Estructura y Procesos de Capacitación

Los responsables para la capacitación serán personas contratadas por el proyecto y para esto serán personas que dominen el tema.

3.3.3 Control Financiero

Para el control financiero se tomará un estricto control de todos los egresos e ingresos, todo esto tendrá que justificarse plenamente.

3.4.4 Modalidades de Ejecución

Será de Ejecución Directa

3.4 Marco lógico del Proyecto

3.4.1 Sostenibilidad

- Lograr mejorar la calidad de vida de las familias campesinas, mediante el manejo adecuado de los recursos naturales.
- Al finalizar el proyecto, en el segundo año el 80 % de productores organizados mejorarán su calidad de vida y se habrán capacitado 50% hombres y 50% mujeres en el manejo agroecológico de los recursos naturales.
- Estudios socioeconómicos de la región.
- El 80% de productores aceptan la inclusión de nuevas técnicas de producción agroecológica en cada año.

3.4.2 Propósito

- Lograr incrementar la producción y productividad en el Recinto Olmedo de la Parroquia Juan Gómez Rendón Progreso, mediante la Producción y Comercialización de Productos Agrícolas.
- Se ha implementado un manejo adecuado de los sistemas productivos con tecnología de producción agroecológica.

- A los seis meses de iniciado el proyecto el 70% de las familias implementas huertos orgánicos con prácticas agroecológicas, con tecnologías de reciclaje de subproductos para volver a ser utilizados.
- Cuadernos de campo -Fotografías -Registros de rendimientos -Diagnósticos - Rol de pagos -Planificaciones -Auditorias y veedurías.
- Colaboración total del 95% de las familias beneficiarias del proyecto al finalizar el año, logrando cumplir los objetivos planeados.
- Se logra introducir al mercado productos agrícolas de calidad y en condiciones orgánicas.
- Ventas de los productos principales con valor agregado en mercados locales en donde intervienen tanto hombres como mujeres para cosecha y pos cosecha.

3.4.3 Componentes

- Implementación de plan de producción integral.
- Implementar estructuras para la producción de abono orgánico.
- Establecimientos de plantas con propiedades pesticidas y elaboración de pesticidas naturales.
- Producción de papayas , leguminosas.
- Implementación de sistemas de riego.
- Definición de un plan de negocios con enfoque a cadenas productivas. Comercialización asociativa de productos orgánicos.
- Seguimiento y evaluación de actividades.
- Establecer estrategias de intervención para el aporte a la conservación de los recursos naturales a partir de las granjas.

3.5 Marketing Mix

Para poder dirigir correctamente nuestro producto al mercado potencial, tenemos que es necesario ejecutar una serie de consideraciones de marketing sobre el servicio y en este caso también sobre la imagen, de tal forma que este cumpla con los requerimientos de los potenciales cliente

3.5.1 Definición de la Estrategia de Marketing

Los siguientes programas de las cuatro P's (Producto, Precio, Plaza, y Promoción) se desarrollaron en función de lo que se debe implementar para lograr alcanzar los objetivos del plan Estratégico de marketing, que son:

3.5.2 Objetivos Generales del Plan Estratégico de Marketing

El objetivo del plan de marketing estratégico es crear valor para nuestros clientes potenciales.

Teniendo en cuenta las ventajas competitivas de nuestro producto, orientarlo hacia oportunidades de mercado, desarrollando un plan de marketing periódico con los objetivos de posicionamiento buscados.

Producto

Objetivo General

Reconvertir a los productores de papaya de la zona de recinto Olmedo, de tal forma que sean capaces de producir, en forma organizada, permitiendo desarrollar 21 hectáreas de papaya cultivadas de forma escalonada, con un control estricto en la aplicación de plaguicidas, produciendo calidad primera y segunda de acuerdo a las normas que exige el mercado meta.

Objetivos específicos

- Promover la producción de Papaya en forma escalonada que permita la producción estable durante todo el año y la seguridad del mercado para mejorar los ingresos, rentables de los pequeños agricultores del Recinto Olmedo
- Generar empleo y condiciones para mantener el agricultor en su actividad y evitar que emigren en busca de empleo a otros lugares o la ciudad.
- Aprovechar las características nutricionales, físicas, químicas en los suelos que los hacen óptimas para el desarrollo del cultivo de la papaya.
- Mejorar la tecnología para producir mejor calidad y ser más competitivos en el mercado.
- Consolidar una organización de productores como empresa productora y comercializadora.

Beneficios y Ventajas:

- 🕒 Ayudan a mantener nuestra figura y a cuidar la Salud.
- 🕒 Aumentan el aporte proteínico necesario para el organismo.

La papaya, además de ser un fruto delicioso, es buena para la pérdida de peso. ¿Por qué? es que se sitúa dentro del grupo de los vegetales que tienen incidencia dentro de los procesos digestivos y también tiene fuertes cualidades antioxidantes. De ese modo, incluyéndola en una dieta equilibrada para perder peso, lograrás tu cometido.

Ventaja competitiva

PAPAYA GUAYAS posee 0% de químicos 100% fruta fresca.

Identidad de la Marca (PAPAYA GUAYAS S.A)

NECESIDAD BÁSICA: Alimentarse saludablemente.

MARCA COMO PRODUCTO:

Funcional: Salud

Emocional Saludable

Exquisito sabor

Experiencia única.

MARCA COMO ORGANIZACIÓN:

Industria Ecuatoriana

Único en su categoría.

Eslogan: ¡De la finca a la mesa!

Confiable

Altísimos estándares de calidad e higiene

Posicionamiento

Buscamos con nuestro producto posicionarnos, como primera opción, en la mente de los consumidores al momento de querer consumir un producto saludable. El logo es el siguiente:



El etiquetado de las cajas es muy importante para facilitar la identificación de los productos y para facilitar su manejo. Las etiquetas pueden ser pegadas, estampadas o estar impresas directamente sobre las cajas. Cuando se quiere resaltar la calidad de una fruta, se puede pegar en forma individual una pequeña etiqueta adhesiva en donde se muestra a colores el nombre comercial. Como propaganda, se puede agregar información sobre la forma de almacenar y consumir el producto. Las etiquetas de las cajas deben contener la siguiente información en el idioma del país de consumo.

- Nombre común del producto;
- Peso neto, número de unidades y/o volumen;
- Nombre de la marca así como el nombre y dirección del productor, empacador o exportador;
- País de origen (cuando corresponda);
- Tamaño y clasificación;
- Temperatura de almacenamiento recomendada;
- Instrucciones especiales de manejo;

Diseño de Empaques

Los envases se cotizaron con **VENOTI S. A.**, empresa ecuatoriana dedicada entre otras cosas a la elaboración de cartón corrugado. Cajas de cartón, divisiones, empaques corrugados, embalajes, troqueladas, que tendrán impresos el logo del producto a comercializarse.

Estos constarán de 12 papayas por gavetas; los mismos que vendrán cubiertos con un empaque para protección de la fruta. Los forros o bolsas de película de plástico se utilizan para conservar la humedad. En la mayoría de los productos se utiliza plástico perforado con el fin de permitir el intercambio de gases y evitar una humedad excesiva. En el Anexo 9 se muestran los ejemplares de las gavetas.

Envasado adecuado para mantener la calidad de los productos durante su transporte y comercialización.

Los envases deben resistir:

- La manipulación brusca durante la carga y descarga;
- La compresión causada por el peso de otros contenedores colocados encima;
- Los golpes y vibraciones durante el transporte;
- Una humedad elevada durante la pre refrigeración, el transporte y el almacenamiento.

Los materiales de envasado se seleccionan teniendo en cuenta las necesidades de los productos, el método de envasado, el método de pre refrigeración, la resistencia, el costo, la disponibilidad, las condiciones del comprador y los fletes. Los importadores, compradores y fabricantes de envases proporcionan recomendaciones valiosas. Entre los materiales utilizados se incluyen los siguientes:

- Recipientes, cajas (encoladas, engrapadas, entrelazadas), cajones, bandejas, bateas, tabiques o mamparas, y separadores de cartón ondulado o tablero de fibra;

- Recipientes, jaulas (cosidas con alambre, clavadas), cestas, bandejas, cajones y tarimas de madera;
- Sacos, fundas, envolturas, forros, almohadillas, virutas y etiquetas de papel.
- Recipientes, cajas, bandejas, sacos (de malla, compactos), contenedores, fundas, envolturas de película, forros, tabiques y separadores de plástico;
- Cajas, bandejas, cajones, fundas, forros, tabiques y almohadillas de goma espuma.

Los recipientes, cajas, jaulas, bandejas, cajones, cestas y sacos se consideran contenedores para transporte. Sin embargo, las cestas son difíciles de manipular en cargas mixtas de cajas rectangulares. Los sacos proporcionan una protección limitada a los productos. De uso muy generalizado es la caja de tablero de fibra.

Los forros o bolsas de película de plástico se utilizan para conservar la humedad. En la mayoría de los productos se utiliza plástico perforado con el fin de permitir el intercambio de gases y evitar una humedad excesiva. El plástico sin perforar se utiliza para cerrar herméticamente los productos y proporcionar una atmósfera modificada, reduciendo la cantidad de oxígeno disponible para la respiración y maduración. Por ejemplo, este sistema se aplica a los bananos, fresas, tomates y cítricos.

Entre los métodos de envasado se incluyen los siguientes:

- Envasado en el campo: los productos se colocan en cajas de tablero de fibra o jaulas de plástico o de madera durante la recolección. Algunos productos se envuelven. Una vez llenos los contenedores, se llevan a unas instalaciones donde se someten a pre refrigeración para eliminar, si es posible, el calor de campo;
- Envasado bajo techo: los productos se elaboran o envasan en el interior de un local o bajo techo en algún lugar central. Desde el campo hasta el punto de envasado se llevan a granel en jaulas, recipientes o camiones. De ser posible, los productos se someten a pre refrigeración antes o después de colocarlos en los contenedores para transporte, según su naturaleza;

- Re envasado: los productos se sacan de un contenedor, se clasifican de nuevo y se colocan en otro contenedor. Esto se hace a menudo con el fin de utilizar contenedores menores para los productos envasados destinados a minoristas o consumidores.

Entre los tipos de envasado se incluyen los siguientes:

- Llenado por volumen: los productos se colocan a mano o mecánicamente en el contenedor hasta alcanzar la capacidad, peso o número de unidades deseados;

- Envasado en celdillas o bandejas: los productos se colocan en celdillas o bandejas moldeadas que facilitan la separación y reducen las magulladuras;

- Envasado con colocación: los productos se colocan cuidadosamente en el contenedor. De este modo se reducen las magulladuras y se ofrece una presentación agradable;

- Envasado o pre envasado para el consumidor: se envasan, pesan y etiquetan para su venta al por menor cantidades relativamente pequeñas de productos;

- Envoltura con película o por contracción: cada fruta u hortaliza se envuelve y cierra herméticamente por separado con una película para reducir la pérdida de humedad y la pudrición.

- Atmósfera modificada: los empaques, contenedores para transporte o cargas sobre paletas de contenedores destinados a los consumidores se cierran herméticamente por separado con sacos o película de plástico. El nivel de oxígeno se reduce y se incrementa el de dióxido de carbono. De este modo la respiración del producto se reduce y el proceso de maduración se hace más lento.

Los contenedores para transporte deben tener un tamaño adecuado y llenarse correctamente. Los contenedores muy anchos y con un peso superior a 23 kg (50 libras), por ejemplo, favorecen una manipulación más brusca y propician daños a los productos y roturas de los contenedores. Un llenado excesivo hace que los productos sufran magulladuras y que los laterales del contenedor se curven

demasiado, lo que se traduce en roturas de éste y en una menor resistencia a la compresión. Un llenado insuficiente causa también daños a los productos que se magullan al moverse de un lado a otro dentro del contenedor durante el transporte y la manipulación.

Debido a la gran variedad de dimensiones de los contenedores utilizados, es conveniente que se establezcan normas para las cajas.

Los contenedores normalizados permiten:

- Utilizar, junto con otros contenedores, la superficie máxima de la tarima de modo que la carga no sobresalga por arriba y sobresalga poco por abajo.
- Manejar cargas unitarias y cargas mixtas sobre tarimas estables
- Reducir los gastos de transporte y comercialización.

Un gran número de expedidores han sustituido los contenedores para transporte individuales por cargas unitarias sobre tarimas. La mayoría de los centros de distribución están acondicionados para almacenar cargas sobre tarimas en plataformas de tres niveles.

Las cargas unitarias permiten:

- Reducir la manipulación de los contenedores individuales para transporte.
- Reducir los daños sufridos por los contenedores y los productos que están en su interior.
- Acelerar la carga y descarga de los medios de transporte;
- Obtener un funcionamiento más eficaz en los centros de distribución.

Las cargas unitarias pueden presentar, por ejemplo, algunas de las siguientes características:

- Tarimas o separadores normalizados de madera como los siguientes: 1 200 x 1 000 mm (48 x 40 pulgadas), 800 x 1 000 mm, 800 x 1 200 mm, 1 000 x 1 200 mm;
- Lengüetas de tablero de fibra, plástico o alambre para enclavamiento vertical entre cajas;
- Cajas con agujeros para la circulación del aire que quedan alineados cuando las cajas se apilan exactamente unas sobre otras y esquina con esquina;
- Cola entre las cajas para evitar el deslizamiento horizontal;
- Malla de plástico alrededor de las cajas cargadas sobre tarimas;
- Refuerzos para esquinas de tablero de fibra, plástico o metal;
- Flejes de plástico o metal alrededor de los refuerzos para esquinas y de las cajas.

Las tarimas de madera deben ser lo suficientemente resistentes como para que se puedan almacenar cargadas. Es necesario prever la manipulación con montacargas de horquilla y gato para tarimas. La parte inferior de la tarima deberá estar diseñada de tal forma que no impida la circulación del aire.

Las tarimas deben contar en la parte superior con un número de tablas suficiente para soportar las cajas de tablero de fibra. De lo contrario, las cajas pueden hundirse entre las tablas debido al peso de los otros contenedores situados encima, aplastar los productos y hacer que toda la carga se ladee o caiga de la tarima. Se puede utilizar una plancha de tablero de fibra con agujeros para la circulación del aire por toda la tarima.

Las cajas no deben sobresalir de los bordes de las tarimas. El hecho de que sobresalgan puede reducir de un tercio la resistencia de las cajas de tablero de fibra. Esta situación puede llevar también al hundimiento de toda la carga, haciendo que los productos se aplasten, y dificultar la carga, descarga y almacenamiento en plataformas. Por otra parte, las cajas que utilizan menos del 90 por ciento de la

superficie de la tarima y no quedan alineadas con el borde de ésta pueden desplazarse durante el trayecto.

Las cargas sobre tarimas de contenedores que no están sujetas con flejes o mallas deberán tener al menos las tres filas superiores de contenedores apiladas transversalmente para asegurar la estabilidad. Algunos expedidores, además de apilar los contenedores transversalmente, aplican una envoltura de película, cinta o cola sobre las filas superiores. Los contenedores deben ser suficientemente fuertes como para poder apilarse transversalmente sin hundirse. La envoltura de película no debe utilizarse en los contenedores de productos que necesiten ventilación.

Algunos expedidores utilizan separadores porque cuestan menos que las tarimas. Los separadores eliminan también el gasto de transportar y devolver las tarimas. Para cargar y descargar en las tarimas los separadores cargados, tanto en el centro de distribución del expedidor como en el del destinatario, se necesita un montacargas de horquilla especial. Si el destinatario no tiene el equipo adecuado para la manipulación, los envases se descargan a mano y se colocan en tarimas para su almacenamiento. Los contenedores para transporte sobre separadores se apilan transversalmente, se envuelven en película o se unen de algún otro modo con refuerzos para esquinas y flejes.

Los separadores de tablero de fibra o plástico deben ser lo suficientemente fuertes como para que puedan sujetarse y colocarse en los dientes o la plancha del montacargas de horquilla y elevarse cuando están completamente cargados. Los separadores de tablero de fibra deberán impregnarse con cera cuando se utilicen en ambientes húmedos. Los que se emplean en medios de transporte deberán tener agujeros para que circule el aire debajo de la carga. No se recomienda el uso de separadores en los medios de transporte refrigerados con canales poco profundos en el piso, debido a la necesidad de que circule suficiente aire debajo de la carga.

Precio

Desde el punto de vista de marketing, el precio es el dinero u otras consideraciones que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio, el cual debe de ser justo tanto para el cliente como para la empresa, de manera que cubra los beneficios al cliente y a la empresa le reporte rentabilidad.

Desde el punto de vista financiero: El precio se lo establece a través del punto de equilibrio, en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta del producto ($IT = CT$). Es decir, es el punto en que el precio es igual al mínimo costo promedio total. En este punto, no hay pérdidas ni beneficios.

A continuación se detalla el punto de equilibrio de Papaya Guayas.

El precio promedio de venta en base a encuestas aplicadas a productores de la zona es de \$25 por cada caja de 12 papayas.

Costos variables

Se presentan los costos variables para la producción de papaya en el sistema de. Aquí se consideran costos de energía eléctrica. El consumo de agua es mínimo pues se utiliza agua de la albarrada San Jacinto.

Costos variables mensuales en la producción de papaya

COSTOS VARIABLES TOTALES

MATERIALES INDIRECTOS	C.V. UNIT.	CAJAS DE PAPAYA	COSTOS MENSUALES
GAVETAS	1,50	200	300,00
ETIQUETA	0,15	200	30,00
EMPAQUES PLÁSTICOS	0,53	200	106,00
COMBUSTIBLE	5,00		60,00
AGUA, LUZ	2,00		24,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	9,18		520,00

Costos fijos

Costos fijos en la producción de papaya.

COSTOS FIJOS	
SUELDOS	2.125,00
GASTOS DE VENTAS	500,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$2.625,00

Contribución marginal

La contribución marginal, que se calcula de acuerdo a la fórmula

$$\text{CONTRIBUCION MARGINAL} = \text{VENTAS NETAS} - \text{COSTOS VARIABLES}$$

$$\text{VENTAS NETAS MENSUALES} = 200 \text{ Gavetas} \times \$25 = \$ 5,000 \text{ dólares}$$

$$\text{CONTRIBUCION MARGINAL} = 5,000 - 520$$

$$\text{CONTRIBUCION MARGINAL} = \$4,480$$

VENTAS NETAS \$5,000

COSTOS VARIABLES \$ 520

CONTRIBUCIÓN MARGINAL \$ 4,480

VENTAS PROYECTADAS

AÑOS	CAJAS DE PAPAYA
2011	200
2012	300
2013	350
2014	400

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio (PE) es el momento en el que la cantidad de ventas netas totales permiten cubrir los costos fijos y variables y no existen pérdidas ni ganancias. El PE se calculó de acuerdo a la siguiente relación:

$$PE = \text{Costos Fijos} / \text{Precio de Venta} - \text{Costos Variables}$$

P.E. 2.625,00
 15,82

P.E. **166** GAVETAS MENSUALES

(UNIDADES * PRECIO)
CANTIDADES 166 25 **\$ 4.148,23**

Inversiones fija y diferida

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa

Inversión fija en la producción de papaya.

PAPAYA GUAYAS S.A
DETALLE DE ACTIVOS

DETALLE	UNIDADES	PRECIO UN.		TOTAL
MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS				2.700,00
PALA	2	50,00	100,00	
MACHETES	5	20,00	100,00	
BOMBA DE AGUA	1	2.000,00	2000,00	
CUBETAS	1	500,00	500,00	
			-	
			-	
EQUIPO DE COMPUTACION				800,00
COMPUTADORA	1	800,00	800,00	
			-	
EQUIPO DE OFICINA				18,00
TELEFONO	1	18,00	18,00	
			-	
VEHICULO				36.000,00
CAMIONETA CHEVROLET LUV 1 CABINA	2	18.000,00	36.000,00	
			-	
			-	
TOTAL ACTIVOS				39.518,00

PAPAYA GUAYAS S.A
DETALLE DE NOMINA

Nº EMP.	AREA	SUELDO	TOTAL SUELDO	DECIMO 3ER	DECIMO 4TO
2	CAPACITADORES	80,00	160,00	13,33	20,00
1	CONTABILIDAD	300,00	300,00	25,00	20,00
1	MARKETING	300,00	300,00	25,00	20,00
1	GUARDIANIA	260,00	260,00	21,67	20,00
5	TOTAL GASTO DE SUELDO MES	940,00	1.020,00	85,00	80,00

FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑO 0	2011	2012	2013	2014
INGRESOS OPERACIONALES					
RECAUDACIONES POR VENTAS					
VENTAS CONTADO	-	60.000,00	299.700,00	349.650,00	399.600,00
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		60.000,00	299.700,00	349.650,00	399.600,00
EGRESOS OPERACIONALES					
PROVEEDORES NACIONALES		6.240,00	20.779,20	20.779,20	20.779,20
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	9.120,00	30.369,60	30.369,60	30.369,60
GASTOS PERSONAL	-	3.120,00	10.389,60	10.389,60	10.389,60
OTROS GASTOS OPERATIVOS	-	7.980,00	26.573,40	26.573,40	26.573,40
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	-	26.460,00	88.111,80	88.111,80	88.111,80
FLUJO NETO OPERACIONAL	-	33.540,00	211.588,20	261.538,20	311.488,20
EGRESOS POR INVERSION					
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	39.518,00		-	-	-
TOTAL EGRESO POR INVERSION	39.518,00				
FLUJO NETO DE INVERSION	39.518,00		-	-	-
INGRESOS POR FINANCIAMIENTO					
PRESTAMOS BANCARIOS	42.000,00				
OTROS					
TOTAL INGRESOS POR FINANCIAMIENTO	42.000,00				
EGRESOS POR FINANCIAMIENTO					
OTROS (CAPITALES E INTERESES)					
CAPITAL BANCO PICHINCHA		10.500,00	10.500,00	10.500,00	9.625,00
INTERESES BANCO PICHINCHA		5.514,60	5.514,60	5.514,60	5.055,05
TOTAL EGRESOS POR FINANCIAMIENTO		16.014,60	16.014,60	16.014,60	14.680,05
FLUJO NETO POR FINANCIAMIENTO	42.000,00	16.014,60	16.014,60	16.014,60	14.680,05
FLUJO NETO GENERADO	2.482,00	49.554,60	195.573,60	245.523,60	296.808,15
FLUJO TOTAL ACUMULADO		52.036,60	247.610,20	493.133,80	789.941,95

Objetivo de la Asignación del Precio

Los objetivos principales que tiene nuestro proyecto con respecto a la asignación del precio del producto son los siguientes:

- 🕒 Tener un precio competitivo y aceptable por los socios.
- 🕒 Lograr posicionar a PAPAYA GUAYAS en el mercado.
- 🕒 Rentabilizar nuestro producto.

Con estos objetivos lo que se busca es optimizar a PAPAYA GUAYAS tanto a corto como a largo plazo.

Plaza

La distribución es una actividad muy importante para la empresa porque consiste en que el cliente pueda disponer del producto en la zona de venta del establecimiento en momento idóneo.

Nuestro mercado objetivo serán las compañías dedicadas a la elaboración de jugos, y otros. Los distribuidores de este tipo de producto manejan un precio promedio entre \$25 y \$30.00. De acuerdo a los pedidos que se captan a través de la búsqueda y negociación con nuestros clientes, el producto será distribuido a nivel Nuestro.

Promoción

Se pretende realizar descuentos por la compra de nuestro producto de hasta un 10% durante la primera semana que el producto salga a la venta, con el fin de incentivar a nuestros clientes así como formas de pagos. Así haremos que nuestro producto se dé a conocer entre los clientes.

A nuestros clientes fijos por la compra de cada 12 cajas de papaya se les dará un adicional de 2 cajas.

Promociones varias por temporadas especiales.

Publicidad

La publicidad del producto se llevara a cabo en diversos medios de comunicación, el tipo de publicidad que se efectuará del producto, tendrá como objetivo principal dar a conocer las características de nuestro producto así cómo sus atributos. De manera que su función primordial es informar al cliente mediante campañas publicitarias que ofrecemos frutas de alta calidad y libre de químicos. La publicidad se dará a través de cuñas en las radios locales que tengan alcance provincial y nacional, en las primeras semanas estas serán escuchadas diariamente.

3.6 Análisis de Impacto Ambiental

3.6.1 Impacto Esperado del Proyecto

El presente proyecto no presenta ningún impacto negativo al ambiente, pues todas las prácticas contempladas dentro de la ejecución del proyecto son agroecológicas, con productos orgánicos, y la utilización de minerales naturales con la finalidad de no producir impacto ambiental que perjudique el ecosistema, sino más bien contribuir a mejorarlo. El enfoque agroecológico es concebido en todo el proceso del proyecto, ya la visión es de contribuir para que en el recinto se siga produciendo productos orgánicos y de esta manera producir cultivos limpios para preservar la salud de los habitantes y consumidores este tipo de productos. El incremento de la producción por hectárea, así como la diversificación de cultivos mejoran la calidad de vida de las familias beneficiarias, incrementando los ingresos económicos por familia y beneficia indirectamente el resto de familias de la comunidad y los consumidores de a zona al consumir productos orgánicos y a bajos precios. Al mejorar los ingresos económicos de las familias beneficiarias, mejora automáticamente la calidad de vida de los miembros de la familia ya que satisfacen de mejor manera las necesidades básicas de sus integrantes.

3.6.2 Medidas de Protección Ambiental

- Se evitará la contaminación de estanques, riachuelos pues en presente proyecto no se usaran productos tóxicos.
- Se logrará preservar la salud de productores y consumidores.
- Para el manejo de la fertilidad de los suelos se elaborarán abonos orgánicos sólidos y líquidos el cual serán incorporados al suelo.

- Se trabajará en el manejo integrado de plagas y enfermedades.

3.7 Estrategia de Sostenibilidad

Considerando la importancia del proceso de implementación de granjas integrales se hace necesario realizar un análisis de sostenibilidad que garantizará la inversión realizada. Para ello consideramos algunos puntos:

Secuencias de producción: A través de un plan de producción, luego de lo cual se considera el ciclo de cultivo, la necesidad permanente de un mercado y la disponibilidad de espacios de terreno y del recurso agua, estamos en la necesidad de elaborar un sistema de producción con énfasis a la rotación de los mismos así como el asocio necesario entre algunos cultivos. Esto permitirá primeramente tener productos permanentemente y variados, en segundo lugar mantener un ingreso económico permanente y en tercer lugar manejar y conservar el recurso suelo.

Capacitación continua durante y después del proyecto: La permanente realización e investigación de tecnologías en las granjas, de la exigencia cada vez más de los consumidores finales se hace necesario implementar una serie de tecnologías como la producción intensiva, por lo que es importante no solamente generarla sino difundirla, aplicarla y beneficiarse de ella. En función de ella se pretende que la capacitación será permanente durante la ejecución del proyecto y posterior a ello. La tecnología no es única en un momento dado sino variable como el tiempo, en el tiempo y en el gusto de los consumidores.

Interés en la producción orgánica: Debemos estar conscientes primeramente que la producción orgánica por más que se deba iniciar en menor escala no es menos importante, al contrario se hace más necesario cada vez implementar áreas de producción orgánica, por una simple razón: los consumidores son cada vez mas en número y en exigencias y que por las condiciones de salud aún más se hace necesario la aplicación de tecnologías que permitan obtener productos de consumo confiable. De ahí la necesidad de que a través de los diferentes procesos de capacitación se genere un cambio no en la cultura de consumo sino en la manera de hacerlo.

Recetas funcionales de producción orgánica: Luego de aplicar procesos y de generar tecnologías adecuadas para la producción orgánica, a través del proceso de difusión se hace necesario la dotación de dicha información a través de diferentes medios, con el ánimo de que las familias capacitadas y las que de alguna manera accedieron a los procesos implementen en cada uno de sus parcelas y/o le den importancia en la diferencia y beneficios que presentarán los productos obtenidos y que estarán siendo ofertados en los diferentes mercado de la localidad.

Definición y funcionamiento de cadenas productivas a partir de la granja: De acuerdo a ello se establecerán cadenas de producción de cada uno de los cultivo y de manera asociativa, que permitan definir estrategias puntuales para poder mejorar un servicio, partiendo desde el producto en sí hasta el consumidor final, pasando por todos los procesos que en el transcurso del cultivo y/o producto se den

3.8 Procedimiento de Evaluación

Para iniciar con el proyecto, será necesario que se disponga de un sistema de evaluación de las actividades y resultados, así como de la ejecución financiera, y será aplicado por el equipo técnico. Este sistema de monitoreo y evaluación será la base para la elaboración de informes periódicos para el Recinto Olmedo, y los beneficiarios. Se elaborarán fichas para capitalización de experiencias innovadoras en los ámbitos de trabajo del proyecto, que serán insumos para la sistematización de las acciones del proyecto. Las Acciones que se pretende son: Elaborar y aplicar el sistema de evaluación para el registro de las acciones a nivel de campo y su procesamiento en oficina. Sistematizar los resultados del proceso del proyecto al final del mismo. Elaboración de informes de avance del proyecto cuando el caso lo requiera.

3.9 Dimensiones y Niveles de Monitoreo y Evaluación

El monitoreo interno, externo y evaluación será realizada directamente por los miembros de la junta parroquial integrada por el Presidente de la junta y miembros de la comisión de coordinación de proyecto de Desarrollo de Fincas Integrales, para

tal efecto se reunirá una vez cada 8 días para analizar el avance del proyecto y planificar actividades conjuntas con el técnico coordinador del proyecto y promotores del mismo. La evaluación se analiza en base los resultados alcanzados durante la ejecución del proyecto y la persona encargada de realizar es el técnico contratado y los encargados de analizar y dar el visto bueno es el comité encargado de la coordinación del proyecto. La sistematización de las experiencias realiza el técnico encargado de la coordinación y ejecución del proyecto, con la participación de los promotores. Se seguirá el siguiente procedimiento:

- Datos informativos Ubicación del proyecto
- Número de familias beneficiarias Clasificación de las familias por topologías
- Descripción de las actividades cumplidas en porcentaje
- Resultados conseguidos por actividad en porcentajes

CONCLUSIONES

Se han presentado análisis para productores de papaya en el Recinto Olmedo que utilizan media tecnología. Se tomó como prueba el cultivo de la fruta en un terreno de una hectárea.

La aplicación de tecnología media parece ser rentable para los productores quienes en su mayoría poseen entre 1-4 hectáreas. Aun considerando los problemas de plagas y enfermedades y las dificultades resultantes de siniestros como sequías e inundaciones, sus ganancias pueden ser aumentadas mediante la capacitación adecuada y la aplicación de buenas prácticas de cultivo mediante un paquete tecnológico que les permita producir con mayor rendimiento y productividad.

RECOMENDACIONES

Los resultados que se procura alcanzar en la implementación del proyecto de investigación "Desarrollo de Fincas Integrales Autosuficientes en el Recinto Olmedo", es llegar a concienciar a la comunidad que existen formas de crecer como agricultores, ser competitivos, tomar decisiones y por qué no, guiar a las futuras generaciones a que sigan con la producción de monocultivos, a no abandonar sus tierras para emigrar a grandes ciudades, fomentar que pueden incrementar sus recursos económicos desde sus fincas.

El agricultor podrá ser capaz de manejar adecuadamente los sistemas productivos, crear canales de comercialización, mejorar los sistemas de riego, ser productores organizados y comprometidos al cambio del manejo agropecuario, con el único objetivo de alcanzar altos volúmenes de producción y de buena calidad nutritiva.

El compromiso está en promover cambios en la cosecha de alimentos en la Comunidad de Olmedo, cero utilizations de químicos, fertilizantes, o pesticidas que causan daño a la salud y al ecosistema en un período de 6 meses

BIBLIOGRAFIA

- Administración por Calidad Total Centro de Calidad, ITESM, México 1996.
- Centro Agropecuario del Ministerio de Agricultura y ganadería del Ecuador
email: damianj@sica.gov.ec.
- Centro de Calidad, ITESM, México 1996.
- Conceptos de la Calidad Total Oficina Calidad Total Tiosa, Ecuador 2006.
- Diario El Universo Sección Economía Día Domingo 12 de Sept.2010
- El cultivo biológico I y II.H. Bruns, y G. Smidt,. Editorial Blume
- El huerto biológico. Claude Aubert. Integral Ediciones.
- Formación de Empresas, Master. Fernando Terán.
- Gerencia de Calidad en Servicios. MBA. Ing. Carlos Reinoso Dito.
- Guía para el Diseño de los Proyectos de Investigación – Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil – Guayaquil-Ecuador.
- Instituto de Estudios Almerienses. Mendizábal, F.Introducción al Enfoque de Manejo Integrado de tierras, Land Husbandry, 2000. CENTA-FAO,
- La Ruta de la Calidad Sus Herramientas Administrativas. Versión 1.1 Oficina Calidad Total Agosto, 2006 vol.
- La Ruta de la Calidad Total y sus 7 herramientas administrativas
- Manejo Integrado del Suelo en Zonas de Ladera, 1999. CENTA-FAO-PASOLAC,
- Organization Development and Change. Cummings, Thomas y Christopher Worley. 1989. Ed. St. Paul: West, 1993.
- Planeación Estratégica: Conceptos Analíticos. Editorial Norma
- Planteamiento Estratégico para el éxito. MBA. Ing. Eduardo Mata Patiño
- Ramírez Padilla, D. N. (2001). Contabilidad Administrativa. Edit. McGrawHill-Interamericana de México. p. 24-27.
- Sinónimos y Antónimos Editorial BRASA S.A. 307 pág.307
- Tratado de Agricultura Ecológica. A. Cánovas, M. Hilgers, R. Jimenez, M.

ANEXOS

Figura 1. Frutos de papaya. Formas, color de la pulpa, contenido de semillas y tamaño de la cavidad del fruto.



Figura 2. Cosecha de papaya

Figura 3. A. Frutos de papaya amarilla; B. Papaya maradol, con pulpa de color rojizo.



Figura 4. Árboles altos dificultan la cosecha de la fruta.

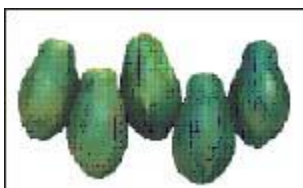


Figura 5. La fruta colocada en el suelo se daña y se contamina con facilidad

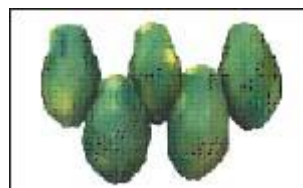


Figura 6. Frutos de papaya con diferentes grados de madurez.

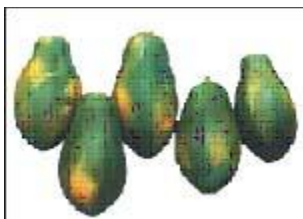
Papaya verde madura.



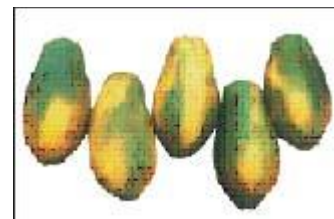
Papaya con aproximadamente 20-25 % de color amarillo.



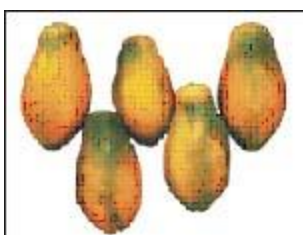
Papaya con aproximadamente 40 % de color amarillo



Papaya con aproximadamente 60-70 % de color amarillo.



Papaya con 90-100 % de color amarillo.



Papaya sobremadura con pequeñas manchas de color café.

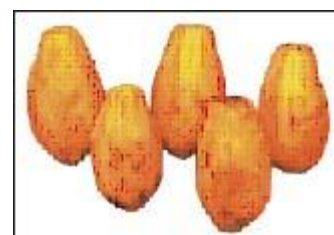




Foto de Babaco, Babacos
Fig. 7. frutas como sustituto de la papaya

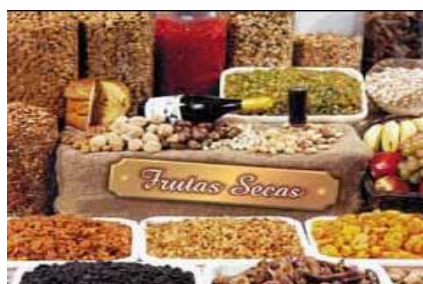
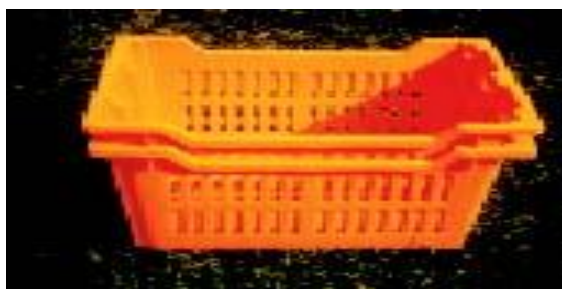


fig. 8 Papaya deshidratada

VENOTI S. A.

Convertidores de cartón corrugado. Cajas de cartón, divisiones, empaques corrugados, embalajes, troqueladas. **Fig.9**



Dirección: Km. 5 vía Daule Ave. 2da. y calle Primera -Mapasingue Oeste)

Teléfono: (593 - 4) 2350476

Fax: (593 - 4) 2350476

GLOBALFEX S.A

FUNDAS PLASTICAS IMPRESAS CON SU LOGOTIPO



- Fundas plásticas en alta y baja densidad, naturales, pigmentadas e impresas a 4 colores calidad fotográfica para uso industrial, comercial y de exportación.
- Fundas para vivero
- Rollos de polietileno en alta y baja densidad, pigmentadas varios colores con impresión personalizada.



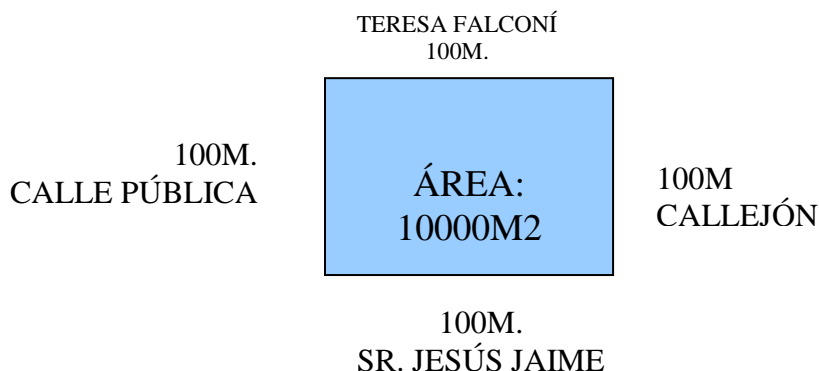
FUNDAS PLASTICAS

Anexo 10. Foto del Clima en el Recinto Olmedo



Fuente: Patricia Arízaga y Angie Flores
Foto tomada 11/08/2010 Recinto Olmedo

Anexo 11. Dimensión del terreno de la Familia Jaime Suárez Carmen

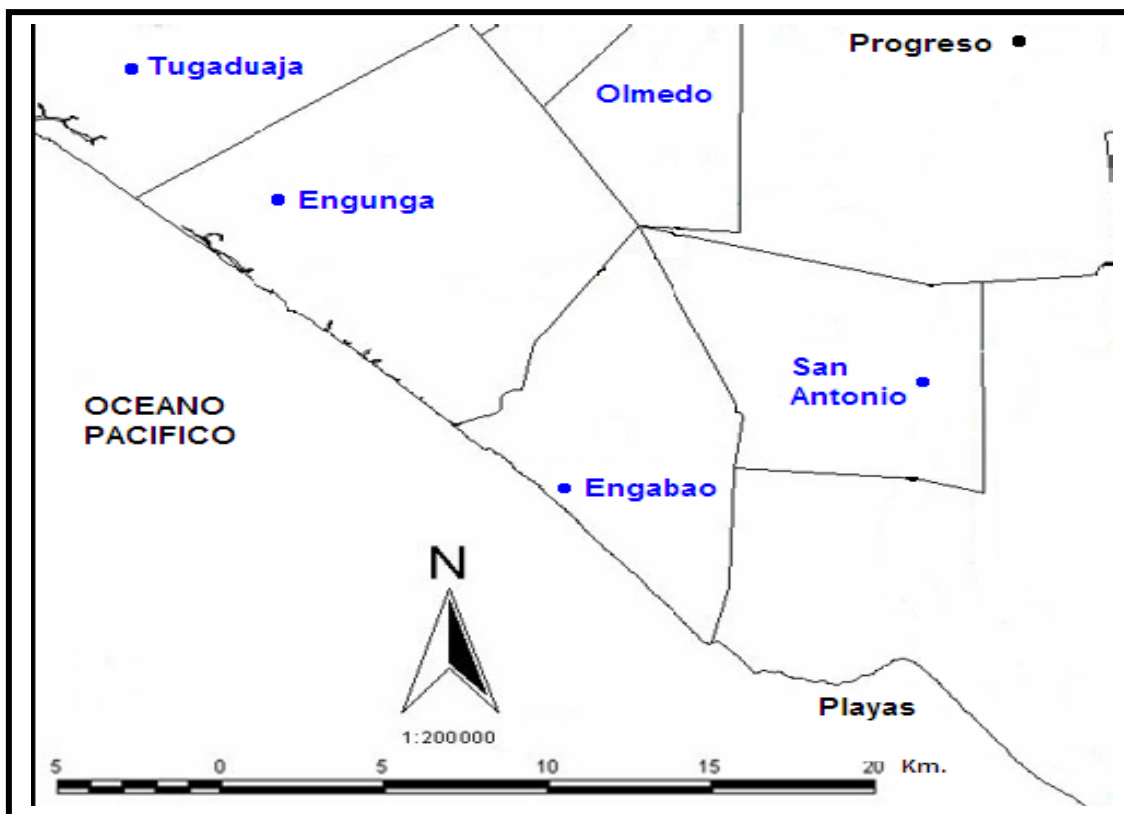


<u>LINDEROS</u>	
Norte:	SRA. TERESA FALCONÍ CON 100M.
Sur:	SR. JESÚS JAIME CON 100M.
Este:	CALLEJÓN CON 100M
Oeste	CALLE PÚBLICA CON 100M.

Contiene:		
PLANIMETRÍA DEL SOLAR		
Propietario:		
Jaime Suárez Carmen		
Área del Solar:	Sector de la Comuna:	
	Olmedo Km 76	
Escala:	Fecha:	Cantón:
Sin escala	Junio del 2010	Guayas

Fuente: Estudio de Campo de terrenos de la comunidad del Recinto Olmedo realizado por Angie Flores y Patricia Arízaga.

Anexo 12. Mapa del Recinto Olmedo



Fuente: Sr. Julio Lindao Salinas Presidente de la Comuna del Recinto Olmedo



Fuente: Angie Flores/ Patricia Arízaga

Anexo 13.

**ENCUESTA PROYECTO DESARROLLO DE FINCAS INTEGRALES EN EL
RECINTO OLMEDO**

1.- Señale el nivel de instrucción.

Alfabetizado Primaria Secundaria Superior Ninguna Otra

2.- Ha recibido capacitación por parte de la Comuna?

Sí No

3.- Señale con una X si ha participado en alguna forma de trabajo cooperativo.

Minga Asociación Club Otra

4.- Cómo considera la atención del Presidente en su comuna?

Indiferente Atento Interesado Descortés Otro

5.- Qué servicios se debería brindar a la comunidad?

Cursos de capacitación ahorro

6.- Cree necesario los cursos de capacitación

Sí No

7.- Sugiera las áreas de capacitación que considere necesarias.

Liderazgo Recursos Humanos Cooperativismo Contabilidad

Artesanías Agricultura y Ganadería

8.- Edad de los miembros de la familia

0-11 12-18 19-40 40-60

Anexo 14.

NICHOS DE MERCADO Y/O CONTACTOS COMERCIALES

Nombre de la empresa	Nombre del comprador	Dirección	Teléfono/ Fax Página Web E-Mail	Productos de Exportación	Posición Arancelaria
AGROINDUSTRIAL FRUTA DE LA PASION CIA LTDA.	ING.JOSE AGULAR	GUAYAQUIL KM. 10 VIA DAULE	(5934)2252448, 2252449 Fax (5934)2251651 aguiagro@gye.satnet.	CONCENTRADOS DE PAPAYA JUGO DE PAPAYA CONCENTRADO DE MARACUYA	2009801200 2009801200 2008000000
DELTARIO S.A.		GUAYAQUIL KM. 8.5 VIA A DAULE	(5934)2259582	JUGO DE NARANJA, JUGO DE FRUTAS VARIAS	2009110000
CESAR L. BAJAÑA LASTRA - CLEBA INTERNACIONAL	CESAR L. BAJAÑA LASTRA	GUAYAQUIL ANTEPARA 1102 Y VELEZ, PISO 2, OF. 1	(5934)2323538, 2524261, 2323643 Fax (5934)2323538	PULPAS DE FRUTAS	2007100000
CREMINO S.A.	ING.MARCO FONTANA QUEIROLO	GUAYAQUIL AV.DOMINGO COMIN 1148 Y CALLE 11ava.	(5934)2445110, 2445114, 2445116 Fax (5934)244	PASTA DE TOMATE CONSERVAS DE FRUTAS MERMELODAS DE FRUTAS	2002900000 2008920000 2007999100
ALEXPORT S.A.	ING. MARCO FONTANA Q	GUAYAQUIL AV.DOMINGO COMIN 1448 Y CALLE 11	(5934)2445114, 2445110, 2445516 Fax (5934)2444952	JUGOS DE FRUTAS CONSERVAS DE FRUTAS MERMELODAS DE FRUTAS MERMELODA DE FRUTILLA MERMELODA DE PAPAYA PASTA DE TOMATE	2009800000 2008920000 2007999100 2007999100 2002900000

Anexo 15.

CUADRO DE ACTIVIDADES PROYECTO "DESARROLLO DE FINCAS INTEGRALES AUTOSUFICIENTE EN EL RECINTO OLMEDO"

EN MESE	SEPTIEMBRE			OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE			ENERO			
DESCRIPCIÓN	S1	S2	S3	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S1	S2	S3	S4
1.- Describir la situación actual de la fincas																			
2.- Analizar el área de la producción de cultivos																			
3.- Establecer compromisos con la comunidad																			
4.- Elaboración de documentos para capacitación																			
5.- Establecer las estrategias competitivas a emplear																			
6.- Documentar y definir los posibles cambios de microriego																			
7.- Estandarizar los resultados																			
8.- Retroalimentación																			

Anexo 16.

**PLAN OPERATIVO
FASE CAPACITACIÓN**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	FECHAS
METODOLÓGICA					
SEMINARIO		Enviar invitaciones	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	11/09/2010
TALLER DISEÑO DE		Preparar			
MICROPROYECTOS PRODUCTIVOS	Capacitar a las socias	documentos de apoyo	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	25/09/2010
		Solicitar el local	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	09/10/2010
		Preparar			
		material para exposición	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	23/10/2010
		Taller	Técnicos de FURDISOL	Comunidad del Recinto Olmedo	06/11/2010
SEMINARIO		Enviar invitaciones	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	20/11/2010
CONTABILIDAD BÁSICA		Preparar			
	Capacitar a las socias	documentos de apoyo	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	04/12/2010
	sobre la temática	Solicitar el local	Proponente y la comuna	Comunidad del Recinto Olmedo	18/12/2010
		Preparar			
		material para exposición	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	08/01/2011
		Distribución			
		de material de apoyo	Proponente	Comunidad del Recinto Olmedo	22/01/2010



Fig.18. Finca Sra. Jaime Suarez Carmen



Figura 19. Sembrío de papaya.



Fig.20. Finca de la Sra. Jaime Suárez Carmen



Fig.21. Albarrada San Jacinto
Fuente: Patricia Arízaga / Angie Flores



Fig. 21. Escuela Sergio Loor Alcívar
Fuente: Patricia Arízaga / Angie Flores

PAPAYA GUAYAS S.A

TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO - INTERES SOBRE PRESTAMO TOTAL

BANCO PICHINCHA

MONTO: 42.000

TIEMPO: 4 AÑOS

INTERES: 13,13

No Cuota	Cuota US\$	Interes	Cuota	Saldo
				64.058
1	875	459,55	1.334,55	62.724
2	875	459,55	1.334,55	61.389
3	875	459,55	1.334,55	60.055
4	875	459,55	1.334,55	58.720
5	875	459,55	1.334,55	57.386
6	875	459,55	1.334,55	56.051
7	875	459,55	1.334,55	54.717
8	875	459,55	1.334,55	53.382
9	875	459,55	1.334,55	52.047
10	875	459,55	1.334,55	50.713
11	875	459,55	1.334,55	49.378
12	875	459,55	1.334,55	48.044
13	875	459,55	1.334,55	46.709
14	875	459,55	1.334,55	45.375
15	875	459,55	1.334,55	44.040
16	875	459,55	1.334,55	42.706
17	875	459,55	1.334,55	41.371
18	875	459,55	1.334,55	40.037
19	875	459,55	1.334,55	38.702
20	875	459,55	1.334,55	37.367
21	875	459,55	1.334,55	36.033
22	875	459,55	1.334,55	34.698
23	875	459,55	1.334,55	33.364
24	875	459,55	1.334,55	32.029
25	875	459,55	1.334,55	30.695
26	875	459,55	1.334,55	29.360
27	875	459,55	1.334,55	28.026
28	875	459,55	1.334,55	26.691
29	875	459,55	1.334,55	25.356
30	875	459,55	1.334,55	24.022
31	875	459,55	1.334,55	22.687
32	875	459,55	1.334,55	21.353
33	875	459,55	1.334,55	20.018
34	875	459,55	1.334,55	18.684
35	875	459,55	1.334,55	17.349
36	875	459,55	1.334,55	16.015
37	875	459,55	1.334,55	14.680
38	875	459,55	1.334,55	13.346
39	875	459,55	1.334,55	12.011
40	875	459,55	1.334,55	10.676
41	875	459,55	1.334,55	9.342
42	875	459,55	1.334,55	8.007
43	875	459,55	1.334,55	6.673
44	875	459,55	1.334,55	5.338
45	875	459,55	1.334,55	4.004
46	875	459,55	1.334,55	2.669
47	875	459,55	1.334,55	1.335
48	875	459,55	1.334,55	0
TOTAL	42.000	22.058	64.058	

Arízaga Viteri Patricia Alexandra
Flores Suárez Angie Jessenia