



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
ÁREA EMPRESARIAL
CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TEMA

“PROCESO AGROINDUSTRIAL Y SU IMPACTO EN LA
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
DERIVADOS DEL COCO EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”

AUTOR

BERMUDEZ DIAZ GEMA KAROLINA

TUTOR

ECONOMISTA ALEX HUGO RAMOS MENDOZA

PORTOVIEJO – MANABI – ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Economista Alex Hugo Ramos Mendoza, catedrático de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Universidad San Gregorio de Portoviejo,

CERTIFICO

Que la egresada, BERMÚDEZ DÍAZ GEMA KAROLINA, ha realizado su Trabajo de Titulación que tiene por tema: “PROCESO AGROINDUSTRIAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL COCO EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad para que pueda continuar con los trámites que la Universidad así lo exige.

Ec. Alex Hugo Ramos Mendoza

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

El trabajo de titulación “Proceso agroindustrial y su impacto en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo”, presentado por la egresada Bermúdez Díaz Gema Karolina, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal en cumplimiento de lo establecido en la ley, se da por aprobado.

TRIBUNAL

Ing. Mercedes Intriago Cedeño

COORDINADORA DE LA CARRERA

Ec. Alex Hugo Ramos Mendoza

**TUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Ing. Gisela Bravo Rosillo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Econ. Julio Silva Ruiz

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DEL AUTOR

La responsabilidad del contenido de este trabajo de investigación titulado “Proceso agroindustrial y su impacto en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo”, análisis, resultados y conclusiones es responsabilidad del autor Gema Karolina Bermúdez Díaz.

Bermúdez Díaz Gema Karolina

AUTOR

AGRADECIMIENTO

A mi fuente inagotable de vida y amor, Yahweh Elohim, mi Dios y Padre Celestial, quien a lo largo de mi carrera me mostró lo que la fe en Él puede hacer, quien hace posible lo imposible, que Él es mi Pastor y nada nunca me faltará.

A mi madre, quien desde siempre puso por encima de sus sueños y anhelos, los míos y de mis hermanas, por ella y para ella tengo metas cada vez más altas, gracias por ser mi brazo firme cuando necesito apoyo y la dulce voz de aliento cuando aún sin saberlo, lo he necesitado.

A mis hermanas, por su tolerancia en momentos de angustia y su amor incorruptible, a mi padre, quien me enseñó con su ejemplo, que nunca es tarde para caminar hacia mis sueños.

A mis pastores, Rubén Zambrano Macías y Yurys Pazmiño Loor, por hacer esto posible, por instruirme en la verdad de *Yeshúa Hamashiaj* a través de su vocación y servicio a nuestro Padre Celestial.

A mis abuelos y tíos maternos, quienes desinteresadamente contribuyeron para que finalmente esto sucediera.

A mis docentes, a mi tutor en este proyecto y a la coordinadora de mi carrera, quienes con su enseñanza, experiencia y guía contribuyeron a que pudiese culminar con esta etapa en mi formación profesional, haciendo de este proceso un camino de agradables recuerdos.

A todas aquellas personas que creyeron en mis capacidades para ser hoy Ingeniera en Finanzas y Relaciones Comerciales.

Con gran estima, **Gema Karolina Bermúdez Díaz.**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo y los frutos de él, a mi madre Mónica Díaz, cuyo amor no conoce límites.

Te amo madre mía, **Gema Karolina Bermúdez Díaz.**

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: Proceso agroindustrial y su impacto en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

AUTOR: Gema Karolina Bermúdez Díaz.

Tras el inicio de la revolución industrial, la globalización y el crecimiento productivo y económico de los países, la agroindustria es un concepto altamente explotado en el mundo, pero escasamente practicado en Latinoamérica, siendo este un gran punto geográfico de condiciones ambientales que propician la diversa producción del sector primario: agrícola, acuícola y pecuario; pero sin las condiciones que promuevan la transformación y elaboración dichos productos a derivados con valor agregado a través del procesamiento industrial. Para el desarrollo de este trabajo de titulación se analizó la gestión empresarial del sector de producción agrícola del coco, para ello se tomó en cuenta productores locales del sector y su participación en la cadena de producción y comercialización de derivados del coco en la ciudad y el impacto que esta actividad significa en la economía local. Concluyentemente se desarrolló una propuesta estratégica que pretende la maximización de los resultados de la actividad productiva a través de la formalización del sistema de la producción que permita incrementar la rentabilidad y eficiencia productiva y con ello los resultados de la actividad económica, siendo este una estrategia ajustable a las necesidades de los distintos sectores de la agroindustria.

PALABRAS CLAVES: procesamiento agroindustrial, agroindustria, gestión empresarial, gestión de la producción, producción, comercialización, competitividad.

ABSTRACT

TOPIC: Agro-industrial process and its impact on the production and commercialization of coconut-derived products in the city of Portoviejo.

AUTHOR: Gema Karolina Bermúdez Díaz.

From the beginning of the industrial revolution, globalization and the productive and economic growth of the countries, agribusiness is a concept highly exploited in the business world, but barely practiced in Latin America, in spite of is a great geographical point of environmental conditions that favor the diverse production of the primary sector: agriculture, aquaculture and livestock; but without the conditions that promote the transformation and elaboration of those products into derivatives with added value through industrial processing. For the development of this degree work, the business management of the agricultural production sector of coconut was analyzed, for this, local producers of the sector and their participation in the production and marketing chain of coconut derivatives in the city and the impact that this activity has on the local economy. Conclusively, a strategic proposal was developed that aims to maximize the results of productive activity through the formalization of the production system that allows increasing profitability and productive efficiency and with it the results of economic activity, this being an adjustable strategy to the needs of the different sectors of agribusiness.

KEY WORDS: agro-industrial processing, agro-industry, business management, production management, production, marketing, competitiveness.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.....	iii
DECLARACIÓN DEL AUTOR.....	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES	3
1.1. TEMA.....	3
1.2. PROBLEMA	3
1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	3
1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3.2. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA	4
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.5. OBJETIVOS.....	7
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	7
2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. ANTECEDENTES	9
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
2.2.1. SECTOR AGROINDUSTRIAL	13
2.2.2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	15

2.3.	MARCO CONCEPTUAL	18
2.4.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	21
2.5.	HIPÓTESIS	22
2.5.1.	HIPÓTESIS LÓGICA.....	22
2.5.2.	HIPÓTESIS NULA.....	22
2.5.3.	HIPOTESIS ESTADÍSTICA	22
2.6.	SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	22
2.6.1.	VARIABLE INDEPENDIENTE	22
2.6.2.	VARIABLE DEPENDIENTE	22
2.7.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	22
2.7.1.	VARIABLE INDEPENDIENTE: Proceso Agroindustrial.....	23
2.7.2.	VARIABLE DEPENDIENTE: Producción y comercialización de productos derivados del coco.....	24
3.	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.1.1.	EXPLORATORIA	25
3.1.2.	DESCRIPTIVA.....	25
3.1.3.	ANALÍTICA.....	25
3.1.4.	SINTÉTICA	25
3.1.5.	PROPOSITIVA.....	25
3.2.	MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.2.1.	INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	25
3.2.2.	INVESTIGACION DE CAMPO	26
3.3.	MÉTODOS Y TÉCNICAS	26
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	26

3.5.	TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	27
3.6.	RECURSOS	27
3.7.	PRESUPUESTO	27
4.	CAPÍTULO IV: PROCESO AGROINDUSTRIAL.....	28
4.1.	CONCEPTUALIZACIÓN, CLASIFICACION Y TIPOS DE PROCESOS	28
4.1.1.	ACTIVIDADES AGROINDUSTRIALES SIN TRANSFORMACIÓN	30
4.1.2.	ACTIVIDADES AGROINDUSTRIALES DE PRIMERA TRANSFORMACIÓN	30
4.1.3.	ACTIVIDADES AGROINDUSTRIALES DE SEGUNDA TRANSFORMACIÓN	30
4.1.4.	CLASIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN AGROINDUSTRIAL	31
4.2.	SISTEMA DE PRODUCCIÓN.....	32
4.2.1.	GRADO DE FORMALIDAD	33
4.2.2.	ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS	34
4.2.3.	NIVEL DE PRODUCTIVIDAD.....	35
4.2.4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	36
4.3.	GESTIÓN DE PRODUCCIÓN.....	37
4.3.1.	MANEJO DE LA PRODUCCIÓN	38
4.3.2.	NIVEL DE DIVERSIFICACIÓN DE DERIVADOS	39
4.3.3.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	40
4.4.	INVERSIÓN EN EL SECTOR AGROINDUSTRIAL.....	41
4.4.1.	INVERSIÓN EN EL ECUADOR.....	41
4.4.2.	FACTORES RELACIONADOS A LA INVERSIÓN EN EL SECTOR.....	42
4.4.3.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	43

5. CAPITULO V: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS	
DERIVADOS DEL COCO.....	45
5.1. ANTECEDENTES	45
5.1.1. PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN EN PORTOVIEJO	45
5.1.2. PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DEL COCO	46
5.1.3. COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS DEL COCO	47
5.2. COMPETITIVIDAD.....	47
5.2.1. DIFERENCIACIÓN	50
5.2.2. INNOVACIÓN EN PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	51
5.2.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS	51
5.3. MIGRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	54
5.3.1. MERCADOS OBJETIVOS	55
5.3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	55
5.4. NIVEL DE PRODUCTIVIDAD.....	56
5.4.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	56
5.4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	58
CONCLUSIONES	62
6. CAPÍTULO VI: PROPUESTA	64
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	64
6.2. OBJETIVOS.....	64
6.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	64
6.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	64
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	64
6.4. BENEFICIARIOS	65

6.5.	GEOLocalIZACIÓN DEL PROYECTO	66
6.6.	IMPACTO DE LA ESTRATEGIA.....	67
□	IMPACTO ECONÓMICO.....	67
□	IMPACTO EMPRESARIAL	67
□	IMPACTO SOCIAL.....	67
□	IMPACTO AMBIENTAL	67
6.7.	DIAGRAMA GRAFICO DE LA PROPUESTA:.....	69
6.8.	ETAPA 1: DIAGNÓSTICO.....	70
6.8.1.	ANALISIS DE LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN	70
6.8.2.	ANALISIS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS.....	71
6.8.3.	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	73
6.9.	ETAPA 2: PLANTEAMIENTO	75
6.9.1.	EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	76
6.9.2.	SOCIALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS AGROPRODUCTORES	78
6.9.3.	DISEÑO PARA LA CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO.....	80
6.10.	ETAPA 3: IMPLEMENTACIÓN	81
6.10.1.	INSTALACIÓN DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL.....	81
6.10.2.	CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO REQUERIDO	81
6.10.3.	ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD	83
6.11.	ETAPA 4: CONTROL	87
6.11.1.	CONTROL DE LA PRODUCCIÓN BAJO NORMATIVAS	88

6.11.2. CONTROL DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO (PRODUCTORES).....	90
6.11.3. CONTROL DE GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN.....	91
6.12. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	93
6.13. PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	94
REFERENCIAS.....	105
APÉNDICES.....	111
APENDICE A: Árbol del problema.....	112
APENDICE B: Modelo de encuesta aplicada	113
APENDICE C: Modelo de entrevista aplicada	114
APENDICE D: Solicitud de entrevista para el desarrollo investigativo del proyecto	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la Variable Independiente	23
Tabla 2. Operacionalización de la Variable Dependiente	24
Tabla 3. Régimen Tributario	36
Tabla 4. Porcentaje de utilización del fruto	52
Tabla 5. Derivados del coco	53
Tabla 6. Geolocalización de la demanda.....	59
Tabla 7. Canales de Distribución	60
Tabla 8. Presupuesto para la implementación de la estrategia.....	94
Tabla 9. Cronograma de actividades presupuestado	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Régimen Tributario.....	37
Figura 2. Porcentaje de utilización del fruto	52
Figura 3. Derivados del coco	53
Figura 4. Geolocalización de la demanda	59
Figura 5. Canales de Distribución.....	60
Figura 6. Geolocalización de la estrategia en Mejía, Portoviejo.....	66
Figura 7. Diagrama de la estrategia del proyecto.....	69
Figura 8. Marketing Mix	85
Figura 9. Digital Marketing Mix	86
Figura 10. Estructura organizacional para la gestión estratégica.....	87
Figura 11. Árbol del Problema.....	112

INTRODUCCIÓN

Con el crecimiento agigantado en que la industria avanza en la actualidad, las tendencias económicas y de consumo van generando un impacto significativo en el área industrial y con ello empresarial, donde según expertos, el fortalecimiento de la industria rural en la localidad de la producción a través de la optimización de los procesos productivos de industrialización para la obtención de derivados de los productos del agro, se constituye como herramienta significativa de crecimiento y desarrollo económico de los países, pero principalmente en el entorno socio económico rural.

Para el desarrollo de este proyecto de titulación se analizó la gestión de la producción agrícola del coco de la ciudad de Portoviejo desde el estudio de las finanzas y la gestión empresarial de dicha actividad económica, estudio que se estableció en el contexto productivo y en función de la rentabilidad de las operaciones de esta actividad, y que permitió hallar como resultado los diversos factores que inciden en la productividad del sector y la incidencia de este en la economía de local.

Este proyecto consta de seis capítulos, que de forma organizada expresan el desarrollo de la problemática planteada, conduciendo la investigación hasta el hallazgo y satisfacción de los objetivos propuestos, culminando con una propuesta que pretende mitigar el impacto del problema y satisfacer los objetivos de la investigación.

En el capítulo uno se describen los aspectos generales, expresando el problema en el contexto de sus antecedentes y el contexto histórico social en que se desarrolla hasta

la presente, delimitando la problemática para el planteamiento de los objetivos del proyecto, junto a su debida justificación.

En el capítulo dos se expresa el marco teórico del proyecto, a través de los antecedentes que introducen al fundamento teórico de las variables presentes en el proyecto, y el marco conceptual de estas. Además de la fundamentación legal que sostiene el desarrollo de la investigación y lo expresado por el autor en el proyecto, a través de las hipótesis sobre los resultados esperados en la investigación.

El capítulo tres comprende a la metodología de la investigación, describe los tipos de investigación empleadas en el desarrollo de este proyecto, las modalidades que se tomaron en cuenta, los métodos, técnicas, recursos y presupuesto contemplado para el desarrollo del mismo, así como el cálculo de población, muestra y tamaño de la muestra en que se emplearán los recursos para el levantamiento de la información.

El capítulo cuatro describe la variable independiente y el capítulo cinco describe la variable dependiente, a través de la conceptualización de los componentes obtenidos de su segregación en la tabla de operacionalización del capítulo dos, contrastando los resultados obtenidos en la tabulación de las encuestas y entrevista aplicada a la muestra poblacional planteada para el desarrollo del proyecto.

El capítulo seis toma las conclusiones obtenidas tras la investigación y el análisis de la información obtenida en los recursos aplicados a la muestra poblacional, para el diseño, planteamiento y desarrollo conceptual de una propuesta dirigida a los beneficiarios del proyecto, que son los productores y comerciantes de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES

1.1.TEMA

Proceso agroindustrial y su impacto en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

1.2.PROBLEMA

Deficiencia en el proceso agroindustrial de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

1.3.ANTESCENDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial, según el enfoque de la FAO, en su labor por garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de sus países miembros como principal objetivo de esta organización, ha estudiado profundamente el desarrollo de la agroindustria, sobretodo de países en desarrollo, es así que en su publicación *Agroindustrias para el desarrollo*, publicada en el año 2013, menciona las particularidades de la agroindustria para estos países.

Esta publicación, resultante del Foro Mundial sobre Agroindustria, que tuvo la participación de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) y el FIDA (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola), expresa que la aparición de la agroindustria ha transformado históricamente al sector agrícola, como base en la economía de las naciones, del sector informal al sector formal.

Esto conlleva implicaciones clave para los participantes a lo largo de toda la cadena de abastecimiento hasta llegar al consumidor final, de manera que proporcione

valiosas oportunidades y beneficios de desarrollo de la economía, fortalezca los mercados, y promueva la incursión en el comercio exterior para el dinamismo económico.

Según FEDEXPORT para la Revista Líderes, en su publicación de 22 de enero de 2021, titulada “Más productos de la industria agroalimentaria van al exterior” expresa que el Ecuador está altamente capacitado en el sector, pues incursiona cada vez más en los mercados internacionales con productos elaborados a partir de la agroindustria, de tipo alimentaria mayoritariamente, por lo que como país, se ha denotado que todas estas (industrias) cumplen con altos estándares de calidad e inocuidad, así como de encadenamiento productivo innovador.

Esto ha permitido consolidarse en el mercado internacional con criterios como: sostenibilidad ambiental, sostenibilidad laboral, equidad de género y de trazabilidad, producción de origen, entre los más destacados.

Según la Revista de Manabí en su reciente publicación de enero 2021, propone en su publicación “Agroindustria en los próximos cuatro años” que, Manabí desde su perspectiva agro – productiva ha entrado a una nueva era del agro, donde sus eslabones en la cadena de producción están directamente conectados para lograr alcanzar como resultado, valor agregado exportable.

En la actualidad, los niveles de informalidad en la producción de derivados del agro limitan el desarrollo y la consolidación del sistema agroindustrial, comprometiendo el crecimiento de la agroindustria local.

1.3.2. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA

En el contexto nacional, según la encuesta anual del INEC: de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC), Manabí cuenta con 1,06 millones

(2019) de hectáreas bajo labor agropecuaria, posicionándose así como la provincia más productiva del país, por encima del Guayas y Los Ríos, con 703 mil y 485 mil hectáreas respectivamente.

El sector cocotero, representa uno de los sectores agrícolas de mayor impacto en la economía de la provincia, a pesar de ello, presenta grandes debilidades en la gestión productiva, de industrialización y comercialización.

La producción de coco nacional se concentra en la costa, según la revista Líderes, en Esmeraldas la producción alcanza el 77,26%, y Manabí el 18,72% de la totalidad de la producción del país, donde según la demanda a pesar de contar con zonas de cultivo eficiente de coco, en la industrialización no se aprovechan los elementos constituyentes del fruto.

Debido a la serie de conflictos sociales que afectan al 41% de la población manabita, con la mayor tasa de pobreza y Necesidad Básicas Insatisfechas (NBI), información oficial levantada por el INEC, la ruptura en la relación entre la producción agrícola, la industrialización y la comercialización de los derivados del coco, limita las ventajas que surgen de mantener un flujo dinámico en la cadena agroalimentaria de este producto.

En tanto la producción del coco en el agro local, se desarrolla a través de la agricultura territorial, fundada sobre la observación y la tradición que vincula a un territorio hacia la producción de productos representativos, hoy por hoy, denominado como producción de origen, que centraliza la dependencia económica de una comunidad sobre una producción específica.

Al no diversificar y darle valor agregado al producto en estado bruto, depende integralmente de la venta del insumo en distintos volúmenes como el mayoreo,

mermando aún más los márgenes de ganancia de la producción, como sucede a lo largo de la provincia de Manabí, según el *Análisis de la cadena agroalimentaria del coco (coco nucifera) en la provincia de Manabí*, publicado en la Revista de las Agrociencias de la Universidad Técnica de Manabí.

La realidad de este problema radica en el desatendido e informal sistema de producción, industrialización y comercialización de los derivados del coco en la provincia, que a través de la masificación productiva local, desvía las oportunidades de crecimiento del sector cocotero al vender la producción en estado bruto para ser procesado en ciudades principales del Ecuador como Ambato, Quito y Guayaquil, ciudades donde se concentran las agroindustrias alimentarias y no alimentarias que procesan este fruto en el país.

1.4.DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

- Campo: Finanzas.
- Área: Proceso Agroindustrial.
- Aspecto: Producción y Comercialización.
- Problema: Deficiencia en el proceso agroindustrial de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.
- Tema: Proceso agroindustrial y su impacto en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.
- Delimitación espacial: La presente investigación se desarrollará en la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí.
- Delimitación temporal: La presente investigación se llevará a cabo en el periodo Abril – Septiembre 2021.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer el impacto del proceso agroindustrial en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad e Portoviejo.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el sistema de producción de derivados del coco para la competitividad del sector agroindustrial.
- Identificar la gestión de la producción de coco como insumo a procesadoras en otras provincias del país.
- Analizar la inversión en el sector agroindustrial local del coco y su nivel de productividad.

1.6.JUSTIFICACIÓN

Conocer el impacto que tiene la agroindustrialización en el sector de la producción de coco de la ciudad de Portoviejo representa una herramienta para la toma de decisiones por parte de los actores de la producción local, beneficiando así, a través de la empleabilidad adecuada de los recursos necesarios, a toda la cadena agroproductiva del coco.

La importancia de esta investigación está directamente relacionada al mejoramiento del sistema de producción y comercialización de los derivados del coco en la ciudad de Portoviejo, siendo la producción de coco de la provincia de Manabí la segunda más grande del país, y Portoviejo una de las tres ciudades que la producen en la provincia.

Con el desarrollo de este trabajo de titulación se pretende la sustentación de nuevas oportunidades de crecimiento de este sector de la producción, empleando la

información resultante para el planteamiento de estrategias innovadoras y eficaces que impulsen la diversificación de la agroindustria local de este fruto, y así optimizar el rendimiento de este sector agroproductivo.

A través de la agroindustrialización se presentan valiosas oportunidades y beneficios para los países en desarrollo, sobre todo para aquellos que gozan de recursos y condiciones naturales de producción diversa, siendo este el caso del Ecuador gracias a su posición geográfica y sus microclimas.

Por esta razón el presente trabajo se enfoca en destacar las oportunidades que representa la repotenciación de la agroindustria local para la producción de coco y sus derivados que, se constituyen en una oportunidad significativa de crecimiento del sector agrícola e industrial, y en la conjugación de ambos alcanzar la optimización de los recursos, el mejoramiento de la economía local, el crecimiento del sector agroindustrial de la provincia y la región.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.ANTECEDENTES

En la Universidad de El Salvador, en San Salvador, en el año 2005, los autores Ortega, J., Reyes, J. y Torres, J, desarrollaron la investigación para la Propuesta de agroindustrialización del coco como una estrategia para la contribución económica al desarrollo rural de la comunidad de la Isla Espíritu Santo, Puerto El Triunfo en el Departamento de Usulután, y obtuvieron las siguientes conclusiones:

- En las condiciones actuales en el que se desenvuelve la comunidad productora local de coco, se presentan las oportunidades al desarrollo de proyectos de diversa índole, en conjunto con el apoyo externo se puede llegar a impulsar proyectos como este.
- Además concluyeron que: Los procesos productivos para la elaboración de los productos evaluados son factibles desde el punto de vista de equipos y maquinaria, siendo la mano de obra propia del sector el elemento principal del proyecto, requiriendo entonces de la capacitación adecuada que fortalezca el aspecto técnico y así, sea un éxito en la puesta en marcha del mismo.

En la Universidad de El Salvador, en San Salvador, en el año 2020, los autores Fuentes, M., Hernández, G. y Sánchez, A., desarrollaron el proceso de investigación para el Estudio de Factibilidad de una planta procesadora de productos derivados del fruto de coco para el Centro de Investigación, Experimentación y Transferencia de tecnología agroecológica en el Municipio de San Pedro Masahuat, La Paz, donde se obtuvo que:

- Los productos que según el pre diagnóstico realizado son los que se elaboraran en el proyecto y por consiguiente sujetos de estudio de mercado son: el agua de coco envasada, la fibra de coco, el aceite de coco y el carbón activado. Para ello la elaboración y comercialización de los productos derivados del cocotero son factibles desde el punto de vista de la etapa de mercado, contando con un gran porcentaje de aceptación y consumo en la población del área Metropolitana de San Salvador.

En Bolivia, La Paz, en la Universidad Mayor de San Andrés, el autor Gonzales, I., en el año 2018, desarrolló el Estudio de implementación de una planta procesadora para la obtención de la leche de coco en el Municipio de Buenaventura, en la investigación concluyó que:

- A partir del estudio técnico económico para la implementación de una planta procesadora para la obtención de leche de coco como concentrado, se determinó la factibilidad económica del mismo tras haber realizado previamente un análisis de los mercados, la ingeniería del proyecto y la evaluación financiera.
- Además concluyó que: En base a las características propias del fruto y añadiendo las particularidades innovadoras y de alta calidad que presentan los productos, se traduce la gran aceptabilidad por parte de los clientes determinando una demanda creciente para el mercado y estableciendo como productos del portafolio del proyecto, considerando su adaptabilidad a la técnica de extracción del concentrado.

En Ecuador, en la Universidad de Guayaquil, en la ciudad de Guayaquil, en el año 2015, el autor García, S. desarrolló la investigación para el Estudio de factibilidad

para la industrialización de la fibra de coco en el Recinto La Tolita, Pampa de Oro, Esmeraldas. Donde concluyó que:

- El proceso de la industrialización de la fibra de coco es factible porque disminuirá en gran medida la contaminación causada por las cáscaras de coco desechadas en la Isla La Tolita ubicada al norte de Esmeraldas, lo que contribuye al Plan Nacional del Buen Vivir en la línea de acción referente en la transformación de la matriz productiva "Desarrollar de manera sustentable el sector agropecuario fomentando los encadenamientos productivos articulados a la economía popular y solidaria de la zona".
- Así mismo indicó que, según la investigación se puede concluir que: La capacidad instalada de la empresa es de 22579 unidades de láminas de fibra de coco en diferentes espesores al año, lo cual generaría grandes beneficios tanto económicos como ambientales para los habitantes de la Isla La Tolita es así que, para producir la capacidad anual de la empresa se requerirán 5264kg de fibras de coco mensuales, lo cual generaría un ingreso económico mensual de \$526,40 dólares a la Isla y una reducción de 8773 unidades de cáscara de coco mensuales desechadas al ambiente.

En Ecuador, en la Universidad de Guayaquil, en la ciudad de Guayaquil, en el año 2016, el autor Quito, J. desarrolló la investigación para el Aprovechamiento de los residuos de coco para su uso interno y exportación, donde concluyó que,

- La cáscara de coco puede ser convertido en un potencial carbón activo con una estructura interna única, que favorece a la remoción de contaminantes orgánicos. Esto hace que la resistencia al desgaste y la granulometría sea superior a la del carbón de leña y además no perjudica y contamina al medio

ambiente, es decir que no se necesita talar un solo árbol, por consiguiente se determina que la cáscara de coco puede proporcionar un sustituto ecológico del carbón convencional.

- Además mencionó que: existe un gran potencial de negocio con relación al aprovechamiento de la cáscara de coco, la cual en el mercado local no es aprovechada. Los registros documentados y consultados pusieron en evidencia que es una industria virgen en el Ecuador y que se encuentra en desarrollo en otros países.

En la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”, en la ciudad de Calceta, provincia de Manabí, Ecuador, en el año 2014, los autores Andrade, M y Intriago, E. desarrollaron la investigación de Factibilidad de una planta envasadora de agua de coco (*coccus nucifera*) con adición de alcohol, en el cantón Rocafuerte, Manabí, en que llegaron a las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado realizado en las ciudades de Manta y Portoviejo, se determinó que el envasado del agua de coco tiene una aceptación del 56% de acuerdo a la investigación de mercado del agua de coco tendrá una demanda de 806.097 L/año.
- Además su investigación arrojó concluyentemente que: El proyecto desde el punto de vista económico – financiero es factible, siendo el precio de la materia prima el rubro más representativo que influyó directamente en los costos obtenidos: VAN USD\$411.048,17 y TIR 37%, el periodo de retorno de la inversión será de 4 años.

En la Universidad Técnica de Manabí, en la ciudad de Portoviejo, Manabí, Ecuador, en el año 2018, los autores Dueñas, L. y Macías, N., investigaron La Diversificación

relacionada de la producción de coco en Riochico – Ecuador, investigación en que obtuvieron las siguientes conclusiones:

- El estudio ha permitido detectar las principales fortalezas y debilidades, entre las que se destacan la experiencia de los productores, la calidad del coco, las buenas condiciones ambientales, la atención cultural y las relaciones con autoridades locales, sin embargo, existen fuertes debilidades como la escasa comercialización asociativa, desorden en el mercado, caminos deteriorados y elevados requisitos para créditos bancarios.
- Además la investigación aportó que, el cambio de la matriz productiva en el país es un reto al que deben unirse todos los sectores empresariales con el fin de a mediano plazo poder ser exportados de productos terminados de calidad y no tan solo vendedores de materia prima.

2.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. SECTOR AGROINDUSTRIAL

El autor Elkin Cortés Marín, nacido en Angelópolis, Antioquia – Colombia en el año 1953, ingeniero agrícola de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín, donde es profesor titular desde hace más de 30 años, es especialista en maquinaria y equipo agroindustrial de la Universidad del Valle, Se ha desempeñado en el área de mecánica agrícola y agroindustrias, sobre lo que ha publicado variedad de artículos, textos universitarios y su obra de escrita “Sector agropecuario y desarrollo rural: una mirada integral”, publicada por la Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Agropecuarias, Medellín.

El autor Elkin Cortés Marín (2007) en su publicación en la revista CES de Medicina Veterinaria y Zootecnia, describe a la agroindustria como: “un medio básico para

transformar productos agrícolas frescos, para impulsar el sector manufacturero como fuente de exportación, y una condición para la seguridad alimentaria y nutricional.” (p.78)

Describe además que “es innegable el potencial de desarrollo de la agroindustria, considerando no sólo la producción azucarera y cafetera, sino que se debe ampliar a las actividades hortofrutícolas, arroceras, palmera, bananera y la floricultura.” (p.78)

Además el autor Cortés Marín manifiesta en una coautoría, que en la interacción y articulación en la cadena productiva entre el campo y la agroindustria, Cortés Marín, Suarez, H. y Pardo, S. (1996, como se citó a Cortés Marín 2008) a través de “Una planta transformadora puede ofrecer al agricultor oportunidades de nuevos cultivos y, en consecuencia, elevar el nivel de ingresos para la explotación agrícola.

En algunos casos ha permitido que las agriculturas de subsistencia y/o alternativas puedan participar más activamente en el mercado. Para algunos programas de desarrollo regional, la agroindustria ha servido de justificación económica y social para la realización de obras de infraestructura rural: vías, centros de acopio, electrificación, cooperativas, etc.” (p.58)

El autor Rolando Alfredo Chateaneuf Deglin, de nacionalidad China nacido en el año 1932, ingeniero agrónomo en el año desde el 1955, Ingeniero Comercial y Licenciado en Ciencias Económicas desde el año 1968, graduado en la Universidad de Chile, ha dedicado su vida a la docencia universitaria, donde se desempeñó en diversas actividades de la academia desde 1952 en la Universidad donde se graduó y ha hecho numerosas publicaciones de divulgación científica, entre ellas comparte dos la coautoría del libro sobre políticas agrícolas publicado, en 1982, y el libro

titulado “Plantas Medicinales y Medicina Natural. Conversaciones con el Ingeniero William Benavente” en el año 2003.

El autor Rolando Chateaneuf señala en su obra, de coautoría con el autor Fernando Espinosa, “Bases para el desarrollo de la Agroindustria”, que tuvo lugar en la como publicación en el Centro de Estudios de Planificación Nacional de la Universidad de Chile en 1976, que, “se entenderá por agroindustria a una actividad económica que agrega valor a productos provenientes de la agricultura, mediante procesos de transformación o acondicionamiento especial del producto agrícola”.

Destaca que tal concepto debe ir acompañado por la idea de empresa, es decir, de una reunión de factores productivos bajo la dirección de un empresario, y además, por la idea de una localización.

2.2.2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El autor María José Ocampo Harb, de nacionalidad ecuatoriana, nacida en Santo Domingo de los Tsachilas, Ecuador, en el año 1987, Arquitecta de Interiores graduada en la Universidad de Las Américas en el año 2011, y Magister en Administración de Empresas graduada en la Universidad Central del Ecuador en el año 2019.

Ejerció como funcionaria pública en la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2017 y se dedica al libre ejercicio de su profesión, desarrolló como trabajo de investigación para la obtención de sus grado académico de magister, el Plan de negocios de una empresa de diseño, producción y comercialización con derivados no tradicionales del coco, en el año 2019, Quito Ecuador.

La autora María José Ocampo (2019) menciona con respecto a la producción y comercialización de derivados del coco, que “Los cantones donde se concentra las plantaciones y comercialización de la fruta se sitúan de la siguiente manera: Esmeraldas; Atacames, Eloy Alfaro, Esmeraldas, La Concordia, Quinindé y San Lorenzo: Manabí; en los cantones de Portoviejo, Rocafuerte, Jama y Pedernales”. (p.32)

En su investigación indica la importancia del acercamiento al sector productivo donde se obtendrá información de primera mano “a fin de determinar aspectos relacionados a áreas de cultivo, comportamiento de la producción y comercialización, precios de ventas, tipos de ayudas recibidas y, sobre todo determinar que opinan aquellos de la creación del presente plan de negocio y analizar desde su perspectiva, si estarían o no dispuestos a colaborar con la producción para fines específicos que busca este estudio.” (p.32)

La autora Ocampo (2019) también destaca como objetivo empresarial y de investigación, “convertirse en una de las empresas líderes del sector en el diseño, producción y comercialización de productos elaborados a base de materiales reciclables; generando valor agregado a la materia orgánica que comúnmente es desechada”. (p.75)

El autor Paula Andrea Nieto Alemán, de nacionalidad española, nacida en Valencia, España, investigadora graduada en la Universidad Politécnica de Valencia, ejerce su profesión como profesor externo de la misma universidad, tiene cerca de 20 años de trayectoria académica como escritora – investigadora de desarrollo regional, pobreza, comercio internacional, cadenas de valor y agro cadenas por la competitividad, como lo evidencian sus publicaciones de tipo investigativas en

Google Academic, Repositorio de la Universitat de Valencia y de RearchGate, entre los que destaca una coautoría en el año 2008, titulada Cadenas de valor: Un enfoque para las agrocadenas, publicada por la Universidad de La Salle, Bogotá Colombia.

La autora Paula Nieto menciona en una coautoría con los autores Peña, Y. y Díaz, F. (2008) que “con el concepto de agrocadena de valor se relacionan los conceptos de agronegocios y agroindustria, siendo el primero un concepto amplio que abarca proveedores de insumos, procesamiento industrial y comerciantes y minoristas”. (p.81) Destacando también que la importancia de estos “en la producción primaria es el incremento de las oportunidad de añadir valor agregado a los productos”. (p.78)

La autora describe que “las cadenas de valor contribuyen a reducir los costos de transacción, aumentar y mejorar los ingresos rurales, aumentar el flujo de información entre los diferentes eslabones y mejorar (optimizar) la transferencia tecnológica”. (p.81)

Con el fin de optimizar los proceso y resultados de la producción y comercialización la autora menciona que “para desarrollar una gestión integral de cadenas de valor es necesario incluir información de la demanda como tamaño del mercado, estándares de calidad, competencia, prácticas comerciales, entre otras variables, como la oferta para medir las escalas de producción, disponibilidad de recursos y capacidad empresarial. De esta forma lograr un desarrollo sostenible”. (p.84)

El autor Elkin Cortés Marín (2007) en su publicación en la revista CES de Medicina Veterinaria y Zootecnia, explica que: “La elaboración de productos alimentarios y fibras vegetales, constituye la cimentación de la base industrial de la mayoría de los países”. (p.78) Sobre los procesos de producción y comercialización manifiesta que “el enfoque de cadenas productivas y de valor permite evidenciar el peso económico

y cualitativo de cada componente dentro de la competitividad, igualmente refleja otros componentes, dependiendo de la forma como cada actividad o proceso productivo se realiza y de las interdependencias entre sí”. (p.79)

2.3.MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo de este trabajo se ha empleado los siguientes términos de forma recurrente:

Agroindustria, constituye un medio para transformar materias primas agrícolas en productos con valor añadido generando al mismo tiempo ingresos y oportunidades de empleo y contribuyendo al desarrollo económico global tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. (FAO, 2010)

Industrialización, es sinónimo de riqueza, desarrollo económico, liderazgo tecnológico, poder político y dominación internacional, de tal modo que tradicionalmente “la industrialización fue correctamente vista como el motor principal del crecimiento y el desarrollo”. (Naudé, W. y Szirmai, A., 2012)

Proceso, actividad o grupo de actividades en las que se transforman uno o más insumos para obtener uno o más productos para los clientes, sin embargo el concepto puede ser aún mucho más amplio; un proceso puede tener su propio conjunto de objetivos para la obtención de resultados esperados. (Krajewski, Ritzman y Malhotra, 2008)

Producción, (industrial) es el conjunto de procesos a través de los cuales se transforman las materias primas, y obtener así productos de mayor valor agregado, usualmente se relaciona (aunque no exclusivamente) al sector secundario de la economía. Así, se requiere de mano de obra y la combinación de diversos insumos para desarrollar el bien que se llevará al consumidor final. (Westreicher, G., 2020)

Comercialización, se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución. (Kotler y Armstrong, 2012)

Producto, en su definición convergen varios conceptos:

- Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. (Stanton, Etzel y Walker, 2007, p.221)
- Un producto es un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor. (Kerin, Hartley y Rudelius, 2009, p.254)
- Un producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. (Kotler y Keller, 2006, p.372)

Coco, para conceptualizar este fruto se han incluido el aporte de dos autores y sus conceptos:

- El coco es una fruta tropical obtenida del cocotero, la palmera más cultivada a nivel mundial. Tiene una cáscara exterior gruesa y un mesocarpio fibroso y otra interior dura, vellosa y marrón que tiene adherida la pulpa, que es blanca y aromática (Rojas, 2015).
- En 100 gramos de pulpa aporta 342 calorías, siendo una de las frutas más calóricas, de propiedades antioxidantes, alta en fibras, vitaminas (E, C, y B) y minerales (potasio, fósforo, magnesio, hierro). (Penelo, 2018)

Competitividad, es un amplio concepto que sigue siendo discutido en función de los factores que formen parte de la situación en que esta se presente, es así que incluiremos tres conceptos:

- La competitividad (industrial) es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado (Bueno, 1987, p. 734).
- La competitividad es conquistar, mantener, y ampliar la participación de los mercados (Müller, 1995, p.3).
- La competitividad se encuentra determinada por la productividad, lo representa el valor de un producto o servicio generado por una unidad de trabajo o de capital (Porter, 1990).

Gestión, o administración se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión (Robbins y Coulter, 2005).

Productividad, con frecuencia se confunden entre si los términos productividad, eficiencia y efectividad: eficiencia es la razón entre la producción real obtenida y la producción estándar esperada y efectividad es el grado en que se logran los objetivos. En otras palabras, la forma en que se obtiene un conjunto de resultados refleja la efectividad, mientras que la forma en que se utilizan los recursos para lograrlos se refiere a la eficiencia. La productividad es una combinación de ambas,

ya que la efectividad está relacionada con el desempeño y la eficiencia con la utilización de recursos (Felsing, E. y Runza, P., 2002).

2.4.FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente trabajo de investigación se llevará a cabo en la República del Ecuador, bajo el régimen de la Constitución Nacional año 2008, por ello la fundamentación legal del presente trabajo se encuentra en Capítulo Sexto, sobre Derechos de Libertad, en el Artículo 66 se reconocen y garantizan a los ecuatorianos y ecuatorianas que:

De acuerdo al literal 6, pues se garantiza el “derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones”, facultando el desarrollo de este trabajo de titulación.

De acuerdo al literal 15, que estipula el “derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”, literal que faculta el entorno en que se desarrollará la investigación de campo.

De acuerdo al literal 26, que menciona el “derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas”, que garantiza el derecho a la propiedad de autoría sobre el presente trabajo de titulación.

Toda esta declaración de libertad de acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador está sujeta a la licitud con que se desarrolle todo el trabajo de titulación, en cada una de sus etapas.

2.5.HIPÓTESIS

2.5.1. HIPÓTESIS LÓGICA

El proceso agroindustrial impacta significativamente en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

2.5.2. HIPÓTESIS NULA

El proceso agroindustrial no impacta significativamente en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

2.5.3. HIPOTESIS ESTADÍSTICA

H_1 = Hipótesis Lógica

H_0 = Hipótesis Nula

A = Variable Independiente

B = Variable Dependiente

$H_1 = A > B$

$H_0 = A \leq B$

2.6.SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Proceso agroindustrial.

2.6.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Producción y comercialización de productos derivados del coco.

2.7.OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.7.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: Proceso Agroindustrial

Tabla 1. Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS
Los procesos agroindustriales son un conjunto de etapas de transformación aplicados a materias primas de origen agrícola, pecuario, pesquero y forestal, que abarca desde su beneficio o primera agregación de valor, hasta la instancia que generan productos finales con mayor grado de elaboración, constituye uno de los subsectores de gran relevancia para el país, pues se encuentra estrechamente vinculada con los demás sectores de la actividad económica. (Agudelo, J, 2014)	Sistema de Producción	- Grado de formalidad - Estandarización de procesos - Nivel de productividad	¿Qué tipo de Régimen Tributario emplea como productor?	Encuestas aplicadas a productores de la ciudad de Portoviejo
	Gestión de Producción	- Manejo de la producción - Nivel de diversificación de derivados	¿Cuál es su margen de ganancia en la producción? ¿Tiene ud con algún tipo de estudio o preparación en la fabricación de derivados del coco?	Entrevista aplicada a n productores de la ciudad de Portoviejo.
	Inversión en el Sector Agroindustrial	- Inversión en el Ecuador - Factores relacionados a la inversión en el sector	¿Cuál es su margen de inversión en la producción periódica?	Entrevista aplicada a n productores de la ciudad de Portoviejo.

Elaborado por el autor.

2.7.2. VARIABLE DEPENDIENTE: Producción y comercialización de productos derivados del coco

Tabla 2. Operacionalización de la Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS
Se entiende por producción la adición de valor a un bien (producto o servicio) por efecto de una transformación, en que se extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades (Tawifk y Chauvel, 1993, p.4). La comercialización está constituida por todas las actividades que tienden a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades o deseos (Stanton y Futrell, 1987).	Competitividad	- Diferenciación - Innovación en procesos de producción y comercialización	¿Utiliza ud la totalidad del fruto en su proceso productivo? ¿Conoce ud los productos que derivan de cada parte del coco?	Encuestas aplicadas a productores de la ciudad de Portoviejo
	Migración de la producción	-Mercados Objetivos	¿Ha realizado algún estudio de mercado en su entorno local? ¿Ha participado de algún estudio de mercado por parte de industrias?	Entrevista a n proveedores de coco de la ciudad de Portoviejo.
	Nivel de Productividad	-Análisis de oferta y demanda	Preguntas relacionadas al volumen productivo de un sector limitado.	Encuesta de satisfacción del cliente.

Elaborado por el autor.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

- 3.1.1. **EXPLORATORIA:** La investigación exploratoria permite el acercamiento del investigador al hacer la detección del problema y el enfoque del mismo, desde la identificación de la necesidad o problemática en la observación del entorno.
- 3.1.2. **DESCRIPTIVA:** La investigación de tipo descriptiva se aplica a través de la observación comparativa del entorno a la realidad en el planteamiento del problema a través de la descripción de los factores del entorno que contiene el problema propuesto.
- 3.1.3. **ANALÍTICA:** Se aplica este tipo de investigación pues ésta tuvo su origen a través del análisis, y seguirá aplicándose en el análisis de los resultados de la investigación en encuestas y otras herramientas para la recolección de información.
- 3.1.4. **SINTÉTICA:** Este tipo de investigación se aplica a través de la sintetización de la información obtenida a lo largo de la investigación se puede construir las conclusiones, recomendaciones.
- 3.1.5. **PROPOSITIVA:** Este tipo de investigación se aplica en la proposición a desarrollarse tras los resultados de la investigación.

3.2. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

- 3.2.1. **INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA:** Está constituido por el soporte teórico en el marco teórico, que contiene la fundamentación teórica y el marco conceptual, en ambos se encuentra sustentada la información de tipo científica y bibliográfica tomada de otros autores que, contribuyen al desarrollo de esta investigación con sus trabajos previos sobre temas que

guardan similitud al presenta trabajo, o que marcan un precedente para que este trabajo pueda ser desarrollado bajo el debido orden y fundamentado en conocimiento probado en la comunidad científica.

3.2.2. INVESTIGACION DE CAMPO: Está constituido por el soporte práctico en las encuestas y entrevistas que se aplicarán para la recolección de la información de esta investigación a quienes se ha considerado como parte fundamental del sector a estudiar en el presente trabajo.

3.3.MÉTODOS Y TÉCNICAS

La investigación que se va a desarrollar aplicará el método deductivo, pues va de lo general como es el sector agroindustrial del coco en la ciudad de Portoviejo, a lo específico pues para su efecto, se tomará en cuenta la parroquia Riochico y productores del sitio Mejía, de la totalidad de la ciudad de Portoviejo. Es necesario aplicar el método hipotético pues se está planteando una hipótesis sobre el presente trabajo, que será afirmada o negada a través de los resultados de la investigación.

Por consiguiente, la aplicación del método hipotético deductivo es la más adecuada utilización del método de investigación pues permite plantear una hipótesis para obtener un resultado.

3.4.POBLACIÓN Y MUESTRA

Se ha tomado una muestra aleatoria, de esta manera sin tener consideraciones particulares como investigador se puede llevar a cabo la recolección de la información más adecuada que cumpla con los requerimientos o características de la investigación.

3.5.TAMAÑO DE LA MUESTRA

Según el último Censo de Población y Vivienda realizado en Ecuador en el año 2010, la población de la parroquia Riochico es de 10.227 habitantes. De acuerdo a esa misma encuesta, en este índice actualizado en marzo 2018, se determinó que el 27,6% se dedica a la agricultura, reduciendo el número de nuestra población a 2761,29 habitantes que se tomarán como N.

n = tamaño de la muestra poblacionar = x

N = tamaño de la población total = 2761,29

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5^2 \times 2761}{0.05^2 (2761 - 1) + 1.96^2 \times 0.5^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(2761)}{(0,0025)(2760) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{2651,66}{6,9 + 0,9604} = \frac{2651,66}{7,8604} = 337,34$$

3.6.RECURSOS

Se aplicarán encuestas y entrevistas para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

3.7.PRESUPUESTO

El costo del trabajo es USD\$50,00 dólares americanos, el mismo que es financiado por el autor del trabajo y que será empleado en: recargas, internet domiciliario, resma de hojas, compra del pen drive, movilización al sector donde se desarrollará la encuesta y otros si fuere requerido.

CAPÍTULO IV: PROCESO AGROINDUSTRIAL

4.1. CONCEPTUALIZACIÓN, CLASIFICACION Y TIPOS DE PROCESOS

Tras el inicio de la revolución industrial, entre 1760 y 1840, en Inglaterra, y que se extendió luego por toda Europa, América del norte y posteriormente al resto del mundo, la modernización de los procesos de manufactura permitió la transformación de los procesos productivos de las industrias, mejorando la calidad de los productos y servicios resultantes de ello, lo marco el inicio de un nuevo sistema de industrialización que optimiza recursos, mecaniza el trabajo, estandariza procesos e incrementa la productividad.

En la actualidad la agroindustria en los países, según la FAO (2013) se constituye como eje en la producción y el desarrollo económico de las naciones, ya que emplea la producción agropecuaria en sus procesos productivos, transforma y diversifica la materia prima para el aprovechamiento integral de los insumos a través de la manufactura y el aporte del valor agregado.

Desde la perspectiva económica, participa fundamentalmente en la microeconomía pues es una fuente de generación de empleo directo e indirecto, fomenta la diversidad agrícola y el abastecimiento de los mercados, y en macroeconomía incide en las divisas de exportación e importación que contribuyen en el PIB.

El proceso agroindustrial describe la transformación de la materia prima de origen agrícola, pecuario, forestal, pesquero y biológico, que se logra a través de etapas de procesamiento que agregan valor y generan productos finales de mayor grado de elaboración, permitiendo así que productos perecederos puedan ser almacenados, conservados y distribuidos en diferentes formatos, y aprovechando el mayor

porcentaje del mismo en la diversificación de productos a través del proceso agroindustrial.

En el procesamiento agroindustrial, un proceso productivo requiere de la diagramación ordenada, esquematizada y sistemática de las actividades implicadas en el proceso, de manera que se establezca la relación secuencial entre dichas actividades para lograr que se tome como entradas (*inputs*) uno o más insumos y como resultado se obtengan una o más salidas (*outputs*) o productos terminados.

Para optimizar el rendimiento del trabajo en el sistema de producción de la agroindustria, se emplean flujogramas o diagramas de flujo que describen, las acciones completas que se emplean en la manufactura de cada producto, de manera que se obtenga la visión clara y certera del flujo de operaciones implicadas en el proceso, y con ello facilitar el análisis del trabajo y de ser requerido, el rediseño del flujo con el objetivo de incrementar la productividad.

En la elaboración de diagramas de flujo, se estandarizan las simbologías de manera que exista homogeneidad en la interpretación de estos, está descrita en UML o Lenguaje Unificado de Modelado. (Gómez, 1997, p.117)

Las organizaciones construyen sistemas de procesos óptimamente enlazados entre sí de forma integral, tras el análisis e identificación de procesos relacionados entre sí, con el fin de garantizar la maximización de los recursos y de la capacidad instalada para la producción.

El procesamiento agroindustrial puede implicar un proceso de producción que resulte en transformación de la materia prima, como ocurre por ejemplo con la fabricación del rompopo de coco, o puede ser un proceso de producción simple, en que la materia no sufre transformación de su estado original, como sucede por ejemplo con

el lavado, seleccionado y empaquetado del fruto para su comercialización en el mercado.

Entre los tipos de procesos o actividades agroindustriales para la transformación de la materia prima y la obtención de derivados, se describen los siguientes:

4.1.1. ACTIVIDADES AGROINDUSTRIALES SIN TRANSFORMACIÓN

Entre los tipos de procesos agroindustriales sin transformación se encuentran aquellas actividades o procesos primarios que le agregan valor a la materia a través de la presentación de un producto seleccionado, limpio y bien empaquetado, para su comercialización, donde la materia prima industrializada no sufre ninguna transformación, más allá de la manipulación.

4.1.2. ACTIVIDADES AGROINDUSTRIALES DE PRIMERA TRANSFORMACIÓN

Para el procesamiento agroindustrial de primera transformación se emplean actividades que logran darle valor añadido y de conservación a la materia prima protagonista, usualmente a través del envasado, enlatado, congelamiento, secado, limpiado, descascarado, deshidratado, refinamiento, pasteurización, extracción de pulpas, zumos y concentrados, que da como resultado la obtención de más de un derivado de una misma materia prima.

4.1.3. ACTIVIDADES AGROINDUSTRIALES DE SEGUNDA TRANSFORMACIÓN

En las actividades agroindustriales de segunda transformación, se emplean procesos que utilizan como materia prima la materia resultante y residual o subproductos del procesado anterior de la materia prima, que agrega aún más valor al producto resultante, y suele caracterizarse por ser productos de mayor diferenciación en la

agroindustria, como la preparación de conservas mixtas o de sabores especiales, o derivados no alimenticios a partir de los desechos del fruto empleado como materia prima en el primer proceso, como el sustrato de fibra de coco.

También puede emplear la materia prima sin transformar en procesos de elaboración de productos en que, su estructura química es descompuesta, a través de procesos como la extracción de sustancias como azúcares de las frutas, fermentación y descomposición de la materia prima a través de procesos de biodigestión, entre otras actividades.

4.1.4. CLASIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN AGROINDUSTRIAL

Los tipos de procesos de producción agroindustrial están determinados de acuerdo al flujo de la producción, y los más comunes son:

4.1.4.1. PROCESO EN LÍNEA

Este se enfoca en emplear un flujo lineal de la producción, donde todo el esquema del proceso está alineado, empleando los recursos para su producción de forma constante y estandarizando las actividades de transformación. Suele generar altos volúmenes de producción, pues la velocidad del proceso productivo puede ser alta en relación a otros, ya que no requiere de interferencias adicionales a las que el flujo propone en la línea de producción.

4.1.4.2. PROCESO INTERMITENTE

En el proceso intermitente se alcanzan volúmenes medios de producción pero con gran variedad de productos, debido a que se comparten recursos entre varias líneas de producción, usualmente debido a que los *outputs* o productos finales involucran otros productos *outputs* de proceso previos o simultáneos.

4.1.4.3.PROCESO POR PROYECTO

Este tipo de proceso se caracteriza por permitir un alto nivel de personalización, aunque resultan bajos volúmenes de producto en relación al proceso lineal, debido a la secuencia de las operaciones única de cada producto. En este tipo de proceso se puede definir otra subclasificación, de manera que:

- **POR TALLERES DE TRABAJO:** en esta se producen productos altamente personalizados, donde cada actividad en el proceso es relativamente corta y repetitiva, para así proporcionar los diferenciadores requeridos en cada unidad producida.
- **POR LOTES:** en este se produce un trabajo especializado que, por lo general tiene una línea estable de producción y los lotes son producidos con una periodicidad controlada.
- **POR LÍNEA DE ENSAMBLE O DE PRODUCCIÓN:** está compuesto por varias líneas de producción, simulando un proceso productivo intermitente pero en menor proporción, ya que las líneas alternas que se requieren para la finalización del producto, se involucran de la misma manera.
- **POR FLUJO CONTINUO:** en esta secuencia de producción se obtienen altos volúmenes y alto nivel de estandarización, donde las líneas de producción son inflexibles durante el proceso, permitiendo sin interrupciones la movilidad del producto desde la entrada hasta la salida del proceso productivo, lo que permite la optimización del tiempo como parte de los recursos de la operación, siendo entre los procesos productivos por proyecto, el que genera mayores volúmenes.

4.2.SISTEMA DE PRODUCCIÓN

El sistema de producción describe la metodología que se emplea a través de la combinación de los factores productivos para llevar a cabo procesos de

transformación que resulten eficientes por medio de los *inputs* (o entrada de recursos) y los *outputs* (o salidas de productos), y tiene como objetivo la optimización de resultados del proceso de producción de la agroindustria.

Entre los cuatro tipos de sistema de producción principalmente conocidos en la industria se describen: por trabajo, por lote, en masa y de flujo continuo, donde cada uno representa un nivel de producción de mayor escala, respectivamente del anterior, y se guardan como semejanza entre sí, la capacidad de responder ante las necesidades de la producción de acuerdo al tamaño de la producción y capacidad productiva instalada en la industria.

4.2.1. GRADO DE FORMALIDAD

La formalización del sistema de producción en su amplitud de oportunidades de constitución, promueve la inserción de todo ente productivo como parte de la economía formal. El grado de formalidad describe entonces, el nivel de formalización de cada unidad económica, siendo entonces el productor y comerciante informal el más pequeño de ellos.

En el Ecuador, la asociatividad en el sector de la producción es de valor imprescindible, pues dentro del contexto empresarial ha tomado gran relevancia sobretodo en el sector primario de la producción, pues nunca antes estuvo tan organizado como hasta ahora que, según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, para el 2020 se encuentran registradas 12520 asociaciones del sector productivo. (SEPS, 31 de mayo 2021).

El objetivo de la formalización empresarial y la industrialización de los procesos productivos es crear nuevas y mejores oportunidades de empleo y crecimiento económico del sector productivo, reducir la pobreza e índices de vulnerabilidad,

mejora de la competitividad y reducción de las barreras de entrada comercial, mientras que para los gobiernos, en sus distintos niveles, la formalización de la empresa constituye un entorno propicio de crecimiento económica y condiciones de vida y trabajo.

La industrialización y diversificación de los procesos productivos se constituyen como grandes ventajas para la economía de un país y de los sectores de la producción, pues optimiza los niveles de calidad de las operaciones así como la calidad de vida de los participantes primarios y secundarios en las distintas etapas y ciclos productivos.

4.2.2. ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS

En cuanto a la producción, en cualquier grado de formalidad, la estandarización de procesos se traduce como una ventaja competitiva, pues a través de la estandarización de procesos se logra la optimización de recursos tangibles e intangibles, como la optimización del tiempo de trabajo o producción, y la maximización del uso de las instalaciones y maquinarias para la agroindustrialización.

La estandarización de procesos gestiona procesos individuales o grupales, mejorando dinámicamente el aumento del potencial para competir en el mercado, a través del diseño organizacional e industrial, implantando normas, procedimientos y métodos para su desarrollo.

El autor Allan Morgensen (1932) a lo largo de su trabajo, estableció parámetros que al día de hoy contribuyen aun con el desarrollo de la industria pues entre otras cosas afirma que “la persona que hace el trabajo sabe mucho más que nadie sobre la mejor

manera de hacer ese trabajo y, por lo tanto, es la persona más adecuada para mejorarlo”.

Tales principios han sido aplicados en las distintas metodologías como *Know How*, en las distintas disciplinas y áreas de la industria, pues la industria se caracteriza por ser metodológica, sistemática y organizada, por lo que alcanzar la excelencia en el desempeño de la industria se debe en gran manera al conocimiento y mejoramiento constante de las operaciones.

4.2.3. NIVEL DE PRODUCTIVIDAD

La productividad es un indicador que refleja el aprovechamiento eficiente y eficaz de los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios, en el caso de la agroindustria se puede definir como la relación entre los recursos empleados y los recursos obtenidos, que en la antigüedad se relacionaban en forma directa entre trabajo y capital, mientras que en la actualidad y en la diversidad de autores, se puede establecer que la productividad responde a la relación entre un cúmulo de factores como las inversiones, el desarrollo tecnológico, la optimización del sistema de producción, utilización de la capacidad instalada del sistema de producción, entre otras vertientes.

Con este precedente, según Felsing y Runza (2002), existen dos formas de medición de la productividad: por un lado están las mediciones parciales que relacionan la producción con un insumo (trabajo o capital) y por el otro, están las mediciones multifactoriales que relacionan la producción con un índice ponderado de los diferentes insumos utilizados. (pp.3)

Algunos autores sugieren que la clave para la mejora de la productividad en los procesos productivos consiste en implementar estrategias de gestión departamental

que puedan ser evaluables y medibles en sus resultados, pues el análisis minucioso de la funcionalidad de cada departamento contribuye a la mejora de la productividad empresarial.

La optimización de los recursos básicos, llamados también factores de producción agiliza la gestión operativa, en ocasiones la simplificación de procesos promueve más rápidamente la actividad empresarial al entorno digital.

4.2.4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se aplicó encuestas a productores de coco de la ciudad de Portoviejo, de la parroquia Riochico, donde se obtuvo los siguientes resultados con respecto a:

1- ¿Qué tipo de Régimen Tributario emplea como productor?

Tabla 3. Régimen Tributario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
RISE	7	2%
RUC	4	1%
NO USA	326	97%
TOTAL	337	100%

Elaborado por el autor.

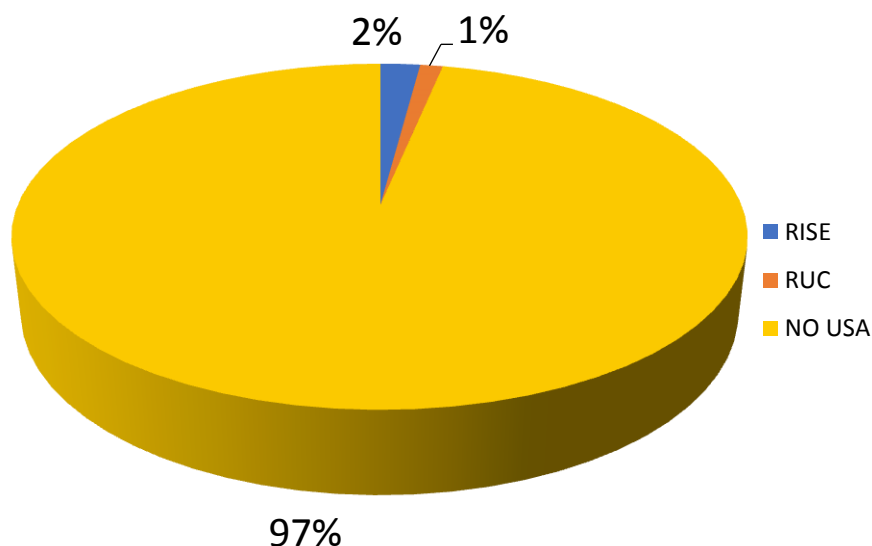


Figura 1. Régimen Tributario

En la encuesta aplicada a una muestra de 337 individuos, siendo ellos productores de coco de la ciudad de Portoviejo, se determinó que el 97% de la población encuestada correspondiente a 326 personas no utilizan Registro Único del Contribuyente o Régimen Impositivo Simplificado, es decir que no se encuentran debidamente registrados en la actividad comercial que realizan.

El 2% de esta muestra poblacional siendo representado por 7 personas encuestadas, utilizan el RISE y el 1% de la población encuestada, representada por 4 personas utilizan RUC, en este último segmento poblacional se encuentra una asociación que realiza la actividad comercial en nombre de sus socios.

4.3.GESTIÓN DE PRODUCCIÓN

La gestión de la producción corresponde a un conjunto de tareas y responsabilidades que tienen como objetivo garantizar el rendimiento del sistema de producción a través de la organización del trabajo.

El objetivo principal de esta gestión es garantizar que la producción sea óptima, de calidad y cantidades ideales, para alcanzar los niveles de beneficio deseados con respecto a la rentabilidad.

La FAO asocia la desnutrición e inseguridad alimentaria en las naciones a la baja productividad agrícola, a la carente diversificación de la producción y la ineficiente gestión de los recursos provenientes del agro, consecuentemente de las limitaciones políticas, institucionales y tecnológicas.

De manera que remarca la incidencia de estos factores en la variabilidad estacional y anual de la oferta de alimentos. La identificación de este problema da como resultado en el fomento constante de parte del organismo por incentivar la diversificación de las actividades de producción y el procesamiento agroindustrial. (2009)

4.3.1. MANEJO DE LA PRODUCCIÓN

En el manejo de la producción agrícola, se desarrolla un sistema de control escalable que permite la extracción de datos de las distintas actividades de un sistema de producción del agro, como la evaluación de los sustratos, agua, factores ambientales, entre otros, con el objetivo de mejorar el rendimiento productivo, pero también describe el proceso de evaluación, control y selección que de esta producción para su comercialización como insumo y materia prima para la agroindustrialización.

El manejo de la producción en la agroindustria responde al cumplimiento de objetivos como la minimización de eslabones en la cadena de abastecimiento en *input* y *output*, la eficiencia en la gestión de tiempos y plazos de entrega de los distintos procesos productivos, y garantizar la calidad en el estado de la materia prima e insumos, así como de los resultantes.

En un sistema de producción artesanal, la transformación no industrial involucra mayor contacto con el hombre en su proceso productivo, por lo tanto el control y gestión de la producción en sus procesos de fabricación requiere de responsabilidad y ética profesional para el manejo seguro de los insumos, materia prima y productos resultantes.

4.3.2. NIVEL DE DIVERSIFICACIÓN DE DERIVADOS

Cuando se habla de diversificación de productos en la agroindustria, se destaca el uso eficiente de toda la materia prima para minimizar el desperdicio que queda como resultado de la producción primaria o de primera transformación, a través de tecnologías químicas y de biotecnología se logra la optimización de recursos que se traducen en mejora del rendimiento económico y productivo de la industria.

El autor Huerta-Riveros mencionó que la diversificación con el enfoque de la Teoría de Recursos y Capacidades trata de explicar los motivos por los cuales las empresas, que desarrollan su actividad en el mismo entorno competitivo y están sujetas a los mismos factores de éxito identificados en el sector económico, obtienen niveles de rentabilidad diferenciados, en tal aporte identificó que el factor clave para ello eran determinar el potencial de la empresa para establecer ventajas competitivas en base a su capacidad de diversificación innovadora en el mercado, diseñando y creando productos que generan la identificación en el mercado ante la competencia.(2004)

Por tal motivo, a nivel mundial y debido a razones ambientales, económicas y sociales, la agroindustria se enfrenta al reto de transitar hacia la diversificación productiva y la renovación constante, con el fin de garantizar su sostenibilidad como sistema productivo, diversificando constantemente su producción en relación a las

tendencias y dirigida a las necesidades del mercado, y a renovar constantemente su imagen corporativa en miras de la digitalización.

4.3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se desarrolló una entrevista a Yadira Katerine Velásquez Rivas, presidenta de la Asociación de Producción Agrícola de Coco Ebanitos ASOCOCOEBANITOS – RUC: 1391867670001, ubicada en el sitio Los Ebanitos de la parroquia Riochico, donde se obtuvo los siguientes resultados con respecto a:

2- ¿Cuál es el margen de ganancia de la producción?

La entrevistada expresó que no tiene definido el porcentaje exacto, pues con la pandemia debieron cesar sus actividades y las están retomando apenas desde el mes de junio, sin embargo, la producción de sus derivados como aceite de coco, rompopo de coco y cocadas, entre los principales, no se han retomado hasta poder concretar sus convenios con canales de distribución.

3- ¿Tiene usted algún tipo de estudio o preparación en la fabricación de derivados del coco?

La entrevistada expresó que desde que se constituyeron, los 11 socios que actualmente constituyen la Asociación de Producción Agrícola de Coco Ebanitos ASOCOCOEBANITOS, se plantearon como objetivo no continuar vendiendo la producción como materia prima, es decir el coco, sino aprovechar la productividad del sector que ella define como altamente productora de coco, para la diversificación del producto y empezar a ver el coco como materia prima y no como producto final.

Para garantizar el éxito de esta idea, se han mantenido firmes en aportar a su producción la calidad de una producción artesanal, y los sabores típicos de la zona,

por lo tanto sus productos elaborados en confitería como cocadas, rompope y manjar de coco son de tipo artesanal preparados con sabores tradicionales, aunque no cuentan con certificación de la Junta del Artesano del Ecuador.

Velásquez descartó rotundamente que en algún momento tuvieran la intención de comercializar su materia prima como asociación a otras industrias, destacó que la constitución de la asociación y la mejora de sus proceso productivos es lo que los motiva a crecer y buscan llegar a ser competitivos en su inserción en el mercado nacional.

4.4.INVERSIÓN EN EL SECTOR AGROINDUSTRIAL

Es muy escasa la información estadística que existe sobre la agroindustria ecuatoriana, sobretodo porque los censos oficiales de parte de los organismos pertinentes no existen, pero en 2006, por primera y única ocasión se elaboró un listado de registro de dependencias gubernamentales y privadas en que se detalla que, existen (hasta 2006) 51000 empresas, de las que 3.318 son agroindustrias, dato citado el 9 de mayo de 2014.

En la actualidad, el sector agroindustrial en el Ecuador representa un gran motor económico por tres razones: representa el 9% del Producto Interno Bruto del País (2020); ayuda a cumplir con la soberanía alimentaria y, contribuye con un 26,8% es donde más concentración de empleo existe por parte de la población económicamente activa del Ecuador.

4.4.1. INVERSIÓN EN EL ECUADOR

El Ecuador desde sus distintas ópticas y fuentes de inversión, converge millones de dólares en inversión al sector agroindustrial, según BID INVEST, miembro del GRUPO BID, en 2020 es grupo financió millones de dólares en la agroindustria

ecuatoriana, con empresas como Procesadora Nacional de Alimentos (PRONACA), PACARI Chocolate y La Estancia Investment Holding (LA ESTANCIA), hasta noviembre 2020.

De acuerdo al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, para el segundo trimestre del año 2021 se pudo denotar que las ventas totales en los sectores de la productividad presentaron un aumento de USD\$4953 millones de dólares, lo que representa un crecimiento del 10% respecto del mismo periodo del año 2020, en que la agroindustria representa un 8,4% del total porcentual.

4.4.2. FACTORES RELACIONADOS A LA INVERSIÓN EN EL SECTOR

Para propiciar una inversión debe existir una atmosfera donde los factores del entorno positivamente a la minimización del riesgo de una inversión, para ello se estudian indicadores, situaciones particulares del entorno y factores relacionados específicamente al sector de la inversión, entre estos últimos podemos destacar por ejemplo factores macroeconómicos como PIB, liquidez, producción industrial, propensión de consumo, interés del mercado, relación entre la oferta y demanda temporaria que, estará directamente relacionada a otros factores como el consumo de productos y servicios como la elasticidad o rigidez de la demanda.

En el año 2020, a partir de la situación sanitaria que el mundo enfrentó ante la pandemia por COVID-19, las tendencias de consumo cambiaron o evolucionaron, pues las necesidades del mercado global sufrieron una gran transformación a raíz del confinamiento.

A pesar de ser este un caso extremo y muy repentino, la evolución en las tendencias de consumo no son extrañas, pueden deberse al cambio de gustos y preferencias del

consumidor, corrientes emergentes por moda o apropiación cultural, también pueden deberse a expectativas entre otras a temporadas oportunistas.

Por ello es necesario analizar correctamente la demanda o si existe mercado para la producción antes de invertir en la agroindustrialización de un producto, pues la perpetuidad de una agroindustria reside en completar el proceso hasta la comercialización de los productos en el mercado garantizando la satisfacción del cliente.

4.4.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se desarrolló una entrevista a Yadira Katherine Velásquez Rivas, presidenta de la Asociación de Producción Agrícola de Coco Ebanitos ASOCOCOEBANITOS – RUC: 1391867670001, ubicada en el sitio Los Ebanitos de la parroquia Riochico, donde se obtuvo los siguientes resultados con respecto a:

4- ¿Cuál es su margen de inversión en la producción periódica?

Debido al cese de sus actividades productivas por poco más de un año, Velásquez supo indicar que se han enfocado en capacitarse a través de MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC, institución sin fines de lucro constituida desde 1985, y Comercio Justo, para la incidencia de la cadena productiva, comercial y las economías de sectores emergentes.

A través de este proceso de capacitación están planteándose proyectos para el crecimiento de sus actividades productivas a través del desarrollo de planificación y presupuesto de inversión para la industrialización de algunos de sus procesos productivos.

En cuanto a la producción de sus materia prima, mencionó que no incurren en gastos contemplados como ajenos, pues al ser una comunidad y estar asociados, las actividades de cosecha las realizan entre ellos.

Con respecto a los procesos de producción recalcó que al realizarlos de forma artesanal cada uno de los miembros de la asociación aporta su mano de obra, en las diferentes actividades requeridas para la preparación de la materia prima, elaboración de productos derivados del coco y envasado final, así como las actividades requeridas en los procesos de comercialización de sus productos.

CAPITULO V: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

DERIVADOS DEL COCO

5.1.ANTECEDENTES

La experiencia de Tailandia, México y Corea del Sur son un ejemplo de aprovechamiento del coco a gran escala, siendo Tailandia uno de los principales exportadores de productos derivados del coco. Según PROCOMER las ventas mundiales de coco y sus subproductos provinentes mayoritariamente de Vietnam, Indonesia y Tailandia, que concentran el 56% de la producción mundial, estuvieron valoradas en USD\$11 600 millones de dólares para el año 2020, y tiene expectativas de crecimiento anual promedio de un 10%. (2020, p.3)

En Ecuador, de acuerdo al catastro actualizado de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, existe una única asociación de Producción Agrícola de Coco, y se encuentra en la ciudad de Portoviejo, parroquia Riochico, sitio Los Ebanitos, esta comunidad se caracteriza por ser productora de coco y produce productos derivados del coco de forma artesanal y tradicional.

Sin embargo, la masificación de la producción de derivados del coco se encuentra fuera de la provincia, con agroindustrias que producen derivados alimenticios a partir del coco, estas industrias debidamente constituidas comercializan sus productos en el país a través de las redes de comisariatos y centro comerciales.

5.1.1. PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN EN PORTOVIEJO

En cuanto a la producción de los derivados del coco, en la ciudad de Portoviejo, hasta la publicación de este proyecto, no se industrializa la producción, se caracteriza por ser artesanal, se lleva a cabo de forma colectiva y tradicional, se comercializa desde expendios informales, en variadas presentaciones como: helados de coco, que

van desde el helado de paila tradicional hasta el helado en base de crema del mismo fruto que se comercializa en su propia cáscara madura y seca.

El coco se encuentra presente también de forma local en presentación alicorada, presentación típica y tradicional de la provincia y comercializada de manera rural sobretodo.

La forma más tradicional, fácil de encontrar y típicamente conocida en que se puede encontrar en la localidad es el agua de coco, sea embotellada sin ningún registro sanitario, o directamente del fruto, disponible la zona donde se produce como el sitio Sosote, la parroquia Riochico y el sitio Mejía, principalmente, todas ellas en la ciudad de Portoviejo. En un medio de comercialización mayoritariamente informal.

5.1.2. PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DEL COCO

En la agroindustrialización del coco, el 30% del fruto suele ser desechado, por composteo o comprimido por la industria para ser desechado, siendo históricamente un desecho contaminante al espacio visual y al entorno natural por su baja porosidad y ser de corteza dura, suele tardar años en descomponerse totalmente.

Sin embargo, es este residuo, la materia prima ideal para la fabricación de productos derivados del coco no tradicionales y no alimenticios, pues a través de biotecnología se desarrolla a partir de la fibra de coco, la biomasa o biopolímero ideal para la fabricación de utilería de cocina y servicio de un solo uso, de fácil degradación, como platos, sorbetes y vasos de tipo desechables, capaz de disolverse en periodos menores a un año y volver al suelo sin generar impacto ambiental negativo. En el Ecuador existe una única empresa que emplea esta tecnología en la fabricación de sorbetes descartables a partir de la fibra de coco y celulosa.

Dentro de los productos de tipo alimenticio resultantes de la agroindustrialización del coco, se puede emplear el coco local para la preparación de bebidas con licor como el rompope de coco, el aguardiente añejado en el interior del coco y el ron de crema de coco, este último no se produce en el Ecuador.

A partir de su pulpa las posibilidades son variadas, y suelen ser empleadas muchas veces como sustitutos libre del gluten como la harina de coco en la repostería, así como los confites que tienen el coco como ingrediente principal.

5.1.3. COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS DEL COCO

En la cartera de productos existentes en el Ecuador que se derivan del coco, únicamente se conoce como medio masivo de comercialización las cadenas de supermercado, en las que hoy en día se encuentran disponibles estos productos en su totalidad, además de la empresa que produce y comercializa en islas en centros comerciales, derivados del como como: helado mantecado de coco, galletas, cocadas y aceite de coco.

Sin embargo, el proceso de comercialización se ve limitado, pues no es el único canal de distribución pero sí el más sencillo de emplear, es por esto que el crecimiento de la agroindustria demanda la incursión en nuevos mercados, sobre todo de aquellos mercados donde se puede competir más allá del precio, en calidad y innovación.

5.2.COMPETITIVIDAD

La competitividad puede ser medida en términos de producto, producción, costes, calidad, innovación inclusive en los procesos productivos, donde se pueda lograr la distinción o diferenciación de la competencia empezando por la local, es así que al encontrar un sistema productivo informal, de baja especialización e inclusive de

muy corta producción, se contempla que la competitividad es alcanzable como objetivo de corto plazo, donde las estrategias en el proceso de producción y comercialización pueden mejorar la eficacia de los procesos y ser eficientes para este sector productivo.

De acuerdo con Ferraz, Kupfer y Haguenuer (1996), “la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible.” De manera que las capacidades mencionadas guardan relación con otros factores, algunos de ellos, fuera del control de las empresas.

Lo que se definiría como el concepto de competencia perfecta, es decir, que en un mercado ninguna empresa o agente puede incidir unilateralmente sobre su comportamiento (de la empresa) y entonces la oferta y la demanda determinan el comportamiento orgánico del mercado.

Bajo esta premisa, la competitividad de una empresa, cualquiera que fuere su tamaño, depende de su crecimiento endógeno, considerando aspectos como el capital o talento humano, las renovaciones e innovaciones tecnológicas, la infraestructura y capacidad instalada, la apertura y gestión comercial, la eficacia de sus procesos y operaciones, principalmente.

Sin embargo, ninguno por sí sólo logra resultados excepcionales, pues para ello, según Ferraz, Kupfer y Haguenuer (1996), “se requiere de un enfoque integral, dinámico y original en relación a los objetivos que la organización se propone a corto, mediano y largo plazo”.

Desde el punto de vista exógeno, la competitividad según Ferraz, Kupfer y Haguenuer (1996), la competitividad de las empresas están condicionadas a la

competitividad productiva del país, limitada en todo caso a políticas públicas, nivel de renta, condiciones de inversión, inflación, tasas de interés y factores empresariales, estructurales y sistémicos. En todo caso, en el dinamismo del entorno exógeno, las empresas pueden tener ventajas competitivas.

La ventaja competitiva no es únicamente estudiada como parte de los negocios sino desde la perspectiva del marketing, pues responde a “la capacidad de una empresa para actuar de una o varias maneras que los competidores no pueden o no quieren igualar”, según Kotler. (2012)

Con un mercado tan cambiante como el que se define hoy, es difícil alcanzar estrategias que se constituyan como ventajas competitivas sostenidas, pues debido a la competitividad de las empresas, estas están en constante evolución, partiendo de la observación de la competencia al mejoramiento de ellas. Corredor (2017) sostiene que “una ventaja resultará efímera puesto que más pronto que tarde será copiada y mejorada por sus competidores”. (p. 82)

Por ende, otros autores explican que existen dos ventajas competitivas sostenidas en que las empresas pueden especializarse: la primera es el estado de alerta y agilidad con que la organización reacciona al mercado, sus tendencias, necesidades desatendidas y oportunidades; y la segunda es construir su marca corporativa de forma auténtica.

Las empresas competitivas tienen la peculiaridad de ser organizaciones capaces de operar y lograr un crecimiento económico de forma sostenida y perdurable en el tiempo, esta es la meta que comparten todos en el mundo de los negocios, y para lograrlo es necesario que se dirija la atención sobre el entorno para encontrar en él las necesidades insatisfechas del mercado.

5.2.1. DIFERENCIACIÓN

La diferenciación en el mundo de los negocios es conocida como una estrategia de apalancamiento empresarial, que se desarrolla a través del marketing corporativo y tiene como objetivo resaltar las características únicas de la empresa o del producto (si se enfoca en la producción) para posicionarlo en el mercado y obtener así ventajas sobre la competencia.

Para su eficiencia, el estudio del mercado objetivo es indispensable, ya que las tendencias emergentes son determinantes en el comportamiento del consumidor. En la actualidad, el principal factor diferenciador a la hora de decidir una compra, por sobre el precio y el producto, es la atención al cliente.

En el proceso de producción y comercialización de coco, es necesario conocer las necesidades del mercado y su comportamiento, de esta forma se puede determinar la producción que la agroindustrialización debe tomar en cuenta, y aquella que no, definir así los procesos en función de los resultados o productos resultantes, y darles valor agregado que lo diferencie de la competencia.

De esta manera se crea valor en un entorno competitivo, creativo y capaz de formular propuestas nuevas e innovadoras que satisfagan las expectativas del público, que es cada vez más exigente en cuanto a las tendencias de consumo, por lo que el perfeccionamiento se vuelve una meta constante.

Porter (2017), propone una teoría que indica la presencia de cinco factores que resultan constantes en el dinamismo de la competitividad empresarial, la importancia de cada uno de ellos recae en que deben ser entendidas en la relación que guardan entre sí, y a estas se les atribuye la capacidad de moldear la competencia de un sector, estas son:

- Amenaza de nuevos aspirantes,
- Amenazas de productos sustitutos,
- Poder de negociación de los proveedores,
- Poder de negociación de los competidores,
- Que constituyen el ciclo de competencia del mercado. (Porter, 2017)

5.2.2. INNOVACIÓN EN PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La innovación es el medio a través del cual se pueden explotar los recursos existentes para elevar una producción a su máximo potencial, a pesar de aquello la innovación en un mundo globalizado es particularmente complejo de alcanzar a la hora de competir, pues la eliminación de barreras fronterizas gracias a recursos como la internet, hacen de esta una lucha constante por alcanzar la fidelización del cliente.

Por ello se promueve siempre la innovación constante, que si bien puede ser subjetiva en el cúmulo de factores que constituyen la imagen de una empresa, es la innovación y la diversificación el camino más seguro para la perpetuidad de una empresa.

La innovación en el proceso de producción y comercialización demanda de tecnologías y recursos productivos que optimicen los recursos empleados en el proceso y generen la satisfacción esperada en el cliente, inclusive en la accesibilidad que el cliente espera tener del producto en términos de disponibilidad.

5.2.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se aplicó encuestas a productores de coco de la ciudad de Portoviejo, de la parroquia Riochico, donde se obtuvo los siguientes resultados con respecto a:

5- ¿Utiliza usted la totalidad del fruto en su proceso productivo?

Tabla 4. Porcentaje de utilización del fruto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SÍ – 100%	0	0
AGUA Y PULPA – 70%	337	100%
SÓLO CÁSCARA – 30%	0	0
TOTAL	337	100%

Elaborado por el autor.

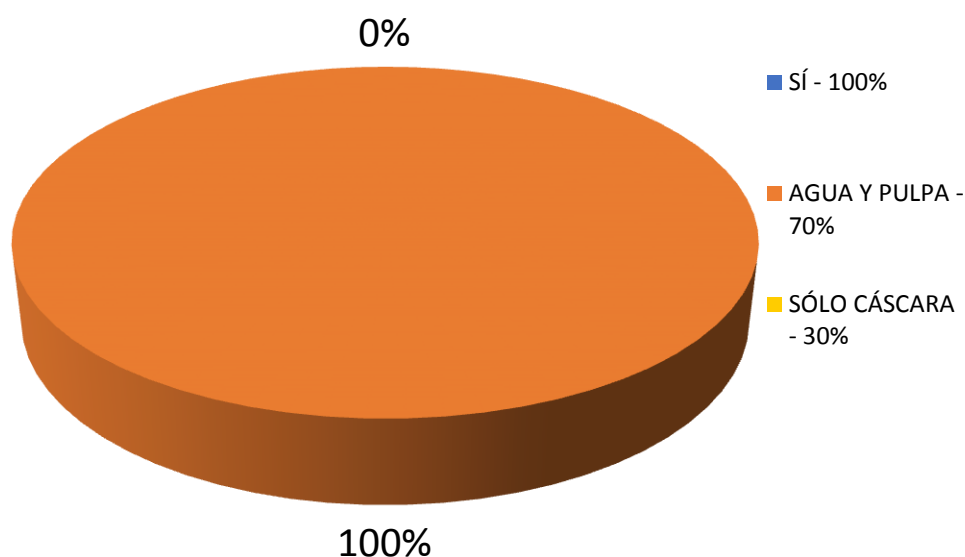


Figura 2. Porcentaje de utilización del fruto

En la encuesta aplicada a una muestra de 337 individuos, siendo ellos productores de coco de la ciudad de Portoviejo, se determinó que el 100% de la población encuestada correspondiente a 337 personas utilizan únicamente la pulpa y el agua de coco, es decir el 70% del fruto, para sus procesos productivos, dejando el 30% como desecho.

6- ¿Conoce usted los productos que se derivan de cada parte del coco?

Tabla 5. Derivados del coco

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SÍ	232	69%
NO	105	31%
TOTAL	337	100%

Elaborado por el autor.

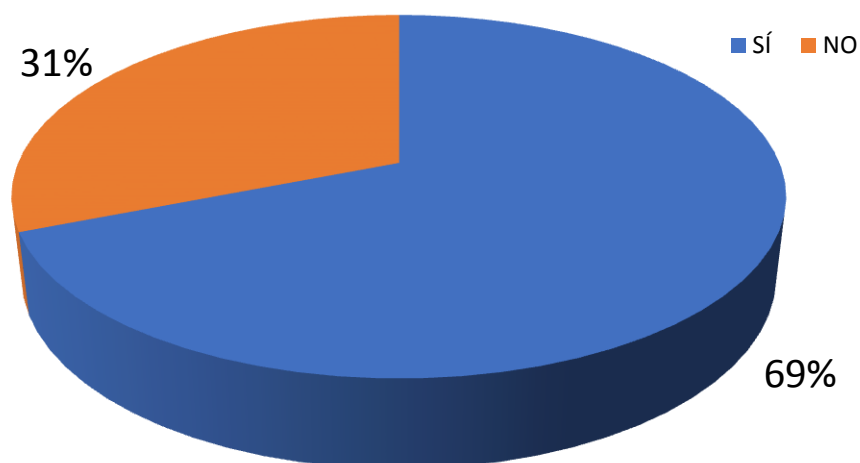


Figura 3. Derivados del coco

En la encuesta aplicada a una muestra de 337 individuos, siendo ellos productores de coco de la ciudad de Portoviejo, se determinó que el 69% de la población encuestada correspondiente a 232 personas conocen acerca de los productos que pueden derivarse de la totalidad del fruto del coco, indicando que inclusive la cascara puede ser molida y utilizada para la germinación de plantas, al emplearse como sustrato.

Mientras tanto, el 31% de la población, representada por 105 personas aseguran no conocer los productos que derivan del coco más allá del agua, coco confitado y jugo de coco, por diversos factores como no saber cómo se prepara el manjar de coco, por ejemplo.

5.3.MIGRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

La migración de la producción se define como la venta del producto del sector primario sin hasta otros lugares como materia prima, esto sucede históricamente en economías recesivas o improductivas, y los factores que causan este fenómeno migratorio son típicamente tres: bajo nivel de competencia de la producción; escasa inversión en el sector secundario, como el sector agroindustrial; y escasas de formación profesional en el sector.

Históricamente el Ecuador se caracterizaba por ello, el país comercializaba en exportaciones su producción primaria como la agrícola, ganadera y petrolera en estado natural, mientras que el país que importaba luego exportaba al país sus productos elaborados, restándole la competitividad al país.

A partir del año 2000, según datos históricos, empezó el surgimiento de la industria ecuatoriana, pero no es sino hasta los últimos años que se ha ido en creciente aumento el sector industrial del país y evidenciado en sus exportaciones.

De la misma manera en menor escala sucede con la producción local de cada región, donde al comercializar la producción primaria como materia prima a otros sectores o ciudades, disminuye sus posibilidades y oportunidades de crecimiento local, remarca su incompetencia en el sector productivo y minimiza las oportunidades de empleo.

5.3.1. MERCADOS OBJETIVOS

El mercado objetivo es el grupo de personas quienes cumplen con el perfil determinado a quien va dirigido el producto, dicho esto cabe destacar que un mercado objetivo no representa la totalidad de los clientes que consumirán el producto, bien o servicio.

Para determinar un mercado objetivo se emplean variables cualitativas que permitan segmentar el mercado y orientar la oferta a subgrupo resultante en función de hábitos, costumbres, deseos y necesidades. Puede ser definido en función de las características demográficas y caracteres psicográficos a través de sus variables como necesidades, estilo de vida, motivaciones e intereses.

Al determinar el mercado objetivo, se logran innumerables ventajas, como la optimización de recursos, siendo este un factor recurrente en la producción y la comercialización. Conocer el mercado objetivo de cada producto de un sistema productivo es aún más idóneo, pues permite adaptar mejor el producto y entender mejor la oferta, para orientar la oferta empleando los esfuerzos indicados.

La innovación no tendría lugar sin conocer el mercado objetivo pues a través de este se generan nuevas ideas de productos y servicios, algunos complementarios que redefinen la idea desde lo esencial.

5.3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se desarrolló una entrevista a Yadira Katerine Velásquez Rivas, presidenta de la Asociación de Producción Agrícola de Coco Ebanitos ASOCOCOEBANITOS – RUC: 1391867670001, ubicada en el sitio Los Ebanitos de la parroquia Riochico, donde se obtuvo los siguientes resultados con respecto a:

7- ¿Ha realizado algún estudio de mercado en su entorno local?

Velásquez indicó que no, no han realizado un estudio de mercado en el entorno local porque al unirse como asociación conocían la demanda que tenían de sus productos, y ampliaron su producción, estandarizaron la marca con que se identifican hoy en día y para ellos resultó suficiente.

8- ¿Ha participado de algún estudio de mercado por parte de industrias?

Velásquez agregó que sí, en alguna ocasión una empresa los encuestó para conocer sobre la producción de coco del sector Ebanitos de la parroquia Riochico, y posterior a ello inició el proceso de comercialización del coco como materia prima a otras provincias del país.

5.4.NIVEL DE PRODUCTIVIDAD

El desarrollo del sector agroindustrial tiene como objetivo principal aumentar el valor de la producción agropecuaria, a través de la elevación de ingresos, contribuyendo al mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas de la región, es así que la productividad de un sector puede ser medida en función de su producción, de sus actividades productivas y comerciales y en función al crecimiento e inversión del entorno.

Debido a ello, los niveles de productividad de un sector de la producción se ven directamente relacionados al éxito que este tenga en sus operaciones pues factores como la oferta y la demanda influyen cíclicamente en el crecimiento de un sector a través de múltiples mecanismos, tanto de entrada como de salida.

5.4.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda es una de las tareas básica de toda actividad económica, pues contribuye a determinar la idoneidad de la producción. La oferta y

demanda es la forma más adecuada de fijar una política de precios, en dependencia de la perspectiva, aunque también es una excelente política de precios establecerlos en función del mercado en observancia de la competitividad, lo cierto es, que todos estos factores permiten establecer el entorno ideal de la actividad productiva.

El análisis de la relación entre la oferta y la demanda en una agroindustria también se constituye como una herramienta en el desarrollo creativo de productos y servicios. Para ello es necesario conocer el rol que cumple cada uno de ellos en el mercado.

5.4.1.1.OFERTA

La oferta es la cantidad de productos o servicios que los vendedores u ofertantes están dispuestos a ofrecer en el mercado a cambio de un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer los deseos o necesidades de los demandantes o consumidores. El comportamiento de la oferta indica que si las unidades disponibles que la oferta introduce en el mercado aumenta, su precio baja, y si las unidades disponibles bajan el precio de la mercancía tiende a aumentar.

5.4.1.2.FACTORES QUE DETERMINAN LA OFERTA

Los factores que inciden en el comportamiento de la oferta son principalmente el precio del producto o servicio ofertado en el mercado, los costos y disponibilidad de los factores implicados en el proceso de producción, el número de competidores y el tamaño del mercado, es decir de los bienes producidos y disponibles en el mercado, y el volumen de la demanda.

5.4.1.3.DEMANDA

La demanda es la cantidad de productos o servicios que los compradores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades o deseos, a cambio de un precio determinado y en un lugar establecido llamado mercado, que es un espacio físico o

virtual donde se intercambian bienes o servicios, usualmente por un valor monetario. En una economía perfecta o de libre mercado, la demanda de un bien determina su precio de forma directamente proporcional es decir que a mayor demanda de un producto, bien o servicio, mayor será el precio de este.

5.4.1.4. FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA

Con respecto a los factores que determinan la demanda: las necesidades, gustos y preferencias suelen ser determinantes, ya que las tendencias que siguen los consumidores sufren cambios, algunas veces abruptos y temporales, y otras veces suceden de forma paulatina en dependencia a los cambios del entorno.

Otros factores que inciden en el comportamiento de la demanda de un bien o servicio son: el precio de los demás productos relacionados, sean estos complementarios, sustitutos, o bienes suntuarios. Y con ello la renta, es decir el poder adquisitivo de los demandantes.

Los factores que determina la oferta y la demanda, son considerados en el análisis de la competencia y del mercado cuando se busca introducir un bien o servicio en un mercado, y para ello se requiere determinar un mercado objetivo.

5.4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la investigación se aplicó encuestas a productores de coco de la ciudad de Portoviejo, de la parroquia Riochico, donde se obtuvo los siguientes resultados con respecto a:

- 9- Nivel de aceptación de sus productos ¿Dónde se encuentran sus principales clientes?

Tabla 6. Geolocalización de la demanda

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
En Portoviejo	149	44%
Otras ciudades de la provincia	50	15%
En otras provincias	138	41%
TOTAL	337	100%

Elaborado por el autor.

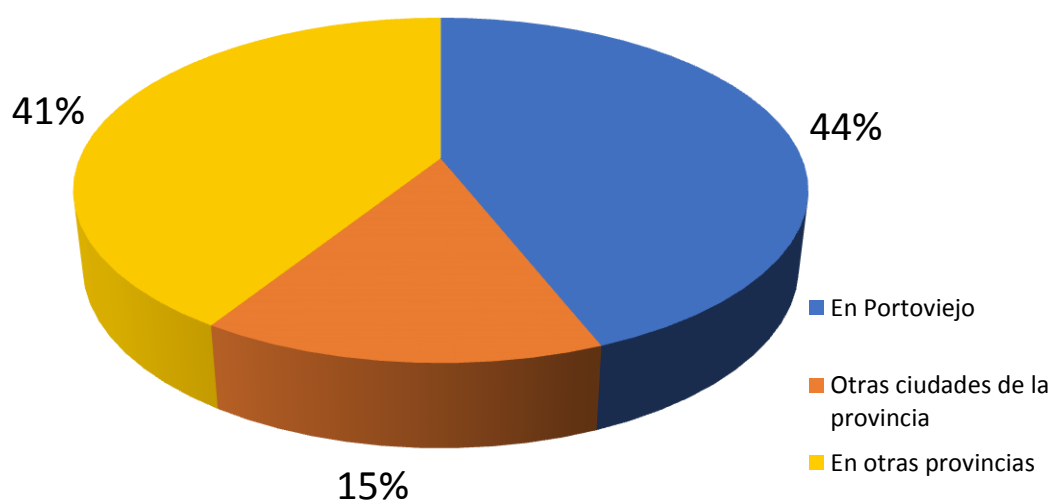


Figura 4. Geolocalización de la demanda

En la encuesta aplicada a una muestra de 337 individuos, siendo ellos productores de coco de la ciudad de Portoviejo, se determinó que el 44% de la población encuestada correspondiente a 149 personas comercializan el coco en la ciudad de Portoviejo, a otros comerciantes vendedores de coco o productores de dulces y helados de coco.

El 15% de los encuestados, representados por 50 personas, comercializan su producción a otras ciudades de la provincia, mientras que el 41% de la población encuestada, representada por 138 individuos, comercializan su producción en otras

provincias como: Quito, Santa Elena y algunas ciudades de la provincia del Guayas, estos a través de comerciantes intermediarios que transportan frutas entre ciudades como actividad comercial.

10- ¿Qué canales de distribución emplea? Se admite más de una respuesta.

Tabla 7. Canales de Distribución

ALTERNATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Tiendas de Abarrotes	1	0,3%
Comisariatos	0	0%
Ferias y Eventos de Difusión	1	0,3%
Ventas por internet	4	1,2%
Otros	331	98,2%
TOTAL	337	100%

Elaborado por el autor.

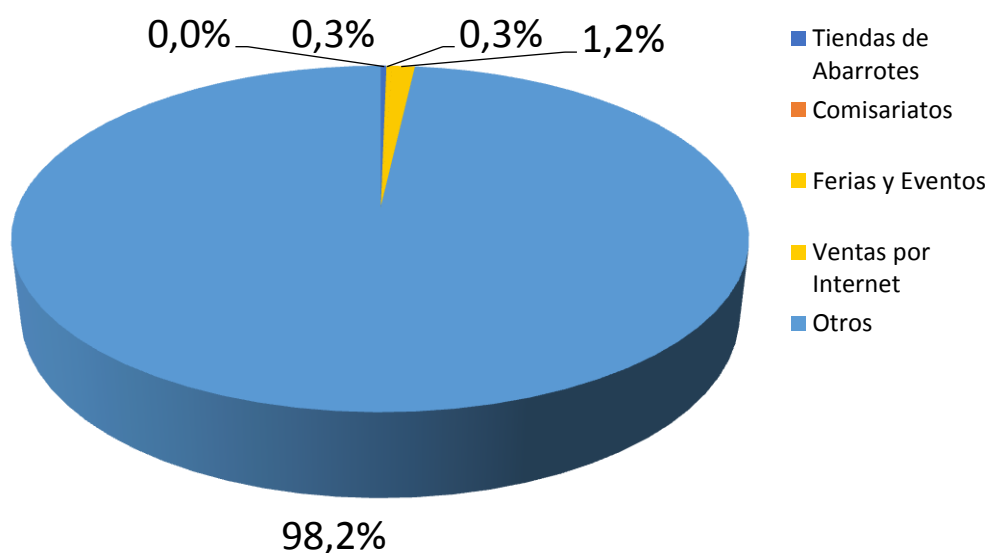


Figura 5. Canales de Distribución

En la encuesta aplicada a una muestra de 337 individuos, siendo ellos productores de coco de la ciudad de Portoviejo, se determinó que el 98,2% de la población encuestada correspondiente a 331 personas comercializan la producción de coco en venta directa a intermediarios y otros comerciantes, e inclusive al consumidor final.

Mientras que el 1,2% de la población encuestada, correspondiente a 4 personas han tenido ventas por internet, específicamente por redes sociales donde publican sus productos en MarketPlace de la red social Facebook, además en el caso particular de la Asociación ASOCOCOEBANITOS, son contactados a través de su página de Facebook. Esta misma persona comprende el 0,3% de la población encuestada que realiza ventas en Ferias y Tiendas.

CONCLUSIONES

- El proceso industrial es un factor gran incidencia en la producción y comercialización de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo debido a que según la información obtenida en la muestra poblacional encuestada, el sistema de producción empleado localmente es de tipo artesanal, muy rústico y sin controles de calidad, de manera que destaca la informalidad de los procesos productivos que a su vez ocasionan bajos niveles de rentabilidad comercial, lo que conlleva a la comercialización del fruto del coco en su forma natural y en muchos casos, al mayoreo como insumo para agroindustrias en otras provincias del país.
- El sistema de producción de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo además de informal es muy poco organizada, pues sus productores desconocen los costos de insumos, producción, elaboración y comercialización sobre unidad de producción, denotando un gran problema de gestión financiera sobre la actividad productiva en este sector comercial, es así que la mayoría de los productores de coco de la ciudad de Portoviejo prefieren comercializar la producción agrícola y no derivar su producción, aun cuando un 69% de esta población conoce los subproductos que derivan del fruto.
- La inversión en el sector agroindustrial del coco en la ciudad de Portoviejo es prácticamente nula, ya que los sistemas de producción existentes no son de tipo industrial. No existe registro de empresas que desarrollen la actividad en la ciudad de Portoviejo según la Superintendencia de Compañías y según registro de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria existe una única asociación de productores del fruto de la comuna Los Ebanitos de la

parroquia Riochico, organismo que no contempla hacer inversión alguna para la industrialización de procesos de producción, a pesar de ser este uno de los factores que incentivó a la formación de la asociación, y tampoco tienen noción alguna de lo invertido en sus operaciones.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

6.1.TÍTULO DE LA PROPUESTA

Estrategia para el desarrollo del procesamiento agroindustrial del coco en la ciudad de Portoviejo 2021.

6.2.DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Estrategia para la implementación de un sistema de producción industrializado para la producción de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo con destino a la comercialización.

6.3.OBJETIVOS

6.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia para la maximización de resultados en la gestión de la actividad económica a través del desarrollo de la agroindustria del coco.

6.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores que determinan el entorno empresarial del sector agroproductivo del coco en la ciudad de Portoviejo.
- Identificar los ejes de delimitación del proyecto para el diseño e implementación de la estrategia de desarrollo del procesamiento agroindustrial del coco en la ciudad de Portoviejo.
- Identificar los factores específicos de organización y control en cada etapa de la estrategia a través del planteamiento de objetivos y actividades para su cumplimiento.

6.4.JUSTIFICACIÓN

La propuesta surge como resultado del desarrollo del presente trabajo de titulación, ya que con la identificación del problema analizado en el sector de la producción y

comercialización de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo, se ha obtenido como resultado la identificación de factores que inciden en tal problema.

A partir de ello se pretende el planteamiento de una estrategia integral que esquematice los recursos tangibles e intangibles presentes en el entorno, que puedan ser empleados en la posible solución al problema, así como las acciones que deban realizarse para que la puesta en marcha de la estrategia pueda llevarse a cabo, y en caso de ser requerido, modificado a conveniencia de la mejora de la productividad del sector y la actividad planteada.

6.5.BENEFICIARIOS

Como beneficiarios se plantea la propuesta para que sea desarrollada en la ciudad de Portoviejo, en el sitio Mejía de la parroquia Picoazá, a 7,7Km del centro de la ciudad de Portoviejo o 15 minutos de distancia vehicular, en tal sitio se concentra gran parte de la producción agrícola del coco, que disponen de amplios volúmenes de venta para ser contemplados como proveedores del proyecto.

Sin embargo, se sitúa el proyecto en este sitio pues de ser requerida mayores volúmenes del coco como insumo principal, el sitio Mejía es un punto geográfico común cercano a otras comunidades locales de agroproductores de coco, como la parroquia Riochico y la comunidad rural Sosote del cantón Rocafuerte.

Por su parte, y en cuanto al talento humano y fuerza laboral para las operaciones productivas, la comunidad del sitio Mejía, en que las tasas de subempleo y desempleo responden al 28,1% y 8,8% respectivamente, para el año 2019 en el sector rural de Portoviejo, según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU – INEC, citado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Portoviejo, junio 2019), misma que ha ido en aumento de forma

generalizada entre un 5,1% y 6,6% (ENEMDU – INEC, citado por El Telégrafo, julio 2021) en el Ecuador desde el año 2020 hasta el último cálculo en junio 2021, lo que incide en la situación socioeconómica del sector población. Esto supone la disponibilidad de mano de obra y talento humano para la puesta en marcha del proyecto.

6.6.GEOLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Tal lugar está contemplado debido a que reúne las condiciones para la instalación de la planta procesadora de coco y fabricación de derivados agroindustriales, donde a la actualidad tiene un precio comercial promedio de terreno por metro de entre USD\$88 a USD\$110 dólares americanos. Además las vías de acceso al sitio, son diversas y conectan fácilmente con las vías cantonales y comunales, así como a las rutas principales que constituyen las vías del país.

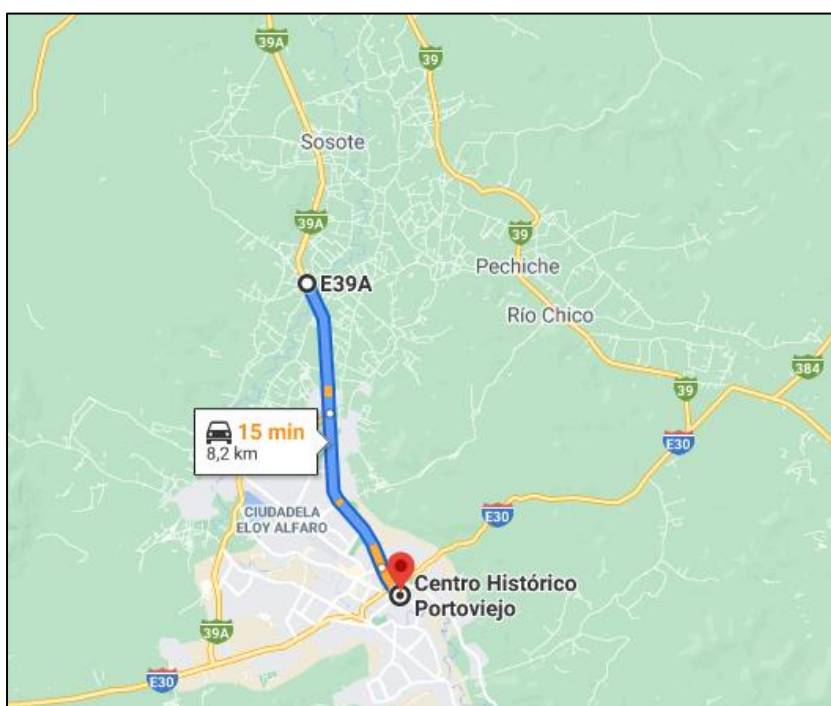


Figura 6. Geolocalización de la estrategia en Mejía, Portoviejo.

Fuente: Google Maps, coordenadas -0.9886656,-80.470419.

6.7.IMPACTO DE LA ESTRATEGIA

Para la medición efectiva del impacto de un proyecto, es necesario identificar los agentes involucrados en el mismo, en el caso de la estrategia, se requiere la participación de:

- **IMPACTO ECONÓMICO:** se espera que el impacto económico de la estrategia beneficie significativamente al entorno, al sector agroproductivo del coco en la ciudad de Portoviejo, así como sus agricultores, de manera que a través del crecimiento de la actividad económica del sector repercuta en la economía familiar de ellos y propicie así el crecimiento secundario de otros participantes de la economía local.
- **IMPACTO EMPRESARIAL:** a través de la puesta en marcha de esta estrategia se espera que el crecimiento del entorno empresarial de la ciudad de Portoviejo, logre alcanzar estándares competitivos que contribuyan al crecimiento de la producción y comercialización de productos derivados del coco de ciudad de Portoviejo.
- **IMPACTO SOCIAL:** el dinamismo de la economía y la creciente fuerza laboral en una comunidad contribuye a la mejora constante de la calidad de vida de sus pobladores, al incremento en las oportunidades de estudio, trabajo y participación social, además facilita el acceso a la seguridad social, alimentaria y disminuye los índices en las problemáticas sociales como pobreza, indigencia y delincuencia, pues contribuye significativamente al desarrollo humano y social.
- **IMPACTO AMBIENTAL:** en cuanto al impacto ambiental, este proyecto está dirigido a la conservación del ambiente en las posibilidades del mismo, pues se pretende emplear la fibra del coco, que ha sido considerada mundialmente como contaminante significativo en la cadena de producción e industrialización del

coco, ya que este es desechado y el volumen que constituye en el desecho es significativo pues corresponde entre el 35% - 42% del fruto.

Para la instalación de una agroindustria, se debe considerar que existen procesos alternativos de manufactura y procesamiento de la materia prima, tal es el caso de la producción de bloques y briquetas de fibra de coco para su utilización como sustrato, en que los procesos de producción son variados.

Estos van desde el cambio recurrente de agua para su lavado por un periodo de cuatro meses para el envejecimiento del material, a su alternativa consiente que es el uso de biodigestores, que además de emplear un solo uso de agua para posteriormente escurrir, secar y prensar el producto resultante de tal proceso, genera biogas que puede ser empleado en procesos industriales que requieran combustión, produciendo un ahorro del 75% del líquido vital, según expertos.

Entre otras alternativas está el uso de energía renovable o de fuentes alternas a los combustibles fósiles, como el uso de plantas de energía solar. De manera que el uso de alternativas renovables puede contribuir a minimizar el impacto ambiental del proyecto, pues este mide la alteración positiva y negativa en la calidad del ambiente, como consecuencia de las actividades que el hombre realiza.

Tras la puesta en marcha de la estrategia, es necesario continuar con la medición del impacto a través de un seguimiento a los factores que inciden positivamente en el mismo, para maximizar sus repercusiones en el desarrollo del proyecto, sus participantes y beneficiarios; así como los factores que inciden negativamente en el mismo, de manera que se pueden llevar a cabo estrategias de control mitigación de riesgos, o daños en caso de que este haya repercutido en el desarrollo de la actividad empresarial y su entorno.

6.8. DIAGRAMA GRAFICO DE LA PROPUESTA:

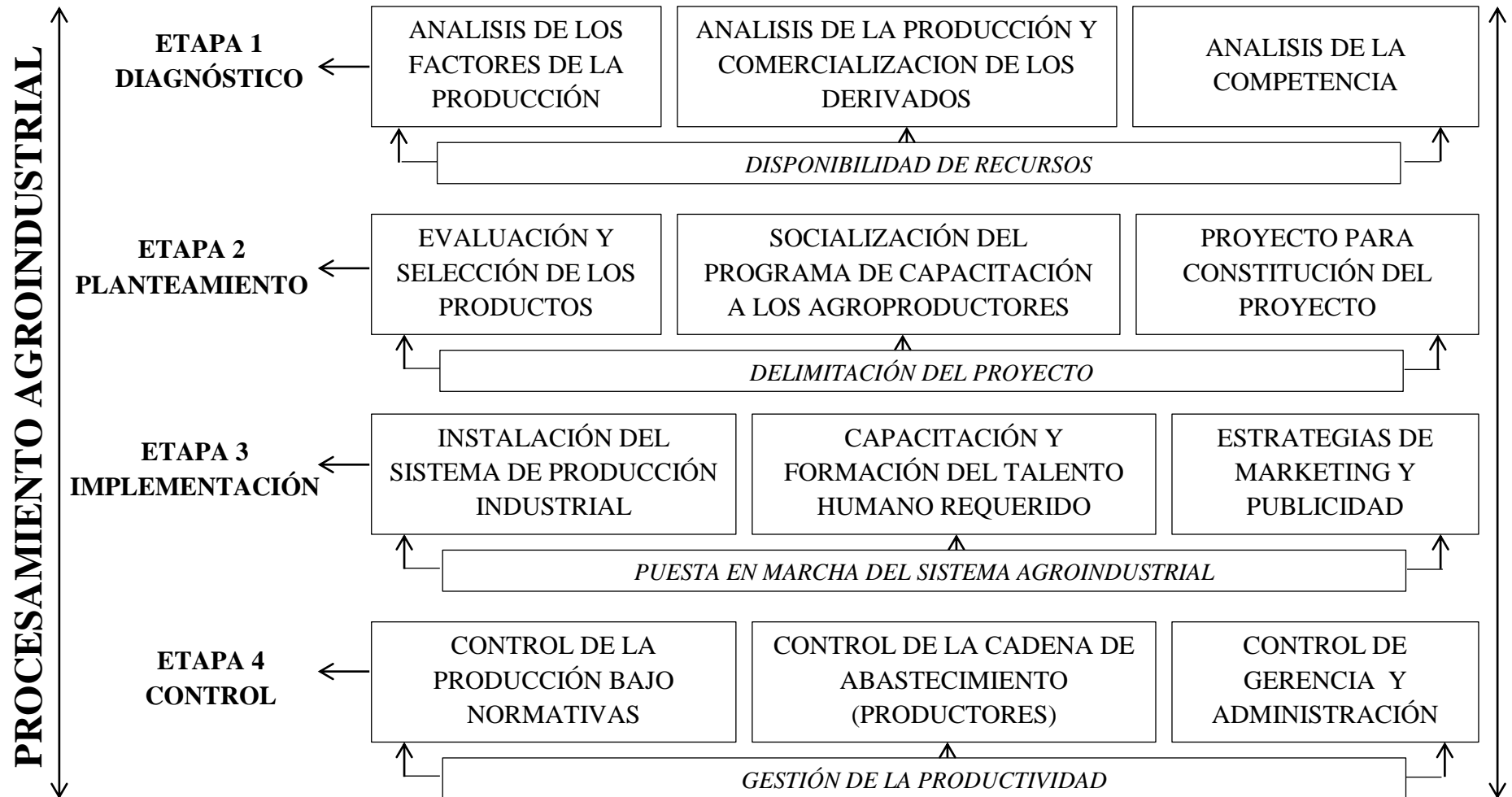


Figura 7. Diagrama de la estrategia del proyecto

Elaborado por el autor.

6.9.ETAPA 1: DIAGNÓSTICO

El diagnóstico, es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. (Rodríguez, 2007, p.2) Es ampliamente recomendable que para el desarrollo de proyectos productivos y de impacto social, sobre todo aquellos que responden ante una necesidad tangible en el entorno, se involucre el contacto directo con la población relacionada a los fenómenos expuestos como parte del problema planteado, para así evidenciar y constatar la disponibilidad de los recursos necesarios para el planteamiento y desarrollo de un proyecto.

6.9.1. ANALISIS DE LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN

Los factores de la producción, partiendo de la teoría de la economía clásica de Adam Smith, se concentran en tierra, trabajo y capital. En la actualidad, a ellos se suman dos factores que surgen con la industrialización y la globalización, el factor tecnología y el factor empresarial, respectivamente. En conjunto, estos cinco factores de la producción constituyen los ejes de acción de un proyecto dirigido a la producción que se origina en el sector primario, en este caso agrícola.

El diagnóstico tras el análisis de estos factores es la base sobre la que se toman las decisiones del proyecto, por ello, a pesar de ser esta una tarea intrínsecamente subjetiva, la exposición de toda la información obtenida es fundamental ante las siguientes etapas del desarrollo de la estrategia como el planteamiento y la implementación del proyecto.

Además para el desarrollo de un diagnóstico participativo, como es este el caso, conocer de manera extensa los factores de la producción existentes en este sector agroproductivo, con información obtenida de primera mano a través de la

recolección de información de la fuente directa, permite la planificación a detalle de objetivos y actividades para el desarrollo de la siguiente etapa del proyecto.

6.9.1.1.OBJETIVOS

- a) Identificar los factores de la producción del sector agroproductivo de coco en la ciudad de Portoviejo.
- b) Conocer la escalabilidad de cada uno de los factores de la producción a través de su diagnóstico.
- c) Conocer el nivel formativo de los productores de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

6.9.1.2.ACTIVIDADES

- a) Diseñar una estrategia de diagnóstico de los factores de la producción del sector agroproductivo del coco de la ciudad de Portoviejo.
- b) Diseñar un esquema organizado de escalabilidad del sistema de producción del sector agroproductivo de coco de la ciudad de Portoviejo.
- c) Recolectar información sobre la experiencia y formación en los productores de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

6.9.2. ANALISIS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS

Usualmente en los sistemas de producción agrícola no se considera demasiado la transformación del producto sino la comercialización de la producción agrícola sin transformar, como es el caso de la producción de coco de la ciudad de Portoviejo, de acuerdo a lo obtenido en esta investigación.

En otros casos, la obtención de derivados del coco se realiza empleando bajos estándares de producción y escasa normas de control en la manipulación de la

materia prima para la elaboración de derivados del coco, características que si bien pueden dar como resultado un producto de tipo artesanal, resta la posibilidad de competir abiertamente en el mercado que conocemos, pues este tipo de producción no puede circular abiertamente sin normas de calidad, salubridad y registros sanitarios de su elaboración, según la información recolectada en esta investigación.

Si bien es cierto, nuestra provincia produce dulces artesanales, muchos de los cuales emplean el coco en sus preparaciones, sin embargo cuánto más pueda ser empleado un proceso productivo legislado, normado y registrado, mayores son las oportunidades de competencia, pues sin duda a través de esto se busca la excelencia.

Por ello es importante ver las posibilidades reales de industrializar la producción, ya que además se logra optimizar los recursos, partiendo desde el mismo insumo o materia prima, en este caso el coco, al emplear varios procesos de transformación industrial y utilizar así el mayor porcentaje del fruto, para la obtención de varios productos, algunos de ellos, no convencionales.

6.9.2.1.OBJETIVOS

- a) Conocer la capacidad productiva del cocotero para la proyección productiva.
- b) Identificar la producción y comercialización local de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.
- c) Observar los procesos de comercialización de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.

6.9.2.2.ACTIVIDADES

- a) Recolectar información sobre la edad del cocotero y las técnicas empleadas en la producción, para el desarrollo de un esquema organizado que permita el

planteamiento posterior de estrategias para la mejora y optimización de la producción.

- b) Recolectar información en productores y comerciantes, sobre la producción de derivados del coco, y a través de la observación de productos terminados de origen local existentes en el mercado, organizada en un diagrama dinámico que conjunte la información recolecta en formato de texto y fotografía.
- c) Cuantificar los puntos de venta de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo, esquematizando y clasificando la información obtenida en una matriz de datos para evaluación multicriterios que clasifique, describa, puntúe y totalice lo siguiente: subproducto o producto elaborado; presentación del producto; características organolépticas como: aspecto (color, sedimentación, etc), olor, sabor, etiquetado; certificaciones (Registro Sanitario, Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, Certificaciones de Inocuidad Alimentaria requerida en Ecuador, etc); plaza del mercado, nivel de transformación del producto (entre ellos, las categorías contempladas son: sin transformación, de primera transformación, de segunda transformación).

6.9.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Para el análisis de la competencia es necesario identificar y discriminar correctamente la competencia directa e indirecta, es decir que se debe analizar al menos dos puntos claves: quiénes son los competidores de esta actividad económica y productiva, y qué están haciendo.

De manera que los objetivos que se planteen, para el desarrollo de este punto de diagnóstico, sean precisos y delimitados acorde a las acciones particulares que se requerirán en el desarrollo del proyecto.

Además es importante reconocer el área geográfica que cubren y la ventaja más importante que tienen cada uno de los competidores, es decir aquello que los diferencia de otros y los mantiene en el mercado, pues como estrategia es posible utilizar los diferenciadores de la competencia para competir de mejor manera en el mercado.

Para conocer óptimamente la competencia es importante no desestimar a los competidores, aun cuando se piense que no tiene el mismo nivel de especialización o que no impactan el mercado de forma significativa, porque si bien la competencia directa es aquella que comparte un mismo público objetivo y busca satisfacer las mismas necesidades del mercado, la indirecta tiene un potencial diferenciador a través de la promoción de sustitutos que satisfacen la misma necesidad.

Lo esencial en cualquier caso es observar la competencia como el punto clave para la mejora continua, pues este análisis se realiza durante toda la vida del proyecto, y aún más en el desarrollo de la empresa.

Según Álvarez, respecto al análisis de la competencia de debe tener en cuenta factores recurrentes a través del tiempo, y uno de los más destacados es la velocidad con que surgen o se modifican las tendencias de consumo.

Identificar la duración, permanencia y evolución suele ser la clave para la implementación inteligente de las estrategias de marketing. No obstante conocer con precisión a la competencia permite contar con la información clave para el planteamiento, formulación e implementación de estrategias de marketing efectivas.

(2007, pp.78-79)

6.9.3.1.OBJETIVOS

- a) Identificar competidores directos e indirectos del sector agroindustrial del coco en Portoviejo.
- b) Identificar el DAFO (FODA) del sector agroindustrial del coco en Portoviejo.
- c) Conocer el posicionamiento de mercado de los productos derivados del coco de la competencia en la ciudad de Portoviejo.

6.9.3.2.ACTIVIDADES

- a) Desarrollar una matriz de datos con los resultados de la búsqueda de información de los competidores de directos e indirectos de la producción de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.
- b) Desarrollar la matriz DAFO (FODA) de forma detallada como resultado de la observancia, consolidación y análisis de los datos recolectados en la actividad anterior con respecto a la competencia, y en conjunto con la información recolectada en el punto 6.2.2.Análisis de la Producción y Comercialización de los Derivados.
- c) Recolectar información sobre el nivel de aceptación de los productos derivados del coco que se encuentran actualmente en el mercado local, y estudiar los factores determinantes del posicionamiento de los productos, a través de la aplicación de encuestas de satisfacción del cliente.
- d) Proponer estrategias para el estudio constante de la competencia, en las próximas etapas del proyecto y su implementación como agroindustria, aplicando herramientas como la propuesta por Porter, entre otros autores.

6.10. ETAPA 2: PLANTEAMIENTO

En esta etapa de la estrategia es necesario haber socializado y analizado la información obtenida en el proceso o etapa de diagnóstico, para conocer las

directrices que delimitan el proyecto de forma que los lineamientos propuestos puedan ser definidos sin dejar espacio a la improvisación, ya que todo proyecto debe ser se planificado aunque modificable si fuere requerido, bajo la dirección adecuada de los recursos disponibles para el mismo y alcanzar así la eficiencia en su gestión, respondiendo así a lo que expresa el autor Matos y Pasek “la planificación consiste en prever el camino que se desea recorrer y los objetivos que se pretende alcanzar a corto, mediano y largo plazo”. (2005, p.105)

6.10.1. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Definir un producto implica determinar el proceso que se empleará, la tecnología, los patrones de calidad e identidad del producto, así como la disponibilidad y los factores que determinarán su disponibilidad.

Sin embargo, para el planteamiento de un proyecto de producción, o una estrategia de negocio, es imperativo priorizar las necesidades del mercado, pues finalmente en una economía de libre mercado (donde la oferta y la demanda determina los precios de bienes y servicios) y en un mercado de competencia perfecta (donde ninguna empresa puede influir en los precios pues estos responden libremente a la oferta y demanda que existan en el mercado).

En la evaluación y selección de productos se emplea la gestión de la producción, proceso que consiste en la toma de decisiones relacionadas a que los productos y servicios resultantes se produzcan de acuerdo a las especificaciones requeridas para que cumplan con satisfacer la necesidad con que están siendo creadas, guardando la calidad y maximizando la empleabilidad de recursos.

Sin embargo, el proceso no concluye con la selección, pues no se puede obviar la competitividad, y para ello, tras el diagnóstico de la etapa anterior (y con ello el

análisis de la competencia y de los productos existentes en el mercado) es incurrir en el necesario el diseño de producto, donde se determinen los atributos, especificaciones y valor agregado del mismo, tras la interpretación de los gustos, preferencias y necesidades del consumidor.

La gestión de la producción es la herramienta principal en el proceso productivo de una industria, emplea los roles de la administración: planificar, organizar, controlar y dirigir las actividades de producción, con el fin de transformar la materia prima en productos terminados. Para su efecto emplea las 6M's de Ishikawa, que reúne como características básicas la optimización de la relación los recurso – calidad, estos recursos son: el personal o mano de obra, la maquinaria y/o equipamiento técnico, los métodos de producción, la parte financiera y el mercado al que se dirige la empresa (en inglés, 6M's: men, machines, methods, materials, money and markets).

6.10.1.1. OBJETIVOS

- a) Identificar los productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.
- b) Identificar los productos convencionales y no convencionales derivados del coco.
- c) Determinar los productos estimados para la producción local.

6.10.1.2. ACTIVIDADES

- a) Recolectar en puntos de venta a través de los distintos canales de distribución comercial como: centros especializados de productos naturales, comisariatos, tiendas, comercio por internet, los distintos productos derivados del coco que se ofertan en la ciudad de Portoviejo, para concentrarlo en una matriz de datos para su observación y contrastación de la información de productos producidos y comercializados en la ciudad de Portoviejo.

- b) Aplicación de encuestas a una muestra poblacional para la determinación de los criterios de evaluación que responden a: expectativas del mercado y el nivel de aceptación del mercado.
- c) A través de una matriz de evaluación ponderada, se enlistan todos los productos conocidos derivados del procesamiento del coco, donde se agrupan de acuerdo a las categorías de alimenticios y no alimenticios, y se ponderarán de acuerdo a criterios de complejidad en su producción, disponibilidad de recursos para su producción, grado de industrialización, y evaluación del proceso de industrialización requerido para aquellos.
- d) A través de la jerarquización de los productos estimados en la matriz anterior se escogen aquellos productos que puedan constituir un ciclo productivo integral donde el desperdicio de la materia prima en su procesamiento industrial sea mínimo, y permita maximizar el rendimiento de la actividad.

6.10.2. SOCIALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS AGROPRODUCTORES

Tomando en cuenta la etapa de diagnóstico donde se evaluaron los factores de la producción, proceso en que se evaluó el talento humano como factor trabajo y recurso existente en entorno donde se desarrolla este proyecto, y en consideración de los objetivos del proyecto productivo que, entre otras cosas busca promover el crecimiento económico del sector agroproductivo del coco en la ciudad de Portoviejo e impactar positivamente en entorno socioeconómico de la comunidad, el proyecto deberá ser propuesto de manera que el talento humano requeridos para su efecto, sean preferentemente del sector en cuestión, por ello es apreciable que los proveedores de insumos y materia prima del sector trabajen conjuntamente con la gestión del proyecto.

En el contexto de alta competitividad empresarial de la actualidad, crear, promover y sostener en el tiempo una relación filial con el proveedor es una excelente estrategia en el proceso de gestión de proveedores, pues según especialistas en esta gestión, la calidad del proveedor influye significativamente en los resultados de las operaciones de la empresa. Para ello establecer estrategias que promuevan un ganar – ganar en la relación se traduce en optimización de recursos en la cadena de abastecimiento del proceso productivo, además de constituirse como estrategia de imagen corporativa.

6.10.2.1. OBJETIVOS

- a) Determinar estrategias de encuentro con la comunidad productora de coco en la ciudad de Portoviejo.
- b) Establecer líneas directas de comunicación entre la comunidad productora de coco de Portoviejo.
- c) Conocer las necesidades de la comunidad productora de coco en Portoviejo.

6.10.2.2. ACTIVIDADES

- a) A través de representantes de las diferentes agrupaciones, asociaciones y sitios o comunas dedicadas a la producción de coco en la ciudad de Portoviejo, se puede comunicar los objetivos del proyecto, resaltando en dichas concentración la importancia de la actividad agrícola para el desarrollo socioeconómico de la comunidad y localidad, así como su participación en el proyecto promueve el crecimiento de la economía local.
- b) A través de la actividad anterior se pueden recolectar información de relevancia sobre los participantes de esta comunidad, que infieren en la productividad del sector y de la actividad del proyecto a desarrollarse, con ello además se busca afianzar lazos que, promuevan una relación de armonía en búsqueda de un ganar – ganar.

- c) En los acercamientos posteriores entre la gestión del proyecto y la comunidad de agroproductores, se prevé recolectar información clave para la evaluación de las necesidades de la producción.
- d) Determinar planes de gestión de la producción, estrategias de recolección y optimización de recursos, entre otras actividades que serán socializadas previo al establecimiento formal de las relaciones comerciales que se establezcan en la ejecución del proyecto.

6.10.3. DISEÑO PARA LA CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO

En esta etapa, y con todo lo obtenido hasta este punto, se debe desarrollar un plan de negocio para la instalación del sistema de producción, en este se debe incluir el plan financiero que deberá respaldar la decisión de la inversión, evaluando la gestión de riesgos, con el fin de constituir una agroindustria.

6.10.3.1. OBJETIVOS

- a) Diseñar el proyecto de inversión y plan de negocios de la Agroindustria procesadora de coco en la ciudad de Portoviejo, Manabí, Ecuador.

6.10.3.2. ACTIVIDADES

- a) El diseño del proyecto de inversión y plan de negocios de la Agroindustria debe ser integral, por tanto debe incluir el proceso pre inversión, inversión y post inversión, donde cada etapa deberá contemplar cada uno de los análisis desarrollados con anterioridad y evidenciar así el sustento de la toma de decisiones que llevó al planteamiento y diseño de proyecto.

6.11. ETAPA 3: IMPLEMENTACIÓN

Para la gestión del proyecto, en esta etapa se promueve la materialización de las ideas recolectadas, sintetizadas, esquematizadas y ordenadas estratégicamente de manera que con la ejecución del mismo se logren los objetivos de implementación.

En esta etapa del proyecto se pretende la puesta en marcha de la Agroindustria para el procesamiento del coco, en que su metodología desempeñe eficientemente el proceso propuesto.

6.11.1. INSTALACIÓN DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Cabe aclarar que el diseño e instalación de una planta agroindustrial debe estar en manos de profesionales de la rama, mucho mejor si estos se especializan en procesos productivos acordes a la actividad a desarrollar en el proyecto.

6.11.1.1. OBJETIVOS

- a) Diseño e Instalación de la Agroindustria procesadora de coco en la ciudad de Portoviejo, Manabí, Ecuador.

6.11.1.2. ACTIVIDADES

- a) Empleando el servicio profesional para el diseño e instalación de agroindustrias se lleve a cabo todo el proceso.

6.11.2. CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO REQUERIDO

La gestión de talento humano es un conjunto de procesos que una organización, aun desde la más simple, lleva a cabo para la selección del recurso trabajo (mano de obra) que requiere para el desarrollo de sus procesos en cada área de la empresa. Es así que debido a las diferentes áreas de especialización que existen en una empresa,

en este caso agroindustrial, se requiere talentos, habilidades y conocimientos diferentes en cada área.

El proceso de selección se ajusta a los requerimientos para el perfil laboral, en ocasiones la experiencia es imprescindible para el cargo, mientras que en otras es únicamente apreciable, y aunque está comprobado que la competitividad y eficiencia en el desempeño laboral de las personas no depende de la experiencia previa, la mayoría de las empresas en la actualidad prefieren la experiencia para evitar los procesos de capacitación.

En el desarrollo de este proyecto se ha destacado la importancia de la participación de los miembros de la comunidad local, pues entre otras cosas el proyecto ha destacado que a pesar de la productividad del sector agrícola dedicado a la producción de coco, el nivel socioeconómico de los productores es medianamente bajo.

Por lo consiguiente el proceso de reclutamiento laboral está dirigido al sector donde se ha instalado la agroindustria y donde se encuentra la comunidad productora de coco.

6.11.2.1. OBJETIVOS

- a) Diseñar el proceso de gestión del talento humano requerido para la agroindustria.
- b) Diseñar el proceso de formación y capacitación del talento humano.
- c) Determinar los requerimientos para la gestión interna del talento humano.

6.11.2.2. ACTIVIDADES

- a) Diseñar el proceso de gestión del talento humano, desde la evaluación de las necesidades en las operaciones de la Agroindustria para establecer los

requisitos del reclutamiento de personal, como primer paso de la gestión de este recurso.

- b) Evaluar los requerimientos en cuanto a los conocimientos para el desarrollo de las actividades de la Agroindustria, detallando así los ejes de conocimiento requeridos para su fortalecimiento a través de programas de capacitación continua y periódica.
- c) Establecer las necesidades de personal y las habilidades necesarias para el cumplimiento de los perfiles de cargo descritos a través del diseño de la agroindustria y plan de negocio.

6.11.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Comúnmente se relaciona al marketing con la publicidad, sin embargo el marketing engloba mucho más, de manera que, prescindir del marketing corporativo o empresarial es un grave error de gestión.

El marketing responde conceptualmente a una disciplina dedicada al estudio y análisis del mercado, sus competencias y consumidores, y va de la mano con otras disciplinas como la publicidad, el *community management*, y las relaciones públicas de la empresa, entre otras.

Es decir que el marketing corporativo gestiona las relaciones que la empresa sostiene con el público, y su principal objetivo responde a la captación, retención y fidelización de los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades y atención a sus expectativas.

Hoy en día la industria 4.0 converge a las industrias en el continuo cambio hacia un nuevo sistema de industrialización que optimiza recursos, sistematiza el trabajo e incrementa la productividad a través del uso eficiente de los recursos naturales, de

tecnología y digitalización. A través de ello, humaniza a las industrias a través de la conexión con los consumidores que, hoy conocen como comunidad digital.

Por lo tanto el área de marketing es vital para la empresa, su éxito se ve condicionado a no prescindir de ella, pues la imagen de un producto es sólo una minúscula parte de sus operaciones ya que más importante que ello es la conexión que la empresa crea con el consumidor a través de su correcta gestión.

6.11.3.1. OBJETIVOS

- a) Establecer la identidad corporativa de la Agroindustria.
- b) Establecer los objetivos de departamento a corto, mediano y largo plazo.
- c) Definir estrategias de marketing para la Agroindustria.

6.11.3.2. ACTIVIDADES

- a) Plantear la misión, visión, valores, objetivos y metas empresariales.
- b) Diseñar la imagen iconográfica: isotipo, y demás características visuales de la empresa.
- c) Realizar la búsqueda fonética y registro de la marca, y nombres de las distintas líneas de producto para su implementación en el proceso productivo.
- d) Plantear objetivos medibles para el lanzamiento, crecimiento y posicionamiento de la marca, que describan: directrices, estrategias, actividades, tiempos, métricas, estimaciones, entre otros.
- e) Emplear herramientas de organización de trabajo para la planificación estratégica y la constitución de lineamientos del departamento, que conlleven a la toma de decisiones, como:

- Esquematización de la organización a través del Marketing Mix, de Jerome McCarthy (1960):

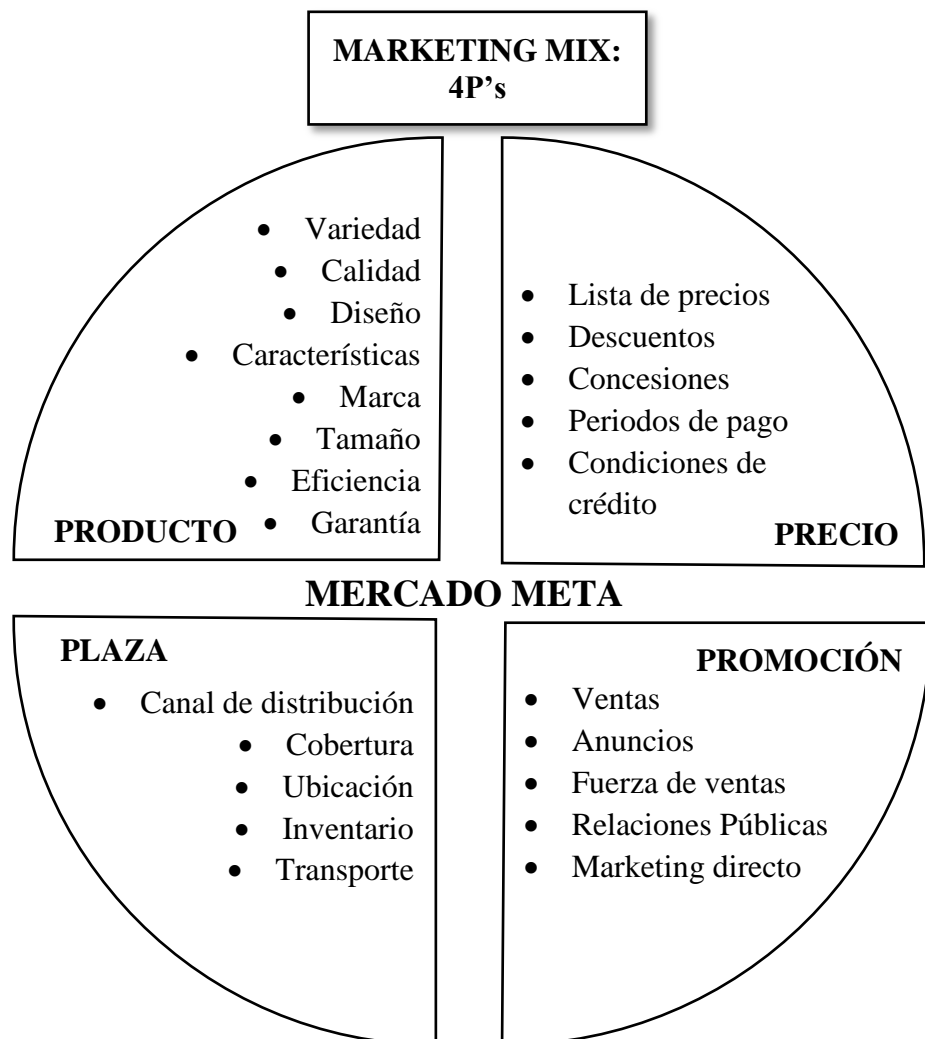


Figura 8. Marketing Mix

Fuente: Gilligan y Wilson, 2003.

- Esquematación de la organización a través del Marketing Mix Digital, de Philip Kotler (1990 - 2004):

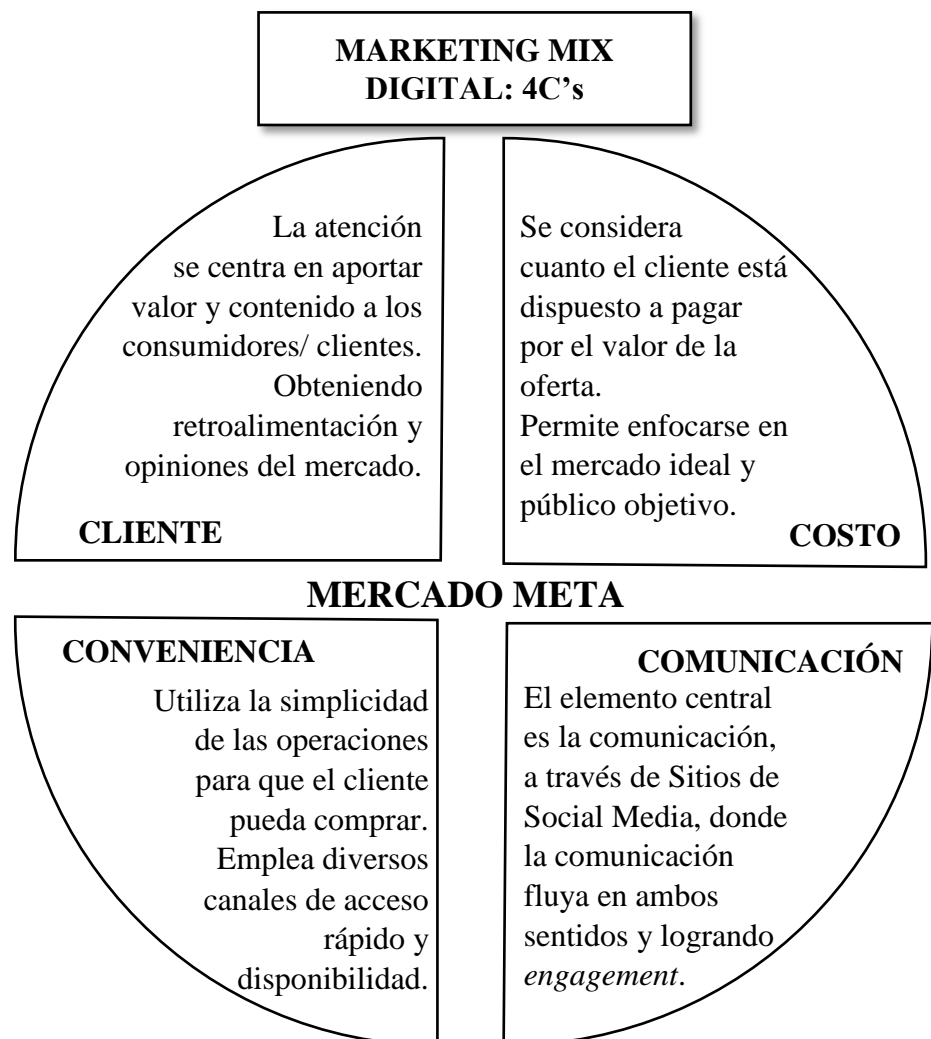


Figura 9. Digital Marketing Mix

Fuente: Genwords, 2021.

- f) Diseñar, plantear e implementar estrategias de marketing para el cumplimiento de los objetivos, que sean medibles a corto, mediano y largo plazo, y modificables o ajustables a las necesidades periódicas según sean evaluadas.
- g) Establecer el departamento de marketing y gestión estratégica, empleando los recursos y elementos de planteados por el autor Álvarez, 2007, expresados en

el diagrama de estructura organizacional para la gestión estratégica, que dispone lo siguiente:

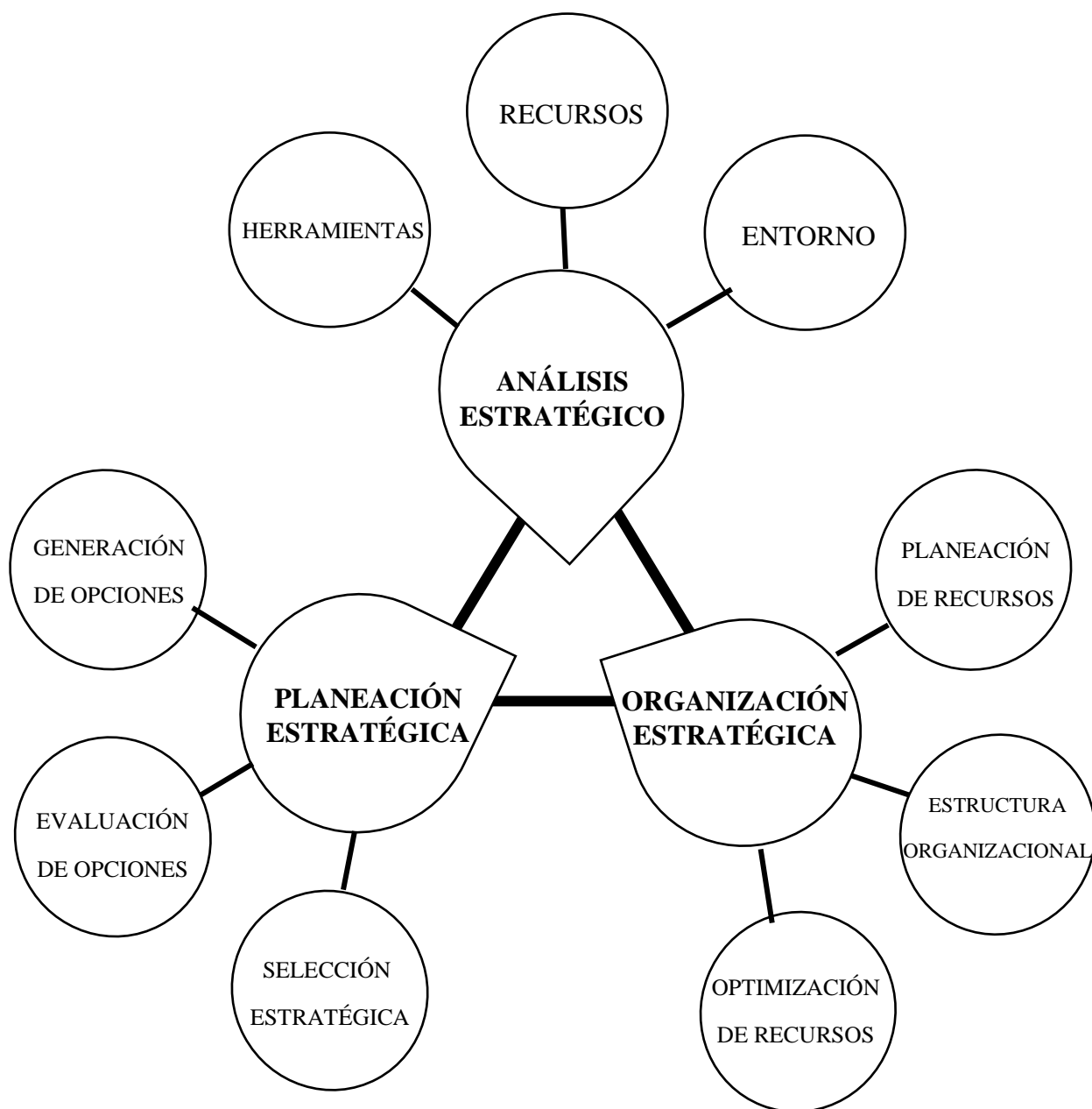


Figura 10. Estructura organizacional para la gestión estratégica

Fuente: Álvarez, 2007.

6.12. ETAPA 4: CONTROL

La etapa de control del proyecto comprende procesos de seguimiento, revisión y monitorización que, en el caso de un proyecto de instalación de una agroindustria, no terminan jamás, pues el inicio de sus actividades productivas tiene un principio mas

no un final, ya que el objetivo de la implementación de este proyecto no tiene fin esperado.

Es así que este proceso de control y seguimiento busca a través de sus procesos, gestionar la productividad ya que esta etapa está innegablemente ligada a la anterior, donde en la mayoría de los casos espera mejorar constantemente los procesos previamente establecidos tras su evaluación continua y la métrica de los resultados obtenidos periódicamente.

6.12.1. CONTROL DE LA PRODUCCIÓN BAJO NORMATIVAS

Normativas como la ISO 9001 son características en las empresas, sin embargo en la agroindustria esta normativa no es suficiente, sino sólo el principio de ellas.

Asegurar la calidad en los procesos de producción de una organización es fundamental para evitar un producto final defectuoso y con ello merma de la productividad. Por ello las empresas cuentan con un Departamento de Calidad o Control de la Calidad, que emplea técnicas de control para la evaluación en los procesos de producción, ya que la calidad no es una característica exclusiva del producto final sino que está presente en todo el ciclo productivo.

La calidad no es un concepto negociable dentro de una empresa, pues su presencia incide en el ámbito financiero, en el ámbito comercial, en el ámbito externo y razones técnicas, así como en el ambiente interno de la empresa. Es una consecución equilibrada entre la consolidación de los objetivos de la empresa como: rendimiento, crecimiento y posicionamiento; y la persecución de la satisfacción equilibrada de las necesidades y expectativas del mercado.

En el sector agroindustrial se requiere, contar con Buenas Prácticas de Manufactura o BPM, que son el conjunto de medidas preventivas y prácticas generales de higiene

que aseguran la higiene en la cadena alimentaria, es decir durante cada etapa del proceso productivo, desde la manipulación, preparación, elaborado, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan así los riesgos potenciales o peligros para su inocuidad.

En Ecuador, para la comercialización de productos alimenticios se requiere de manera obligatoria de Registro Sanitario según el ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).

Tal registro responde al procedimiento de evaluación y control destinado a aprobar si un producto, entre otras categorías: alimenticio y cosmético, ha sido manufacturado en condiciones sanitarias y es apto para el consumo humano. Este registro guarda en su formulario único por producto información como: tipo de envase, forma, presentación, contenido volumétrico, conservación y características microbiológicas.

Según el ARCSA, para la comercialización de este tipo de productos se requiere de un etiquetado universal, que contenga los 5 requerimientos básicos en la etiqueta: Nombre comercial del producto, semáforo gráfico, fecha de elaboración y vencimiento, número de lote y Notificación Sanitaria y/o Código BPM (Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura).

6.12.1.1. OBJETIVOS

- a) Establecer el departamento de Gestión de la Calidad.

6.12.1.2. ACTIVIDADES

- a) Diseñar, plantear y constituir el departamento de Gestión de la Calidad, empleando: metodologías, requerimiento de profesionales, manual de

procesos, obtención de certificaciones para el funcionamiento de la Agroindustria, etc.

6.12.2. CONTROL DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO (PRODUCTORES)

La gestión de proveedores responde a un proceso de varias etapas que permite el inicio y desarrollo de las relaciones comerciales que la empresa tiene con el proveedor. En este punto, tras la socialización del programa de capacitación con los posibles proveedores del sector agro productor de coco de la ciudad de Portoviejo, se debe hacer la selección del proveedor o proveedores de acuerdo a lo socializado con la comunidad en la etapa 2 de esta estrategia, en el punto 6.3.2. Socialización del programa de capacitación a los agroproductores.

La adecuada Gestión de Proveedores, como lo es con la Gestión de Cliente, define muchas interrogantes, pues a través de la gestión correcta y de procesos adecuados que se acoplen al funcionamiento de la cadena de abastecimiento, permite mejorar los rendimientos empresariales, es así que como en todo lo demás, es importante gestionar el riesgo de esta tarea y la calidad principalmente, así como la eficiencia del proceso.

6.12.2.1. OBJETIVOS

- a) Identificar los riesgos en la Gestión de Proveedores.
- b) Planificar la Gestión de Proveedores.

6.12.2.2. ACTIVIDADES

- a) Implementar estudio de riesgos de proveedores.
- b) Diseñar la cadena de logística y abastecimiento.
- c) Optimizar los recursos para la gestión de proveedores.
- d) Distinguir los tipos de contrato con proveedores: calificados y no calificados.

6.12.3. CONTROL DE GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN

Las funciones de gerencia y administración son lideradas por profesionales que, con experiencia en el campo, lleven a cabo las actividades que permitan que la organización alcance sus objetivos, en función de los recursos existentes, optimizando la rentabilidad de la empresa.

Sin embargo, la gerencia y la administración de la empresa guardan ciertas diferencias en sus funciones y habilidades, con ello la administración cumple sus cuatro funciones más básicas (concretamente): planificar, organizar, controlar y dirigir; mientras que la gerencia desempeña sus funciones para determinar y alcanzar los objetivos de la organización a través de metas y procedimientos trazados como organización.

Para la gestión efectiva del proyecto, y muchas veces en calidad de inversionista o gestor, el control de estos departamentos, a diferencia de todo lo anterior donde se puede objetar los procesos con mayor visualización, en estos departamentos se analizan resultados, pues la gerencia y la administración de una industria debe reflejar resultados tangibles y observables.

Uno de los roles del departamento, sea de Gerencia o Gerencia Administrativa, es el análisis de la productividad, para ello, una de las estrategias más eficientes es el análisis de la productividad por segmentos o departamentos. Para ello, la organización, a través de un proceso de auditoría de procesos realiza un análisis corto – beneficio sobre el presupuesto invertido en cada departamento de gestión y producción.

Según Álvarez “la mayoría de las empresas no conoce la proporción de sus gastos de Marketing en cada producto” (2007, p.75), en concordancia con el autor Climent-

Serrano, quien menciona que “el hecho de que muchas empresas no informen sobre los costes de calidad no se debe a que no existan, sino a que no los calculan y, en consecuencia, los desconocen” (2003, p.189).

Esto denota que, el desconocimiento sobre los costos departamentales en la empresa y su incidencia sobre los productos o servicios resultantes de las operaciones de la misma es un poco más habitual de lo que se espera en la gestión empresarial.

Conocer los costes departamentales permite analizar el comportamiento de la utilidad, pues esto incide significativamente sobre los costos de producción y en sí mismo sobre la calidad del producto final, por lo tanto está directamente relacionado a la competitividad empresarial. Con ello, el conocimiento de los costes además permite la toma de decisiones, la maximización de los recursos y el incremento de la rentabilidad.

6.12.3.1. OBJETIVOS

- a) Definir el perfil de cargo de la Gerencia y Administración de la Agroindustria.
- b) Establecer objetivos de la gestión departamental: Gerencia – Administrativa.

6.12.3.2. ACTIVIDADES

- a) Desarrollar el perfil de cargo de la Agroindustria, así como los conocimientos requeridos para ocupar el cargo.
- b) Revisar perfiles de Gerencia Administrativa para Agroindustrias.
- c) Detallar objetivos y metas medibles y escalables para el desarrollo de las funciones operativas de la empresa.

- d) Análisis de la gestión departamental de la estructura organizacional de la Agroindustria, aplicando estrategia y herramientas de medición de la rentabilidad.

6.13. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El Ecuador, es un país de economía dolarizada, lo que en los negocios y el entorno financiero representa una ventaja competitiva en cuanto a las inversiones, ya que el proceso inflacionario es mucho más estable en comparación a las monedas de la región, ajustando las tasas de interés de forma estable y poco cambiante, favoreciendo la inversión nacional. De esta manera, el acceso a financiamiento externo es una posibilidad mucho más tangible en relación a otros países de Latinoamérica.

Organismos multilaterales de crédito tales como el Grupo BID, del Banco Interamericano de Desarrollo, contribuyen a este planteamiento de inversión, ya que minimizando el riesgo ya expuesto, el BID a través de objetivos, contribuye al desarrollo económico, social e institucional de forma sostenible, en América Latina y el Caribe, no sólo a través de financiamiento sino también de peritaje y asesoría de gestión, impulsando el desarrollo inclusivo.

Este organismo financia proyectos privados, públicos y mixtos, donde promueva la reducción de la brecha de desigualdad económica y social, así como la sostenibilidad ambiental. Empleando tasas de interés de entre el 3,6% al 5,5%, al segundo trimestre del año 2021, siendo altamente competitivas en relación a las del Sistema Financiero Ecuatoriano.

6.14. PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

El presupuesto expresado a continuación describe los costos proyectados para completar la implementación de las actividades descritas en el desarrollo de la estrategia, de manera que puede llevarse a cabo como parte del proyecto.

Tabla 8. Presupuesto para la implementación de la estrategia

RUBROS	COSTO
Activos Fijos	\$ 1 000 000
Activos Nominales	\$500
Diseño del proyecto de la Agroindustria	\$1500
Gestoría de la estrategia	\$1000
Asesoría de Ingeniero Agroindustrial	\$300
Asesoría de Marketing Corporativo	\$500
Asesoría especializada en Gestión de Calidad	\$500
TOTAL	\$1 004 300

Elaborado por el autor.

Tabla 9. Cronograma de actividades presupuestado

PRESUPUESTO PARA LA IMPLMENTACIÓN DE LA ESTRATEGÍA DEL PROYECTO

SEÑALIZACIÓN POR ETAPAS

ETAPA 1

ETAPA 2

ETAPA 3

ETAPA 4

N°	ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	COSTO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
				S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
1	Diseñar una estrategia de diagnóstico de los factores de la producción del sector agroproductivo del coco de la ciudad de Portoviejo.	2 gestores	*	x																			
2	Diseñar un esquema organizado de escalabilidad del sistema de producción del sector agroproductivo de coco de la ciudad de Portoviejo.	2 gestores	*	x																			
3	Recolectar información sobre la experiencia y formación en los productores de derivados del coco en la ciudad de Portoviejo.	2 gestores, movilización y recursos impresos	\$ 15,00	x																			
4	Recolectar información sobre la edad del cocotero y las técnicas empleadas en la producción, para el desarrollo de un esquema organizado que permita el planteamiento posterior de estrategias para la mejora y optimización de la producción.	2 gestores, 1 ingeniero agrónomo para evaluar el cocotero y movilización	\$ 100,00		x	x																	

Elaborado por el autor, parte 1/10.

PRESUPUESTO PARA LA IMPLMENTACIÓN DE LA ESTRATEGÍA DEL PROYECTO

SEÑALIZACIÓN POR ETAPAS

ETAPA 1 ETAPA 2 ETAPA 3 ETAPA 4

N°	ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	COSTO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
				S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
11	Recolectar en puntos de venta a través de los distintos canales de distribución comercial los distintos productos derivados del coco que se ofertan en la ciudad de Portoviejo, para concentrarlo en una matriz de datos para su observación	2 gestores, movilización y recursos tecnológicos: smartphome, pc.	*		X	X	X																
12	Aplicación de encuestas a una muestra poblacional para la determinación de los criterios de evaluación que responden a: expectativas del mercado y el nivel de aceptación del mercado.	2 gestores, movilización y recursos impresos	\$ 25,00				X																
13	Empleando una matriz de evaluación ponderada, enlistar los productos conocidos derivados del procesamiento del coco, donde se agrupan de acuerdo a las categorías de alimenticios y no alimenticios, requerimientos específicos de producción y disponibilidad para producirlos.	2 gestores y recursos tecnológicos: smartphome, pc.	*				X																

Elaborado por el autor, parte 4/10.

PRESUPUESTO PARA LA IMPLMENTACIÓN DE LA ESTRATEGÍA DEL PROYECTO

SEÑALIZACIÓN POR ETAPAS

ETAPA 1 ETAPA 2 ETAPA 3 ETAPA 4

N°	ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	COSTO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
				S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
14	A través de la jerarquización de los productos estimados en la matriz anterior, escoger aquellos que puedan constituir un ciclo productivo integral donde el desperdicio de la materia prima en su procesamiento industrial sea mínimo.	Asesoría técnica de ingeniero agroindustrial	**					x															
15	A través de representantes de las diferentes agrupaciones, asociaciones y sitios o comunas dedicadas a la producción de coco en la ciudad de Portoviejo, se socializaran los objetivos del proyecto con el fin de congregarse como agentes de	2 gestores y logística del evento, recursos impresos, etc.	\$ 100,00					x															
16	Recolectar información de relevancia sobre los participantes de esta comunidad, que evalúe las necesidades de la producción.	2 gestores, movilización y recursos impresos	\$ 15,00					x															
17	Determinar planes de gestión de la producción, estrategias de recolección y optimización de recursos	2 gestores y recursos tecnológicos: smartph, pc.	*					x															

Elaborado por el autor, parte 5/10.

PRESUPUESTO PARA LA IMPLMENTACIÓN DE LA ESTRATEGÍA DEL PROYECTO

SEÑALIZACIÓN POR ETAPAS

ETAPA 1 ETAPA 2 ETAPA 3 ETAPA 4

N°	ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	COSTO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
				S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
18	Diseño del proyecto de inversión y plan de negocios integral de la Agroindustria, en relación a las necesidades del entorno y teniendo en cuenta los recursos del entorno.	2 gestores, ingeniero industrial, arquitecto, financiero	\$ 1.500,00						x	x													
19	Diseño e instalación de la agroindustria.	2 gestores, ingeniero industrial, arquitecto, financiero	\$ 1.000.000,00						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
20	Diseñar el proceso de gestión del talento humano, desde la evaluación de las necesidades en las operaciones de la Agroindustria para establecer los requisitos del reclutamiento de personal	2 gestores y asesoría técnica de ingeniero agroindustrial	**							x													

Elaborado por el autor, parte 6/10.

PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGÍA DEL PROYECTO

SEÑALIZACIÓN POR ETAPAS



N°	ACTIVIDAD	RECURSOS REQUERIDOS	COSTO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5		
				S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19
35	Revisar perfiles de Gerencia Administrativa para Agroindustrias.	2 gestores	*																		X	X
36	Detallar objetivos y metas medibles y escalables para el desarrollo de las funciones operativas de la empresa.	2 gestores	*																		X	X
37	Análisis de la gestión departamental de la estructura organizacional de la Agroindustria, aplicando estrategia y herramientas de medición de la rentabilidad.	2 gestores	*																			X
TOTAL			\$ 1.002.405,00																			

*El costo por gestión de la estrategia será considerado por proyecto terminado, sin contemplar costos individuales por actividad

**El costo por asesoría de profesional de ingeniero en agroindustria será considerado por proyecto terminado, sin contemplar costos individuales por actividad

***El costo por asesoría de profesional en marketing corporativo será considerado por proyecto terminado, sin contemplar costos individuales por actividad

Elaborado por el autor, parte 10/10.

REFERENCIAS

- Agudelo, J. (2014). Procesos Agroindustriales. *Sistemas Agroindustriales WEBNODE*.
<https://jagudeloc.webnode.es/procesos-agroindustriales/>
- Álvarez, F. (2007). *Planificación estratégica de Marketing*. Revista Perspectivas. N°20, julio –diciembre, 2007, pp.67-104. Universidad Católica Boliviana San Pablo, Cochabamba, Bolivia.
- Andrade, M. & Intriago, E. (2014). *Factibilidad de una planta envasadora de agua de coco (coccus nucifera) con adición de alcohol, en el cantón de Rocafuerte, Manabí*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix Lopez”. Calceta, Manabí, Ecuador.
- Bueno, E. (1987). *La competitividad de la empresa española*. Revista Española de Financiación y Contabilidad, N°54, 733-740.
- Chateaneuf, R. & Espinosa, F. (1976). *Bases para el desarrollo de la agroindustria en Chile*. Centro de Estudios de Planificación Nacional, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, Chile. Documento N°54. URL:
<https://searchworks.stanford.edu/view/1056984>
- Climent-Serrano, S. (2003). Los costes de calidad como estrategia empresarial: evidencia empírica en la comunidad Valenciana. Tesis Doctoral. Facultad de Economía, Departamento de Contabilidad. Universitat of València.
- Corredor, A. (2017). *Desarrollo de proyectos para emprendedores*. Madrid:RA-MA Editorial.

- Cortés Marín, E., Suarez, H. & Pardo, S. (2008). *Producción sostenible en la agricultura colombiana*. Ingeniería de Recursos Naturales y del Ambiente, N°7, pp. 48-56. Universidad del Valle, Cali, Colombia.
- Cortés Marín, E. (2007). *La agroindustria y viabilidad del sector agropecuario*. Revista CES Medicina Veterinaria y Zootecnia, Vol 2. (N°1), pp. 74-80. Medellín, Colombia.
- Dueñas, L. & Macías, N. (2018). *La diversificación relacionada de la producción del coco en Riochico – Ecuador*. Universidad Técnica de Manabí, Manabí, Ecuador.
- El Telégrafo (22 de julio 2021) La tasa de desempleo en el Ecuador se redujo un 1,2%. Recuperado el 25 de septiembre de 2021 de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/44/la-tasa-de-desempleo-en-ecuador-se-redujo-en-1-2>.
- FAO (2009). *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo*. SOFI 2009. Roma
- FAO (2010). *Las biotecnologías en la agroindustria en los países en desarrollo*.
- FAO (2013). *Agroindustrias para el desarrollo*. Roma, Italia.
- FEDEXPORT. (2021). *Más productos de la industria agroalimentaria van al exterior*. Revista Líderes.
- Felsinger, E. & Runza, P. (2002). *Productividad: Un estudio de caso en un departamento de siniestros*. Universidad de CEMA, Argentina.
- Ferraz, J., Kupfer, D. & Haguenaer, L. (1996). *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*, Río de Janeiro, Campus.
- Fuentes, M., Hernández, G. & Sánchez, A. (2020). *Estudio de Factibilidad de una planta procesadora de productos derivados del fruto de coco para el centro de*

- investigación, experimentación y transferencia de tecnología agroecológica en el municipio de San Pedro Masahuat, La Paz.* Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador.
- GAD Portoviejo. (2021). *Revisión y cumplimiento de metas del Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial 2014 – 2019.* Recuperado el 25 de septiembre de 2012 de https://www.portoviejo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/10/2.-Componente-economico_Plan-Portoviejo-2035.pdf
- García, S. (2015). *Estudio de factibilidad para la industrialización de la fibra de coco en el recinto La Tolita, Pampa de Oro, Esmeraldas.* Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, Sede Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Gilligan, C. & Wilson, M. (2003). *Strategic Marketing Planning.* Butterworth Heinemann, Londres, Inglaterra.
- Gómez, G. (1997). *Sistemas administrativos: análisis y diseño.* Editorial McGraw Hill.
- Gonzales, I. (2018). *Estudio de implementación de una planta procesadora para la obtención de la leche de coco en el municipio de San Buenaventura.* Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.
- Huerta-Riveros, P. (2004). *La Diversificación desde la Teoría de Recursos y Capacidades.* Cuadernos de Estudios Empresariales N° 14, p.p.87-104.
- INEC. (2020). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2019 ESPAC.*
- INEC. (2021). *Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI).* Recuperado 1 de julio de 2021 de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza-por-necesidades-basicas-insatisfechas/>
- Jijón, P. (2021). *Agroindustria en los próximos cuatro años.* Revista de Manabí.

- Kerin, R., Hartley, S. & Rudelius, W. (2009). *Marketing*. 9na. Ed. McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. (2004). *Marketing mix digital: De las 4P's a las 4C's*. Calameo España. <https://es.calameo.com/read/00034007426c95f161017>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012) *Marketing*. 14a. Ed. Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. 12a. Ed. McGraw-Hill Interamericana.
- Krajewski, J., Ritzman, L. & Malhotra, M. (2008). *Administración de Operaciones*. 8va Ed. Pearson Education.
- Matos, Y. & Pasek, E. (2005). *Planificación y ejecución de la investigación en equipo: un constructo*. Revista de Artes y Humanidades UNICA, Vol.6, N°14, pp.102-122. Universidad Católica Cecilio Acosta. Maracaibo, Venezuela.
- Mogensen, A.(1932). *Common Sense Applied to Motion and Time Study*. 1ra. Ed. Editorial McGraw-Hill Book Company for Factory and Industrial Management, Nueva York.
- Müller, G. (1995). *El caleidoscopio de la competitividad*. Revista de la CEPAL (56), pp.137-148.
- Naudé, W. & Szirmai, A. (2012). *The importance of manufacturing in economic development: Past, present and future perspectives*. UNU-MERIT Working Paper Series.
- Ocampo, M.J. (2019). *Plan de negocios de una empresa de diseño, producción y comercialización con derivados no tradicionales del coco*. Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

- Olivier, E. (2021). Marketing Mix: Qué es y cómo aplicarlo. *Genwords*.
<https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>
- Ortega, J., Reyes, J. & Torres, J. (2005). *Propuesta de agroindustrialización del coco como una estrategia para la contribución económica al desarrollo rural de la comunidad de la Isla Espíritu Santo, Puerto El Triunfo*. Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador.
- Penelo, L. (2018). Coco: valor nutricional, beneficios, propiedades y cómo saber cuándo está en su punto. *LAVANGUARDIA*.
- Peña, Y., Nieto, P. & Díaz, F. (2008). *Cadenas de valor: Un enfoque para las agrocadenas*. Revista Equidad y Desarrollo, N°9 (2008), pp. 77-85. Universidad de La Salle, Bogotá Colombia. DOI:[10.19052/ed.279](https://doi.org/10.19052/ed.279)
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance*. Nueva York: Free Press.
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. Grupo Editorial Patria. México D.F, México.
- PROCOMER (Octubre-2020). *Oportunidades de comercialización para coco y subproductos*. URL:<http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/680FCF2C-F0EB-4968-A9CC-57616E7E3197.pdf>
- Quito, A. (2016). *Aprovechamiento de los residuos de coco para su uso interno y exportación*. Universidad de Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2005). *Administración*. 8va Ed. Pearson Education.
- Rojas, A. (2015). *Adición de la fibra de coco en el hormigón y su incidencia en la resistencia a compresión*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

- Romero, V., Rosado, G., Sablón, N. & Burbano, L. (2020). *Análisis de la cadena agroalimentaria del coco (coco nucifera) en la provincia de Manabí*. N°24 (2020). Revista de las Agrociencias de la Universidad Técnica de Manabí, Manabí, Ecuador.
DOI: https://doi.org/10.33936/la_tecnica.v0i24.2345
- Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. 14a. Ed. Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Stanton, W. & Futrell, Ch. (1987). *Fundamentals of marketing*. 8va. Ed. Editorial McGraw-Hill Inc.
- Tawifk, L. & Chauvel, A. (1993) *Administración de la Producción*. 1ra. Ed. Editorial McGraw-Hill Inc.
- Velasco, B. (2017). *Esmeraldas concentra la palma de coco*. Revista Líderes.
- Westreicher, G. (2020). *Producción Industrial*. Economipedia. Recuperado 3 de julio de 2021 de <https://economipedia.com/definiciones/produccion-industrial.html>

APÉNDICES

APENDICE A: Árbol del problema

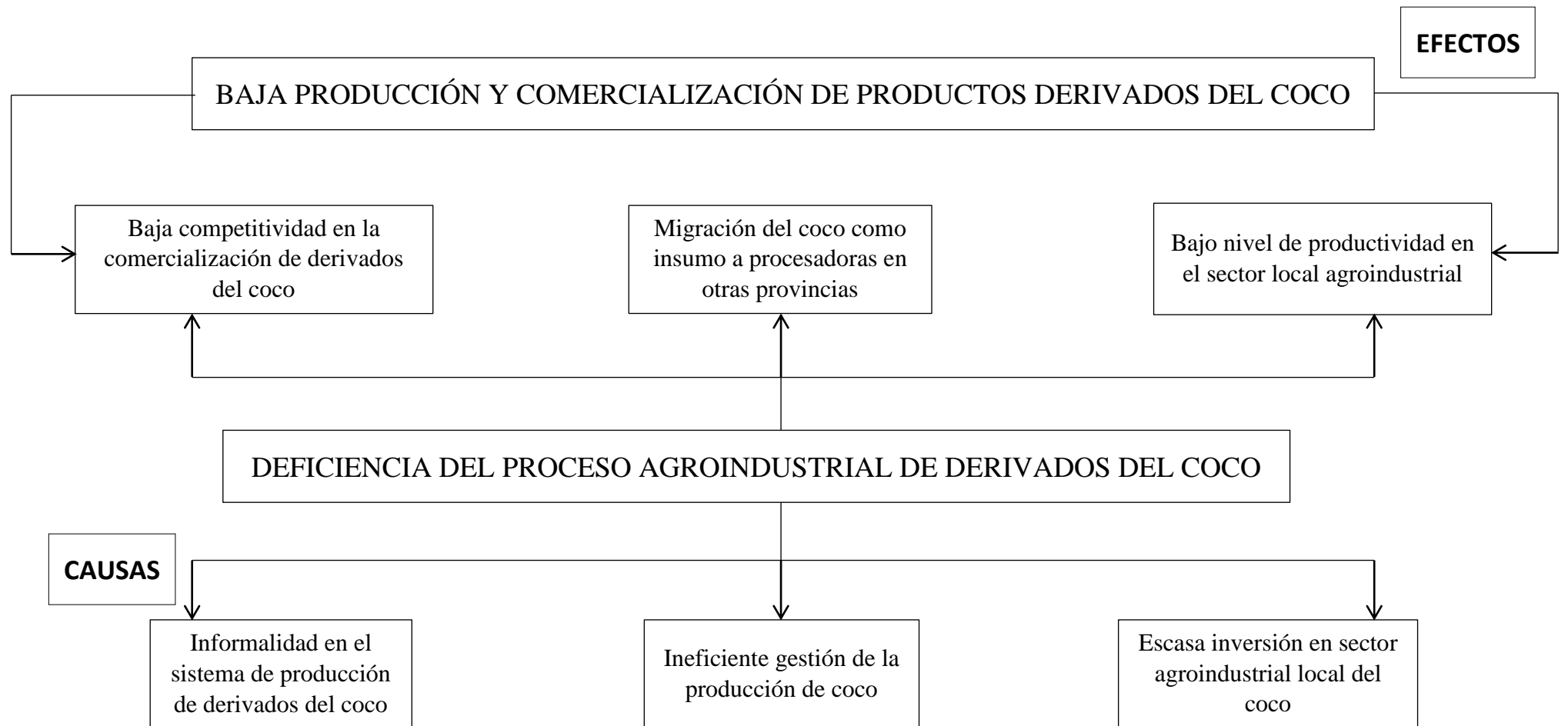


Figura 11. Árbol del Problema

Elaborado por el autor.



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES
ENCUESTA PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

DIRIGIDA A: Productores de Coco de la ciudad de Portoviejo

DESARROLLADA POR: Estudiante Gema Karolina Bermúdez Díaz

INSTRUCCIONES: Marque con una X el recuadro correspondiente, utilizando esfero.

SISTEMA DE PRODUCCIÓN

1. ¿Qué tipo de Régimen Tributario emplea como productor?

RISE

RUC

NO USA

COMPETITIVIDAD

2. ¿Utiliza usted la totalidad del fruto en su proceso productivo?

SÍ - 100%

AGUA Y PULPA - 70%

SOLO CÁSCARA - 30%

3. ¿Conoce usted los productos que se derivan de cada parte del coco?

SÍ

NO

NIVEL DE PRODUCTIVIDAD: RESPONDA CON RESPECTO A SUS CLIENTES

4. Nivel de aceptación de sus productos ¿Dónde se encuentran sus principales clientes?

En Portoviejo

En otras ciudades de la Provincia

En otras provincias

5. ¿Qué canales de distribución emplea? Se admiten más de 1 respuesta

Tiendas de abarrotes Comisariatos Ferias y eventos de difusión

Ventas por internet (redes sociales, páginas web) Otros_____

**DESEÁNDOLES ÉXITOS EN SUS ACTIVIDADES Y CRECIMIENTO
EMPRESARIAL, LE AGRADEZCO SU PARTICIPACIÓN.**



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

ENTREVISTA PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

DIRIGIDA A: Asociación de producción agrícola de coco Ebanitos ASOCOCOEBANITOS

– RUC: 1391867670001

DESARROLLADA POR: Estudiante Gema Karolina Bermúdez Díaz

RESPONDIDA POR: Presidenta de la Asociación: Yadira Katherine Velasquez Rivas

GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN

- 1- ¿Cuántos socios constituyen la asociación?
- 2- ¿Cuál es el objetivo con que se asociaron?

GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- 3- ¿Cuál es el margen de ganancia de la producción?
- 4- ¿Tiene usted algún tipo de estudio o preparación en la fabricación de derivados del coco?

INVERSIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL

- 5- ¿Cuál es su margen de inversión en la producción periódica?

MIGRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- 6- ¿Ha realizado algún estudio de mercado en su entorno local?
- 7- ¿Ha participado de algún estudio de mercado por parte de industrias?

DESEÁNDOLES ÉXITOS EN SUS ACTIVIDADES Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL, LE AGRADEZCO SU PARTICIPACIÓN.

APENDICE D: Solicitud de entrevista para el desarrollo investigativo del proyecto

k Reunirse ahora 

Mensaje nuevo Responder Eliminar Archivo No deseado Limpiar Mover

Re: Solicitud de Información

Vie 20/8/2021 10:07
Para: Usted

Estimada:

Gema Bermúdez, egresada de la Universidad San Gregorio, en la mañana del día de hoy he procedido a contestar su encuesta como Presidenta de ASOCOCOEBANITOS, de acuerdo a lo conversado referente al oficio que tiene que hacerle llegar a la asociación para cumplir con los asuntos protocolarios de la asociación que tiene la finalidad de seguir ayudando a los estudiantes para que puedan hacer sus trabajos investigativos en la misma, le deseo éxitos en su trabajo, y para dejarle de referencia ante su responsabilidad no se olvide enviar lo mencionado, ya que hemos tenido malas experiencias con los estudiantes de la misma institución ya que no han cumplido con lo establecido de acuerdo a las diferentes actividades que han llevado con la asociación.

Con sentimiento de estima y consideración me despido deseándole el mejor de los éxitos en su nueva etapa profesional, y que la información de acuerdo con la encuesta sea de total aceptación para su trabajo investigativo.

Cordialmente,

El vie, 20 de ago. de 2021 a la(s) 07:10, Gema Karolina Bermudez Diaz (gkhdiaz@hotmail.com) escribió:

Saludos Cordiales:
De mis consideraciones, yo Karolina Bermudez, en calidad de estudiante egresada de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, solicito a usted muy comedidamente me brinde la oportunidad de realizar una entrevista a la Sra Yadira Velasquez presidenta de la Asociación ASOCOCOEBANITOS, con el fin de utilizar la información para el desarrollo de mi proyecto de titulación con el tema "**Proceso agroindustrial y su impacto en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo**", que tiene como objetivo general "Conocer el impacto del proceso agroindustrial en la producción y comercialización de productos derivados del coco en la ciudad de Portoviejo".
Para ello le estoy muy agradecida de contar con su entrevista, mi contacto es 0990422596, puede dejarme un Whatsapp y yo le devuelvo la llamada.
Sin otro particular, quedo de usted muy agradecida.
Karolina Bermúdez

--



Yadira Velásquez Rivas
PRESIDENTA ASOCOCOEBANITOS
CONTACTO: 0960154350 / 0993159741
COMUNIDAD LOS EBANITOS
RIOCHICO . MANABÍ . ECUADOR

Responder | Reenviar