



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LA FRUTA ARAZÁ (EUGENIA
STIPITATA SUBSP), EN LA ZONA DE LITA PROVINCIA DE
IMBABURA”**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
COMERCIALES**

AUTORES

**FIGUEROA MALTE MIRTHA LILIANA
JARAMILLO PINEDA AMPARITO MARICELA**

DIRECTOR

ECON. MANUEL CORRALES

IBARRA, ABRIL DEL 2011

RESUMEN EJECUTIVO

A través de la investigación de campo utilizando fuentes primarias, se recopiló información necesaria, donde se identificó una demanda significativa de pulpa de arazá en la ciudad de Ibarra, datos que fortalecen la propuesta de la creación de una empresa de producción industrialización y comercialización de arazá. Realizada la investigación de crear una empresa para la producción, industrialización y comercialización de arazá, se determinó que el lugar donde se produce la fruta, reúne las condiciones óptimas para intensificar el cultivo, como también la predisposición de los agricultores para colaborar con el proyecto, de esta manera se está asegurando la suficiente materia prima a utilizarse. Es por ello que del análisis técnico se considera como lugar óptimo a la parroquia de Lita, por estar cerca a los proveedores de la fruta, además se estableció un proceso de producción e industrialización lógico basado en la eficiencia. Luego de haber cuantificado, cualificado la demanda, y los aspectos técnicos en infraestructura, maquinaria, equipos y talento humano, se determinó que la inversión del proyecto es de \$ 85,628, de los cuales el 30% es aporte propio de los socios y el 70% es financiado por la corporación financiera nacional CFN. Con los supuestos de mercado y los escenarios económicos y sociales, se proyectó ingresos, costos y gastos, los mismo que sirvieron para establecer los estado proforma, que son la base de la evaluación financiera, mediante los indicadores que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, obteniendo como resultado un VAN de \$ 58.875,38; TIR de 42,20%, y un período de recuperación de la inversión de 3 años. La empresa tendrá una guía estratégica y organizativa, estableciendo que el talento humano debe poseer competencias estructurales y profesionales, para el logro de los objetivos con éxito. Finalmente se efectuó el análisis de impactos obteniendo efectos positivos, ya que se utilizará técnicas apropiadas en las diferentes etapas productivas. En conclusión del presente proyecto es altamente atractivo y rentable, para los inversionistas, conforme se ha demostrado brevemente en este resumen ejecutivo. Sin embargo todos estos datos pueden ser revisados y analizados en los siguientes capítulos.

EXECUTIVE SUMMARY

Through the investigation of field, using primary sources, was compiled necessary information where a significant demand of pulp of arazá was identified in the city of Ibarra, data that fortify the proposal of establish a business of industrialization and commercialization of arazá.

Realized the investigation for creating a company for the production, industrialization and commercialization of arazá, it was possible to determine the place where the fruit takes place, meets the optimal conditions to intensify the culture, and also has the predisposition of the agriculturists to team up with the project, this way the project assures the sufficient raw material to be used. It is for that reason and from a technical analysis, Lita is considered the optimal place to establish the business because it allows being near the suppliers of the fruit, in addition it allows to settle down a process of production and logical industrialization based on efficiency.

After to have quantified, qualified the demand, and the technical aspects in infrastructure, machinery, equipment and human talent, it has been determined that the investment of the project is of \$ 85.628, of which 30% is own contribution of the partners and 70% is financed by the national finance corporation CFN. With the economic and social assumptions of market and scenes, was projected the income, costs and expenses, same that served to establish the financial statements, that is the base of the financial evaluation, trough these was determined the indicators, that considers the value of the money in the time, obtaining as result NPV of \$ 58.875,38; IRR of 42,20%, and a period of recovery of the investment of 3 years.

The company will have a strategic and organizational guide, establishing that the human talent must possess structural and professional competitions, for the accomplish of the objectives. Finally takes place the analysis of impacts obtaining positive effects, since it will be used appropriate techniques in the different productive stages. In conclusion, the present project is highly attractive and profitable, for the investors, as has been demonstrated briefly in this executive summary. Nevertheless all these data can be reviewed and be analyzed in the following chapters.

AUTORÍA

Nosotras declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DELA FRUTA ARAZÁ (EUGENIA STIPITATA SUBSP.), EN LA ZONA DE LITA PROVINCIA DE IMBABURA” es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que incluyen en este documento

.....
Liliana Figueroa
040140091-6

.....
Amparito Jaramillo
100330127-0

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directo del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Mirtha Liliana Figueroa Malte con cédula de identidad Nro.040140091-6 y Amparito Maricela Jaramillo Pineda con cédula de identidad Nro. 100330127-0, para optar por el Título de **INGENIERAS COMERCIALES**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA FRUTA ARAZÁ (EUGENIA STIPITATA SUBSP.), EN LA ZONA DE LITA PROVINCIA DE IMBABURA”**, considerando que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra al primer día del mes de abril del 2011

.....
Econ. Manuel Corrales
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, **MIRTHA LILIANA FIGUEROA MALTE**, con cédula de identidad Nro. 040140091-6 y **AMPARITO MARICELA JARAMILLO PINEDA**, con cédula de identidad Nro. 100330127-0, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4,5 y 6, en calidad de autoras de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA FRUTA ARAZÁ (EUGENIA STIPITATA SUBSP.), EN LA ZONA DE LITA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERAS COMERCIALES**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras, nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....
Liliana Figueroa
040140091-6

.....
Amparito Jaramillo
100330127-0

Ibarra, al primer día del mes de abril del 2011

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en forma digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO

CÉDULA DE IDENTIDAD:	040140091-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MIRTHA LILIANA FIGUEROA MALTE		
DIRECCIÓN:	PASTORA ALOMIA 4-23 Y ARGENTINA		
EMAIL:	mlfm83@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	091957427

DATOS DE CONTACTO

CÉDULA DE IDENTIDAD:	100330127-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	AMPARITO MARICELA JARAMILLO PINEDA		
EMAIL:	amparitojaramillo@hotmail.com		
DIRECCIÓN:	QUIROGA Y ATAHUALPA OTAVALO		
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL	093799632

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA FRUTA ARAZÁ (EUGENIA STIPITATA SUBSP.), EN LA ZONA DE LITA PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES)	LILIANA FIGUEROA Y AMPARITO JARAMILLO
FECHA:	Abril 2011
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
Título por el que opta	INGENIERAS COMERCIALES
ASESOR /DIRECTOR	ECON. MANUEL CORRALES

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Mirtha Liliana Figueroa Malte, con cédula de identidad Nro. 040140091-6 y Amparito Maricela Jaramillo Pineda, con cédula de identidad Nro. 100330127-0; en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo

tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los.....días del mes de..... de 2011

.....

Liliana Figueroa
040140091-6

.....

Amparito Jaramillo
100330127-0

.....

Ximena Vallejo
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestros padres y hermanos, quienes siempre estuvieron a nuestro lado con palabras de aliento, ayuda y sacrificio, para poder culminar una a una nuestras metas planteadas, a nuestro asesor por brindarnos su tiempo y conocimientos durante este trabajo y a todas las personas que nos ayudaron para poder culminar con éxito este trabajo de grado.

Liliana y Amparito

AGRADECIMIENTO

Damos gracias a Dios por permitirnos culminar una etapa más de nuestras vidas, a nuestras familias por su amor, entrega, apoyo incondicional y su confianza.

A nuestro asesor Econ. Manuel Corrales por su dedicación y paciencia a lo largo de este trabajo de grado, y a todas las personas que nos brindaron su apoyo de manera positiva.

Liliana y Amparito

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado se realizó con el fin de determinar la factibilidad de la creación una empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá en la zona de Lita, provincia de Imbabura.

El proyecto está estructurado en siete capítulos de la siguiente manera: diagnóstico situacional, bases teóricas y científicas, estudio de mercado, ingeniería del proyecto, evaluación económica financiera, estructura organizativa de la empresa, impactos y conclusiones y recomendaciones, incluye además la información bibliográfica y los respectivos anexos.

El primer capítulo tiene como finalidad de conocer el entorno interno y externo en el que se va a desarrollar la empresa, los objetivos del estudio, para determinar las fortalezas, oportunidades, oponentes y aliados, para posteriormente identificar el problema.

El segundo capítulo tiene el objetivo de dar a conocer los aspectos teóricos y científicos, que son considerados en la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, los cuales sustentan la realización y ejecución del mismo, a través de documentos y bibliografía actualizados.

El tercer capítulo se establece el estudio de mercado, con el objetivo de conocer la demanda y la demanda de la pulpa de arazá, de los productores, de los potenciales clientes que en este caso son las cafeterías, restaurantes y consumidor final de la ciudad de Ibarra zona urbana.

El cuarto capítulo contempla el estudio técnico, es decir la micro y macro localización de la empresa, diseño de instalaciones y la capacidad de la planta procesadora.

El quinto capítulo se establece la evaluación económica financiera del proyecto, para determinar, la necesidad de activos, talento humano y la rentabilidad de la inversión, se detalla los ingresos, costos, gastos, los balances, van, tir, período de recuperación y punto de equilibrio

El sexto capítulo se determina la estructura organizativa de la empresa, misión, visión, principios, definición de puestos y funciones del gerente, jefe de producción e industrialización, jefe de comercialización, de la secretaria contadora, el vendedor y los obreros que prestaran los servicios a la empresa.

El séptimo capítulo determina el análisis de los impactos que se presenta en la ejecución del proyecto los cuales son: impacto social, impacto económico, impacto ambiental y el impacto general

Se finaliza el informe con la formulación de conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción, industrialización y comercialización de arazá en la zona de Lita, se desarrollará con el fin de transformar en pulpa el arazá existente en este lugar para ofertar un producto de calidad en ciudad de Ibarra.

Lita posee las características ecológicas tales como: clima muy húmedo sub-tropical, se encuentra a una altura de 512 m.s.n.m., la temperatura media anual es de 25 grados centígrados, su pluviosidad anual varía de 1000 – 2000 mm, la humedad relativa se encuentra entre el 70 y el 90%, mismas que facilitan el cultivo del arazá.

Actualmente en esta zona encontramos veinte productores de arazá, los cuales cultivan esta fruta en huertos pequeños, y la comercialización la realizan en la localidad especialmente a turistas que visitan el lugar. Este cultivo es completamente orgánico y no requiere de constantes controles fitosanitarios reduciendo en forma considerable costos y gastos.

Con este proyecto se pretende evitar el deterioro de la fruta en vista de que posee una vida útil muy corta y por su fragilidad se dificulta el traslado a otros lugares es por ello que la planta de procesamiento estará ubicada en esta zona para transformarla en pulpa y así facilitar la comercialización a los diferentes mercados. En un principio se pretende trabajar conjuntamente con una producción de arazá propia y la ya existente en Lita, esto incentivara la producción en la zona lo cual nos conllevara a nuevos retos como es buscar nuevos mercado y crear nuevos productos en base a esta fruta.

Además este proyecto se encuentra enmarcado en el respeto y conservación del ambiente, puesto que en la etapa de producción su manejo será estrictamente en forma orgánica y en su transformación se

considerada un manejo racional de residuos que no afecten al ecosistema.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá en la zona de Lita, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del lugar de implantación del proyecto, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos al momento de su gestión
- Establecer el marco teórico que argumente y sustente, el proyecto con bases teóricas y científicas.
- Realizar un estudio de mercado, que abarque las áreas de producción, industrialización y comercialización, con el fin de analizar la oferta, demanda, precios y competencia y elaborar las proyecciones necesarias.
- Efectuar un estudio técnico, que permita determinar el tamaño, localización y estimar las inversiones fijas, variables y diferidas del proyecto.
- Diseñar la propuesta de la estructura y funcionamiento de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá en la zona de Lita
- Efectuar el estudio de factibilidad económica- financiera, que justifique la ejecución del proyecto
- Analizar los posibles impactos que genera la creación de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, en los aspectos económico, social y ambiental.

METODOLOGÍA

Se ha utilizado métodos de investigación que han permitido seguir un proceso lógico en la recopilación de la información teórica y científica, pretermitiendo un análisis minucioso de los diferentes elementos, factores e indicadores que se interrelacionan con la problemática, sintetizando la investigación de campo y así emitiendo conclusiones y recomendaciones

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Resumen Ejecutivo en Español.....	ii
Resumen Ejecutivo en Inglés.....	iii
Autoría.....	lv
Certificado del Asesor.....	v
Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte.....	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vii
Dedicatoria.....	X
Agradecimiento.....	xi
Presentación.....	xii
Justificación.....	Xiv
Objetivo General.....	Xv
Metodología.....	xvi

ÍNDICE

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	27
Objetivos.....	28
Variables.....	29
Financiero y Contable.....	30
Matriz de Variables.....	31
Diagnóstico Situacional.....	33
Tamaño de la Muestra.....	34
Fuentes de Información.....	35
Encuestas.....	36

Evaluación de la Información.....	37
Encuestas Realizadas a Cafeterías y Restaurantes en Ibarra.....	57
Encuestas Realizadas al Consumidores Finales de la ciudad de Ibarra.....	64
Estudio del Entorno Determinación de Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos.....	72
Cruces Estratégicos.....	74
Aliados vs. Oportunidades.....	75
Oponentes vs. Oportunidades.....	76
Oponentes vs. Riesgos.....	77
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO.....	79
Características del Arazá.....	80
Ecología del Cultivo.....	81
Producción o Cultivo de Arazá.....	82
Cosecha y Transporte.....	83
Industrialización de Arazá.....	84
Proceso de Obtención de Arazá y sus Derivados.....	85
Conservación.....	86
La Empresa.....	87
Tipos de Empresas por su Actividad.....	88
Fines de la Empresa.....	89
Función Social.....	90
Recursos Financieros.....	91
Recursos Materiales.....	92
Recursos Tecnológicos.....	93
Contabilidad de Costos.....	94

Estados Financieros.....	95
Estado de Flujo de Efectivo.....	96
Importancia de la Administración.....	97
Elementos de la Administración.....	98
Organización.....	99
Integración.....	100
Control.....	101
Producto.....	102
Oferta.....	103
Precio.....	104
Promoción y Publicidad.....	105
Valor Actual Neto.....	106
Relación Beneficio Costo.....	107
Punto de Equilibrio.....	108
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO.....	109
Índice de Madurez.....	110
Pulpa de Arazá.....	111
Distribución Geográfica de la Producción, Industrialización y Comercialización de Arazá.....	113
Comportamiento de la Oferta.....	114
Comportamiento de la Demanda.....	115
Estudio de la Demanda a Satisfecha.....	116
Precio.....	117
Canales de Comercialización.....	118
Productor.....	119
Conclusiones del Estudio de Mercado.....	120

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO.....	121
Microlocalización.....	122
Obras de Infraestructura.....	123
Área Administrativa.....	124
Área de Servicios.....	125
Características de la Materia Prima.....	126
Parámetros de Calidad del Producto.....	127
Descripción del Proceso de Producción.....	128
Cultivo.....	130
Preparación del Terreno y Trasplante.....	131
Manejo de Poscosecha.....	132
Selección y Clasificación.....	133
Industrialización.....	134
Pasteurización.....	135
Enfriado.....	136
Unidad de Procesamiento.....	138
Necesidad de Personal.....	140
Cronograma de Implementación del Proyecto.....	141

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO.....	142
Infraestructura civil.....	143
Herramientas.....	144
Muebles y Enseres.....	145
Equipo de Cómputo.....	146
Inversiones Variables.....	147
Mano de obra directa.....	148

Costos Indirectos de Fabricación.....	150
Gastos Administrativos.....	151
Vestimenta de Trabajo.....	152
Servicios Básicos.....	153
Mantenimiento Equipo de Cómputo.....	154
Publicidad.....	155
Combustible y Mantenimiento.....	156
Capital de Trabajo.....	157
Resumen de Inversiones.....	158
Depreciaciones de Activos Fijos.....	159
Fuentes de Financiamiento.....	160
Costo de Oportunidad.....	162
Proyección Ingresos por Venta de Pulpa de Arazá.....	163
Crecimiento del Precio.....	164
Ingresos por Venta de Pulpa de Arazá.....	165
Presupuesto y Proyecciones de Ingresos, Costos y Gastos.....	166
Estado de Situación Inicial	168
Proyección de Estados Financieros de Pérdidas y Ganancias.....	169
Flujo de Caja.....	170
Inversión.....	171
Tasa Interna de Retorno.....	172
Beneficio Costo.....	173
Punto de Equilibrio.....	174
Análisis de Sensibilidad.....	177
CAPÍTULO VI	
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA.....	178
Constitución.....	179

Representante Legal.....	180
Tipo de Empresa.....	181
Objetivos de la Empresa.....	182
Principios.....	183
Justicia.....	184
Nivel Legislativo.....	185
Nivel Asesor.....	186
Organigrama Estructural.....	188
Definición de Puestos y Funciones.....	189
Jefe de Producción e Industrialización.....	190
Jefe de Comercialización.....	191
Secretaria-contadora.....	192
Vendedor.....	193
Obreros.....	194
Sistema de Contabilidad Aplicable a la Empresa.....	195
CAPÍTULO VII	
IMPACTOS.....	196
Impacto Económico.....	197
Impacto Ambiental.....	198
Impacto General.....	199
CONCLUSIONES.....	200
RECOMENDACIONES.....	201
BIBLIOGRAFÍA.....	202
ANEXOS.....	204
Anexo 1.....	205
Anexo 2.....	207

Anexo 3.....	209
Anexo 4.....	210
Anexo 5.....	211

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No.1	Matriz de Relación Diagnóstica.....	31
Cuadro No. 2	Escala de Color del Fruto de Arazá Durante su Desarrollo y Maduración.....	110
Cuadro No.3	Oferta de Arazá en Kilogramos.....	114
Cuadro No. 4	Demanda de Arazá en Kilogramos.....	115
Cuadro No. 5	Demanda de Pulpa de Arazá en Kilogramos.....	116
Cuadro No. 7	Precio.....	117
Cuadro No. 8	Capacidad de la Planta.....	126
Cuadro No. 9	Requerimiento de Personal.....	140
Cuadro No. 11	Cronograma del Proyecto.....	141
Cuadro No. 12	Terreno.....	142
Cuadro No. 13	Infraestructura Civil.....	143
Cuadro No. 15	Maquinaria y Equipo.....	144
Cuadro No. 16	Herramientas.....	145
Cuadro No.18	Equipo de Cómputo.....	146
Cuadro No. 20	Plantas de Arazá.....	147
Cuadro No. 22	Costo de Materia Prima.....	148
Cuadro No. 23	Costo de Mano de Obra Producción.....	159
Cuadro No. 25	Mano de Obra Proceso de Industrialización.....	150
Cuadro No. 27	Sueldos Administrativos.....	151
Cuadro No. 28	Suministros de Oficina.....	152
Cuadro No.29	Vestimenta de Trabajo.....	153
Cuadro No. 31	Mantenimiento Equipo de Cómputo.....	154

Cuadro No. 32	Sueldos de Ventas.....	155
Cuadro No. 34	Combustible y Mantenimiento.....	156
Cuadro No. 36	Capital de Trabajo.....	157
Cuadro No. 37	Inversión Total.....	158
Cuadro No. 39	Depreciación Activos Fijos.....	169
Cuadro No. 41	Tabla de Amortización.....	160
Cuadro No. 42	Cálculo del Costo de Oportunidad.....	162
Cuadro No. 43	Crecimiento del Precio.....	164
Cuadro No. 44	Ingresos por la Venta de Pulpa de Arazá.....	165
Cuadro No. 46	Presupuesto y Proyecciones de Ingresos, Costos y Gastos.....	166
Cuadro No. 47	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	169
Cuadro No. 48	Flujo de Caja.....	170
Cuadro No. 49	Valor Actual Neto.....	171
Cuadro No. 50	Tasa Interna de Retorno.....	172
Cuadro No. 51	Beneficio Costo.....	173
Cuadro No. 52	Período de Recuperación.....	174
Cuadro No. 53	Punto de Equilibrio.....	175
Cuadro No. 54	Análisis de Sensibilidad.....	177
Cuadro No. 55	Triángulo de Niveles.....	187

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1	Años que Llevan los Agricultores Cultivando Arazá.....	37
Gráfico No. 2	Cantidad de Terreno para el Cultivo.....	38
Gráfico No. 3	Cantidad de Plantas Cultivadas.....	39
Gráfico No.4	Tiempo de Vida Útil de la Planta de Arazá.....	40
Gráfico No. 5	Tiempo que Empieza a Producir la Planta.....	41

Gráfico No. 6	Frecuencia de Cosecha de la Fruta.....	42
Gráfico No. 7	Producción en Kilos de la Planta de Arazá.....	43
Gráfico No. 8	Número de Personas que Trabajan en el Cultivo.....	44
Gráfico No. 9	Tipo de Mano de Obra.....	45
Gráfico No. 10	Forma de Producción de Arazá.....	46
Gráfico No. 11	Forma de Transportar el Arazá.....	47
Gráfico No. 12	Tiempo de Duración de la Fruta Después de la Cosecha.....	48
Gráfico No. 13	Forma de Venta del Arazá.....	49
Gráfico No. 14	Principales Compradores.....	50
Gráfico No. 15	Rentabilidad de la Producción.....	51
Gráfico No. 16	Tipo de Financiamiento.....	52
Gráfico No. 17	Utilización de Químicos.....	53
Gráfico No. 18	Precio de Venta por Kilo de Arazá.....	54
Gráfico No. 19	Venta de la fruta.....	55
Gráfico No. 20	Necesidad de una Empresa que Industrialice el Arazá.....	56
Gráfico No. 21	Consumo de Pulpa de Arazá.....	57
Gráfico No. 22	Frecuencia de Adquisición de la Pulpa.....	58
Gráfico No. 23	Forma en que se compra el Arazá.....	59
Gráfico No. 24	Cantidad Adquirida de Arazá.....	60
Gráfico No. 25	Características Importantes al Momento de la Compra.....	61
Gráfico No. 26	Utilización de Pulpa en Jugos.....	62
Gráfico No. 27	Proveedores de Pulpa de Arazá.....	63
Gráfico No. 28	Compra de Pulpa.....	64
Gráfico No. 29	Preferencia de Consumo.....	65
Gráfico No. 30	Lugar de Compra.....	66

Gráfico No. 31	Frecuencia de Compra.....	67
Gráfico No. 32	Volumen de Compra.....	68
Gráfico No. 33	Conocimiento de la Fruta de Arazá.....	69
Gráfico No. 34	Conocimiento del Valor Nutritivo del Arazá.....	70
Gráfico No. 35	Aceptación de Pulpa de Arazá.....	71
Gráfico No. 36	Características de la Planta de Arazá.....	80
Gráfico No. 37	Proceso del Cultivo de Arazá.....	82
Gráfico No. 38	Proceso de Obtención de Arazá y sus Derivados.....	85
Gráfico No. 39	Proceso de Comercialización.....	87
Gráfico No. 40	Tipo de Empresa por la Actividad.....	88
Gráfico No. 41	Provincia de Imbabura.....	121
Gráfico No. 42	Parroquia de Lita.....	122
Gráfico No. 43	Diagrama para la Elaboración de la Pulpa de Arazá.....	129
Gráfico No. 44	Presentación de Arazá.....	136
Gráfico No. 45	Flujograma de Elaboración de Pulpa de Arazá.....	137
Gráfico No. 46	Distribución de la Planta.....	139
Gráfico No. 47	Punto de Equilibrio.....	176

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL CULTIVO DEL ARAZÁ

El arazá, es originario de la amazonia occidental del Perú, su dispersión geográfica se extiende a los países de Brasil, Perú, Colombia, Bolivia, Ecuador y Costa Rica.

En Ecuador el cultivo de arazá se desarrolla en forma semi-comercial y de tipo familiar en zonas tropicales, calientes y húmedas como: en la provincia de Napo, en Pedro Vicente Maldonado, Santo Domingo, en los Ríos y en Cotopaxi, en Imbabura existe presencia de cultivos de arazá en la parroquia de Lita.

Esta fruta se consume principalmente en forma natural y en pulpa procesada artesanalmente. Actualmente en la provincia de Imbabura no existe una empresa que industrialice esta fruta, que se puede aprovechar en la elaboración de diversos productos como: mermeladas, jugos, refrescos, dulces, néctar, jalea, yogurt, licor, etc., considerando que en función de sus peculiaridades el fruto está más indicado para el procesamiento y/o industrialización.

El arazá es un fruto que presenta excelentes propiedades organolépticas, que le confieren un sabor y aroma característicos. Además, tiene un alto contenido de agua, proteínas, carbohidratos y fibras y un considerable contenido de vitaminas y sales minerales, destacándose los elevados contenidos de nitrógeno y potasio. La cantidad de vitamina A en 100g de pulpa puede suplir las necesidades diarias de una persona adulta.

La parroquia de Lita se encuentra ubicada, al Norte del Cantón Ibarra, a dos horas por la panamericana, la población social-étnica está conformada por afroecuatorianos, mestizos, awa, mismos que se dedican en gran parte a la agricultura y venta los mismos, los cuales son ofertados en la localidad y a turistas.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional, del lugar de implantación del proyecto, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos al momento de su gestión

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.2.2.1.** Identificar la forma de producción del arazá en Lita, para conocer la calidad y cantidad de fruta que se oferta. Determinar el número de productores existentes en la zona
- 1.2.2.2.** Determinar las etapas que intervienen en el proceso de industrialización y la tecnología a utilizar para obtener un producto de calidad
- 1.2.2.3.** Identificar la demanda insatisfecha y establecer los posibles problemas para la comercialización de la fruta
- 1.2.2.4.** Determinar los costos de producción, industrialización y comercialización de arazá, para estructurar el aspecto económico financiero
- 1.2.2.5.** Determinar si el proceso productivo es totalmente orgánico

- 1.2.2.6. Determinar la estructura orgánica que utilizará la empresa de producción, industrialización y comercialización

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.3.1. PRODUCCIÓN

- 1.3.1.1. Cultivo
- 1.3.1.2. Características de la fruta
- 1.3.1.3. Propagación y manejo de semillas
- 1.3.1.4. Áreas a cultivar
- 1.3.1.5. Labores preculturales y culturales
- 1.3.1.6. Volumen de producción

1.3.2. INDUSTRIALIZACIÓN

- 1.3.2.1. Proceso de calidad
- 1.3.2.2. Estructura e instalaciones
- 1.3.2.3. Tecnología
- 1.3.2.4. Equipo y herramientas
- 1.3.2.5. Procesos

1.3.3. COMERCIALIZACIÓN

- 1.3.3.1. Demanda
- 1.3.3.2. Oferta
- 1.3.3.3. Canales de distribución
- 1.3.3.4. Presentación del producto
- 1.3.3.5. Producto
- 1.3.3.6. Precio
- 1.3.3.7. Publicidad
- 1.3.3.8. Plaza

1.3.4. FINANCIERA Y CONTABLE

- 1.3.4.1. Estados financieros
- 1.3.4.2. Flujos de caja y efectivo
- 1.3.4.3. Costos
- 1.3.4.4. Fuentes de financiamiento
- 1.3.4.5. Rentabilidad

1.3.5. AMBIENTE

- 1.3.5.1. Apoyo Gubernamental
- 1.3.5.2. Leyes de Fomento Agrícola
- 1.3.5.3. Indicadores
- 1.3.5.4. Leyes Vigentes

1.3.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- 1.3.6.1. Aspecto Legal
- 1.3.6.2. Administrativo
- 1.3.6.3. Laboral
- 1.3.6.4. Financiero
- 1.3.6.5. Tipos de Gestión

1.4. MATRIZ DE VARIABLES

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS
Identificar la forma de producción del arazá en Lita, para conocer la calidad y cantidad de fruta que se oferta. Determinar el número de productores existentes en la zona.	Producción	Cultivo	Primaria Secundaria	Encuesta a productores Opinión de Expertos Libros
		Características de la fruta	Primaria Secundaria	Opinión de Expertos Libros Manuales
		Propagación y manejo de semillas	Primaria Secundaria	Opinión de Expertos Libros, Manuales
		Áreas a cultivar	Primaria Secundaria	Entrevista a productores Opinión de Expertos Libros
		Labores preculturales y culturales	Primaria Secundaria	Opinión de Expertos Libros
		Volumen de producción	Primaria Secundaria	Opinión de Expertos Entrevista a productores Datos estadísticos
Determinar las etapas que intervienen en el proceso de industrialización y la tecnología a utilizarse para obtener un producto de calidad	Industrialización	Proceso de calidad	Secundaria	Normas de calidad
		Estructura e instalaciones	Primaria	Colaboración de expertos
		Tecnología	Primaria	Colaboración de expertos Internet
		Equipo y herramientas	Primaria	Colaboración de expertos
		Procesos	Secundaria Primaria	Manuales, Libros Opinión de Expertos
Identificar la demanda a satisfacer y establecer los posibles problemas para la comercialización de la fruta	Comercialización	Demanda	Primaria	Entrevista Encuestas
		Oferta	Secundaria	Datos estadísticos

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS
		Canales de distribución	Secundaria	Mercados
		Presentación del producto	Primaria	Fundas de polietileno
		Producto	Secundaria	Estadísticas
		Precio	Secundaria	Análisis de la competencia
		Publicidad	Secundaria	Folletos, volantes
		Plaza	Secundaria	Zona Urbana de Ibarra
Determinar los costos de producción, industrialización y comercialización de arazá, para estructurar el aspecto económico financiero	Financiero y contable	Estados financieros	Secundaria	Libros, Manuales Cálculos
		Flujos de caja y efectivo	Secundaria	Libros, Manuales Cálculos
		Costos	Secundaria	Libros, Manuales Cálculos
		Fuentes de financiamiento	Secundaria	Libros, Manuales Cálculos
		Rentabilidad	Secundaria	Libros, Manuales Cálculos
Determinar si el proceso productivo es totalmente orgánico	Ambiente	Apoyo Gubernamental	Secundaria	Leyes
		Leyes de Fomento Agrícola	Secundaria	Leyes
		Indicadores	Secundaria	Impactos Ambientales
		Leyes Vigentes	Secundaria	Leyes
Determinar la estructura orgánica que utilizará la empresa de producción, industrialización y comercialización	Estructura organizativa	Aspecto Legal	Secundaria	Leyes
		Administrativo	Secundaria	Leyes
		Laboral	Secundaria	Leyes
		Financiero	Secundaria	Leyes
		Tipos de Gestión	Secundaria	Leyes

CUADRO No. 1

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Las Autoras

1.5. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.5.1. UBICACIÓN

El lugar donde se desarrollará el estudio es en la zona de Lita, Provincia de Imbabura, a los productores de arazá, cafeterías, restaurantes y población económicamente activa del cantón Ibarra, para conocer la posible demanda de la pulpa de arazá. La producción e industrialización se realizará en la zona de Lita y la comercialización en el cantón Ibarra.

1.5.2. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para realizar el presente diagnóstico se considera como universo a los productores y posibles consumidores potenciales del arazá, en este caso a las caferías, restaurantes y población del cantón Ibarra.

Para determinar el número de productores de arazá se realizó la investigación de campo, llegando a identificar que en la zona de Lita, existen 20 productores, ya que todas las familias tienen la producción de la fruta pero en forma local, por lo que se hace necesario un censo.

Se realizó la encuesta a las cafeterías, restaurantes y población económicamente activa del cantón Ibarra, comprendiéndose las edades de entre 18 y 65 años.

1.5.3. MUESTRA

Para determinar la muestra se aplicó la fórmula matemática con el fin de conocer el número de encuestas a realizar ya que existen 128 cafeterías y restaurantes de acuerdo a los registros de las patentes municipales del Municipio de Ibarra; se considera la población

económicamente activa del cantón Ibarra es de 61,296 habitantes según el INEC y un censo de población debido a que existen 20 productores en la zona de Lita.

1.5.3.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el objetivo de establecer la muestra para la realización del diagnóstico se considera a los productores de arazá de la zona de Lita, a las cafeterías, restaurantes y población del cantón Ibarra.

Se realizó encuestas y entrevistas a los 20 productores de la zona de Lita.

El cantón Ibarra cuenta con una población de 61,296 habitantes en la zona urbana según el INEC, dato calculado con la información del 2001 a una tasa de crecimiento del 2.3%, para determinar la muestra se aplica la siguiente fórmula.

Además se realizó encuestas a cafeterías y restaurantes de la ciudad de Ibarra, para conocer la aceptación del producto procesado.

FÓRMULA

$$n = \frac{N * d * Z^2}{E^2(N - 1) + d^2 * Z^2}$$

n = Tamaño de la Muestra

N = Población

d = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza 95%

E = Error 0,05

$$n = \frac{61296 \times 0,25 \times 1,96^2}{0,05^2 (61296 - 1) + 0,25 \times 1,96^2}$$

n = 382 Encuestas a consumidores finales

$$n = \frac{128 \times 0,25 \times 1,96^2}{0,05^2 (128 - 1) + 0,25 \times 1,96^2}$$

n = 96 Encuestas a cafeterías y restaurantes de Ibarra

1.5.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para realizar el diagnóstico se utilizó las diferentes técnicas de investigación de campo, que a continuación se detallan.

1.5.4.1. PRIMARIA

Con el fin de recopilar la mayor información posible se aplicó las técnicas como:

a. OBSERVACIÓN DIRECTA

Esta técnica se aplicó en el momento que se visitó la zona de Lita, y se identificó a los productores de arazá.

b. ENCUESTAS

Este instrumento de investigación permite recopilar información de la población para conocer diferentes aspectos para el diagnóstico, las encuestas se realizaron a los productores de arazá, a las cafeterías y restaurante y a la población económicamente activa de la zona urbana de la ciudad de Ibarra.

1.5.4.2. SECUNDARIA

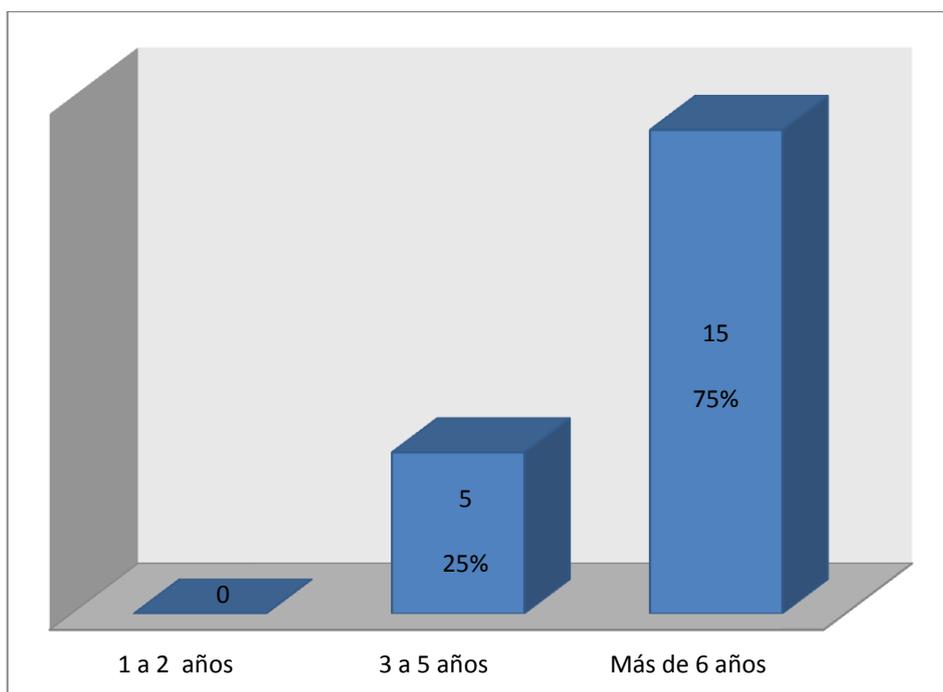
En la presente investigación se ha utilizado manuales técnicos de producción, comercialización, libros, folletos, información de internet, estadísticas de los municipios, entre otros, que permite sustentar la teoría del proyecto.

1.5.5. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.5.5.1. ENCUESTAS A PEQUEÑOS PRODUCTORES DE ARAZÁ

1. ¿Qué tiempo lleva en el cultivo de Arazá?

GRÁFICO No. 1
AÑOS QUE LLEVAN LOS AGRICULTORES CULTIVANDO ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

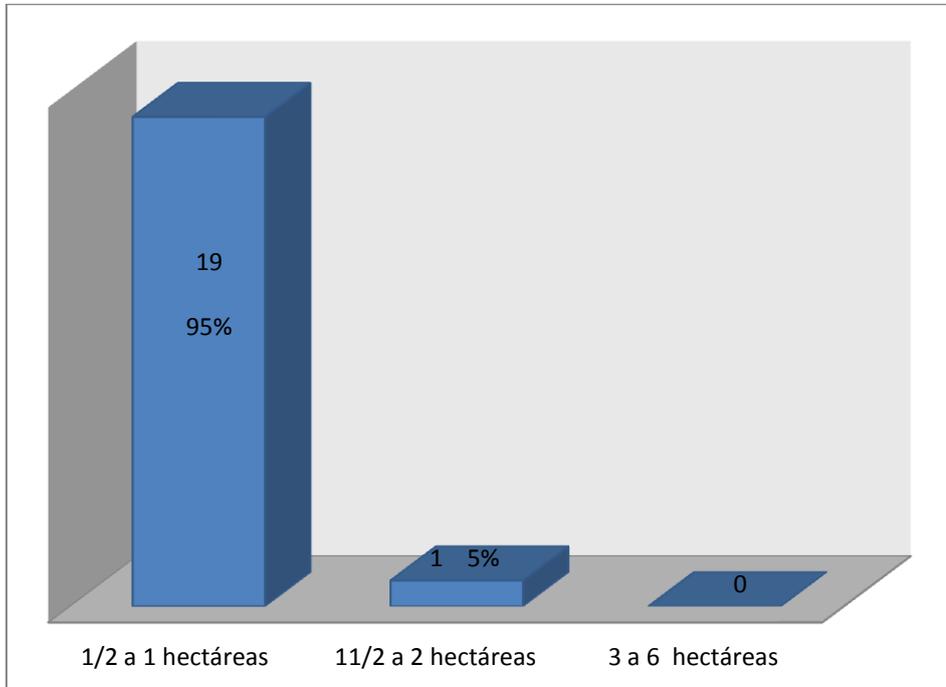
Elaborado por: Las Autoras

1.1. Análisis e Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas, cultiva arazá más de 6 años, debido a que es su única forma de obtener ingresos y de trabajar en la zona: otro grupo inició la producción de esta fruta de 3 a 5 años, en vista que observaron que es una fruta con oportunidad de lograr un mercado, es decir la mayoría tienen experiencia en el cultivo, ya que su principal fuente de ingresos es la agricultura.

2. ¿Qué extensión de terreno utiliza para la producción de Arazá?

GRÁFICO No. 2
CANTIDAD DE TERRENO PARA EL CULTIVO



Fuente: Investigación Directa

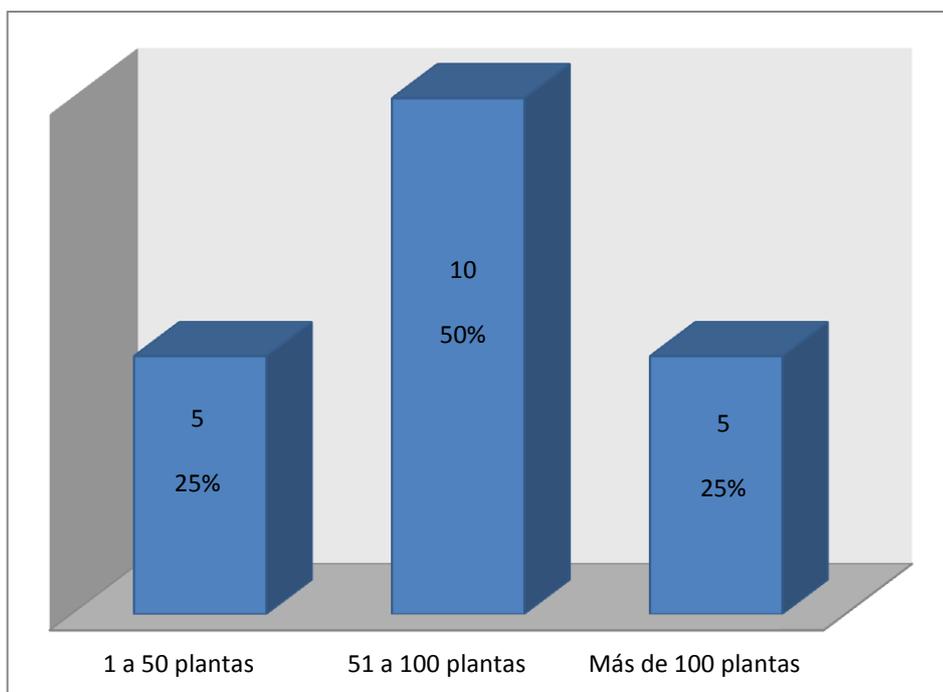
Elaborado por: Las Autoras

2.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de los agricultores encuestados de la zona de Lita, tienen cultivado la fruta de arazá entre media a una hectárea, porque no cuentan con recursos necesarios para ampliar la producción y un pequeño grupo tienen sembrado de una y media a dos hectáreas, para cubrir la demanda de la población, tener experiencia en el cultivo de arazá y porque utilizan el terreno para sembrar otras frutas para obtener mayores ingresos.

3. ¿Cuántas plantas de Arazá tiene cultivadas?

GRÁFICO No. 3
CANTIDAD DE PLANTAS CULTIVADAS



Fuente: Investigación Directa

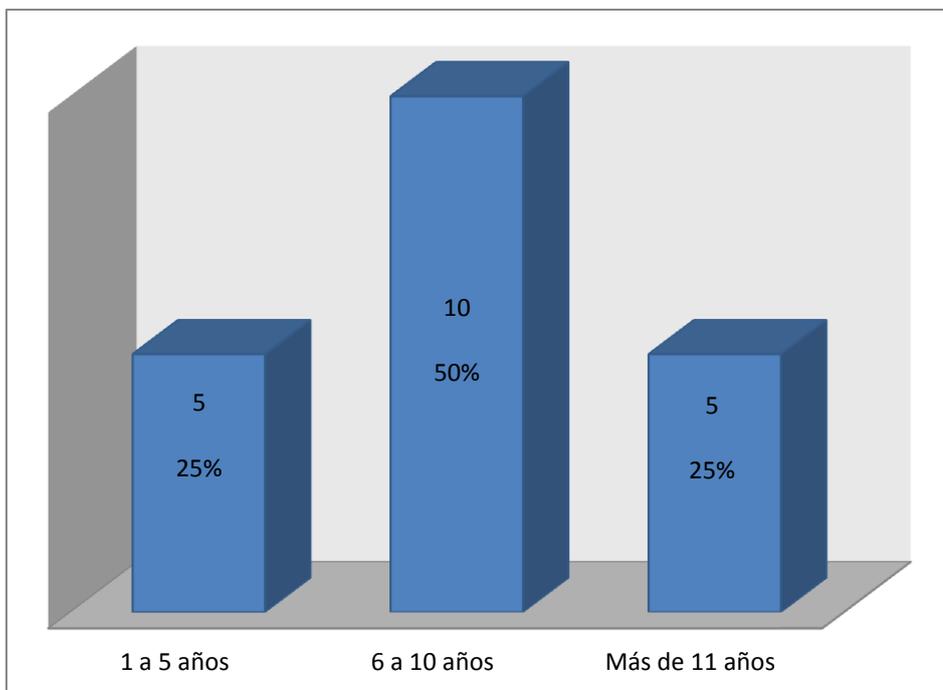
Elaborado por: Las Autoras

3.1. Análisis e Interpretación

Un gran porcentaje de agricultores encuestados tienen en cultivo entre 51 hasta 100 plantas de arazá, con diferentes años de vida útil y por ende de producción; un porcentaje menor expresa que cultivan más de 100 plantas, puesto que cuentan con una mayor extensión de terreno y con el fin de cubrir la demanda externa e interna, y un pequeño grupo tiene de 1 a 50 plantas de arazá, para consumo familiar e iniciarse en la producción de esta fruta, considerando que la fruta tiene aceptación en la población.

4. ¿Qué tiempo tiene de vida útil la planta de Arazá?

GRÁFICO No. 4
TIEMPO DE VIDA ÚTIL DE LA PLANTA DE ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

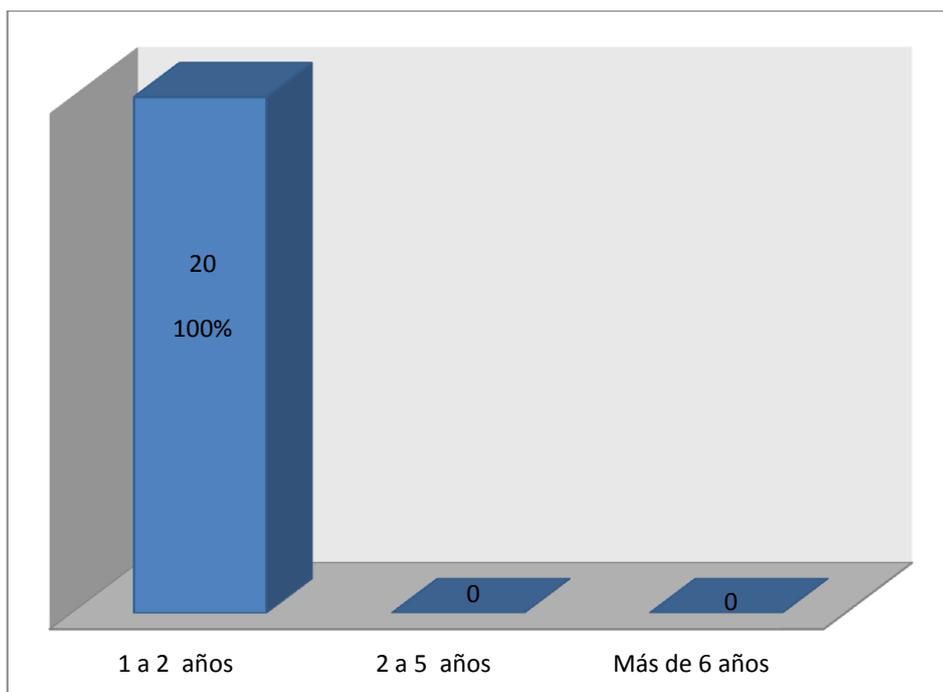
Elaborado por: Las Autoras

4.1. Análisis e Interpretación

Un gran porcentaje de agricultores consideran que la vida útil de la planta de arazá estaría entre 6 a 10 años; otro grupo de productores manifiesta que la planta tiene un promedio de vida de 1 a 5 años, debido a la falta de conocimientos en el cultivo y otro grupo con mayor experiencia en la producción de arazá, expresa que la planta puede vivir más de 11 años, utilizando abono orgánico y dependiendo de los cuidados que se efectúen durante el proceso productivo.

5. ¿A qué tiempo empieza a producir la planta de Arazá?

GRÁFICO No. 5
TIEMPO QUE EMPIEZA A PRODUCIR LA PLANTA



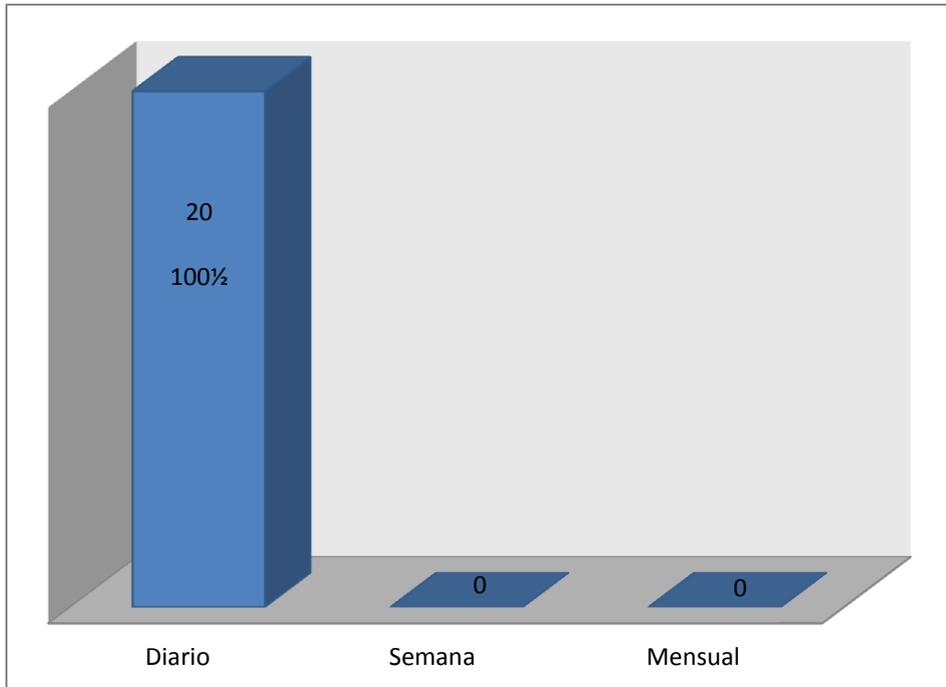
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

5.1. Análisis e Interpretación

Los agricultores consideran que la planta de arazá empieza a producir a partir de los dos años de sembrada, con cosechas esporádicas hasta obtener una producción adecuada y se debe cumplir con los cuidados que necesita la planta para obtener una fruta de calidad.

6. ¿Con qué frecuencia cosecha el Arazá?

GRÁFICO No. 6
FRECUENCIA DE COSECHA DE LA FRUTA



Fuente: Investigación Directa

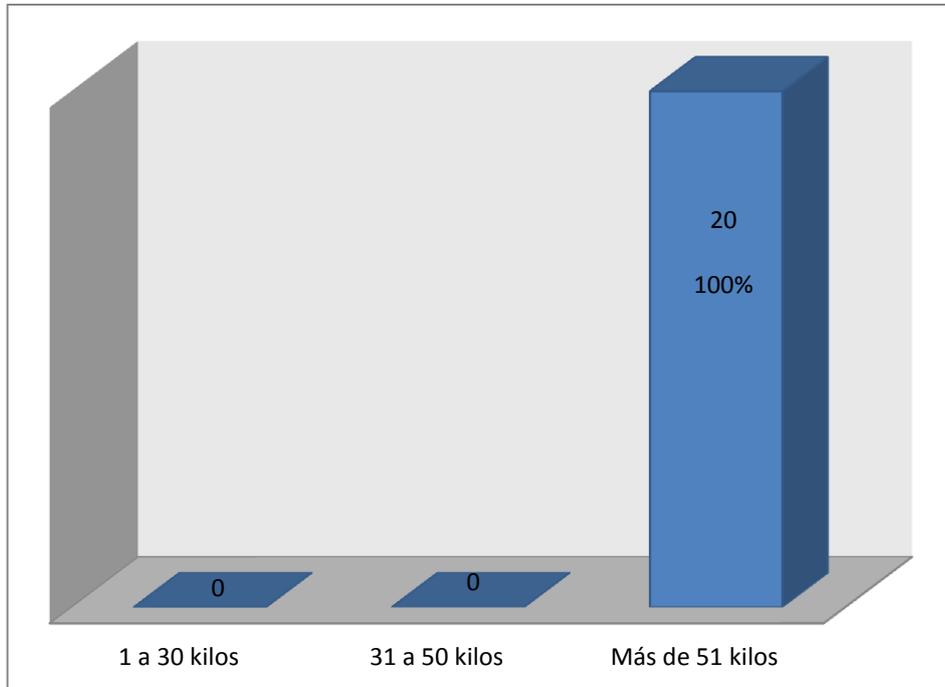
Elaborado por: Las Autoras

6.1. Análisis e Interpretación

Los agricultores encuestados dijeron que la cosecha de la fruta es a diario, en los meses de mayor producción, cabe recalcar que ellos cuentan con plantas con diferentes años de vida útil, se considera también el grado de maduración del fruto y los cuidados que realice el agricultor.

7. ¿Cuántos kilos de Arazá produce cada planta?

GRÁFICO No. 7
PRODUCCIÓN EN KILOS DE LA PLANTA DE ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

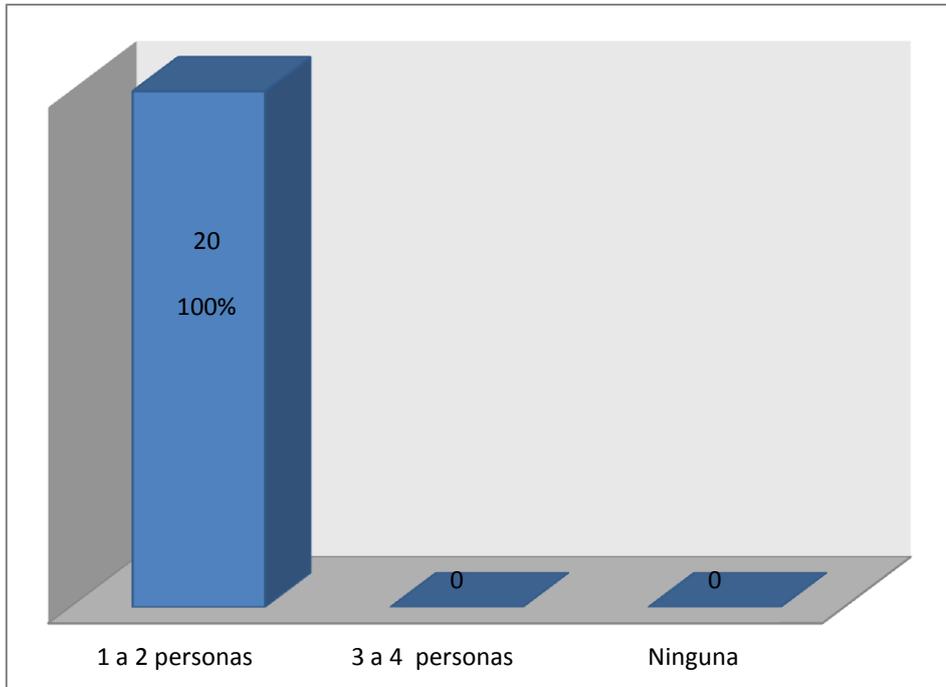
Elaborado por: Las Autoras

7.1. Análisis e Interpretación

Las personas encuestadas consideran que la planta de arazá, puede producir de 1 a 30 kilos, de acuerdo a los años de vida, es decir entre más años tenga mayor producción.

8. ¿Con cuántas personas cuenta para el cultivo?

GRÁFICO No. 8
NÚMERO DE PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL CULTIVO



Fuente: Investigación Directa

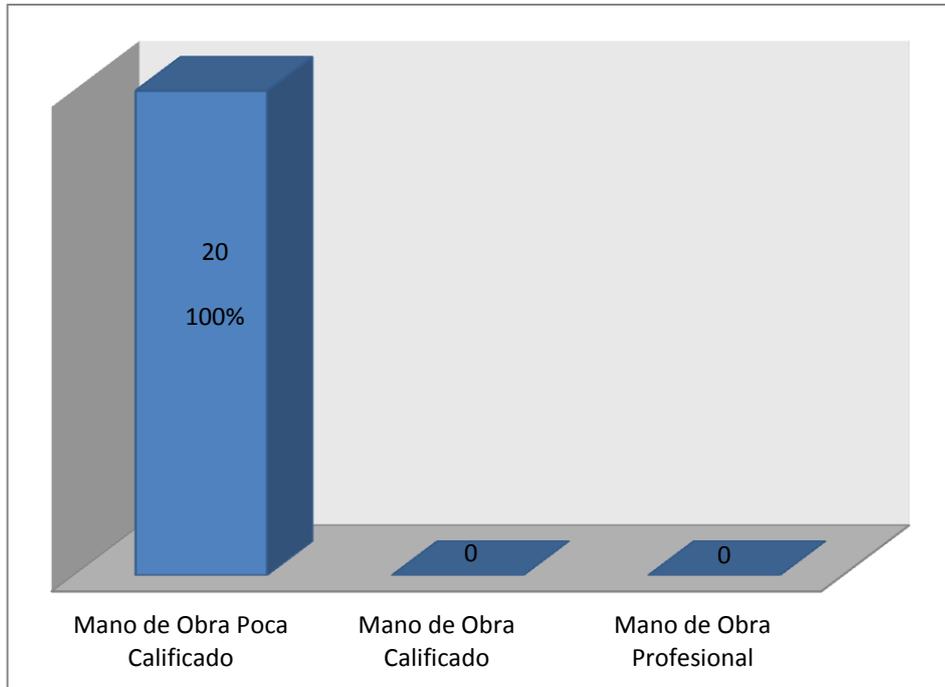
Elaborado por: Las Autoras

8.1. Análisis e Interpretación

Todos los agricultores encuestados trabajan con una o dos personas para el cultivo del arazá, considerando que estas personas son familiares que se dedican a la actividad de la agricultura, se toma en cuenta la extensión del terreno, la cantidad de plantas cultivadas y que la producción se realiza en forma doméstica.

9. La mano de obra que utiliza para la producción de Arazá es:

GRÁFICO No. 9
TIPO DE MANO DE OBRA



Fuente: Investigación Directa

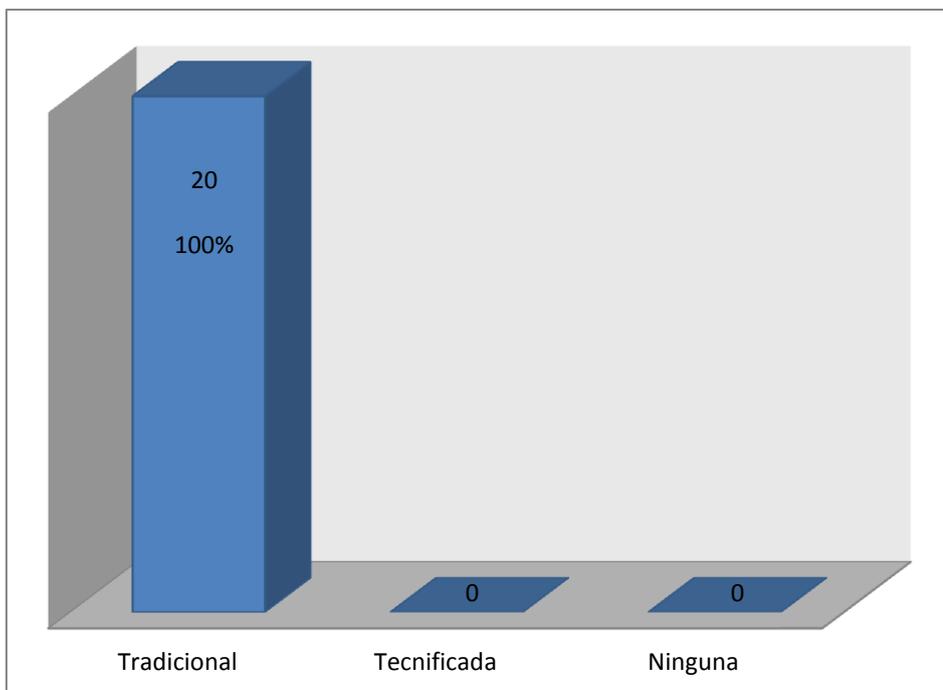
Elaborado por: Las Autoras

9.1. Análisis e Interpretación

Todas las personas encuestadas respondieron que la mano de obra para la producción del arazá, es poco calificada, porque no poseen conocimientos necesarios en la agricultura para mejorar la producción o para obtener otros productos, que el cultivo lo realizan por la experiencia obtenida durante varios años y por la necesidad de lograr recursos económicos.

10. ¿Cómo se realiza la producción de Arazá?

GRÁFICO No. 10
FORMA DE PRODUCCIÓN DE ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

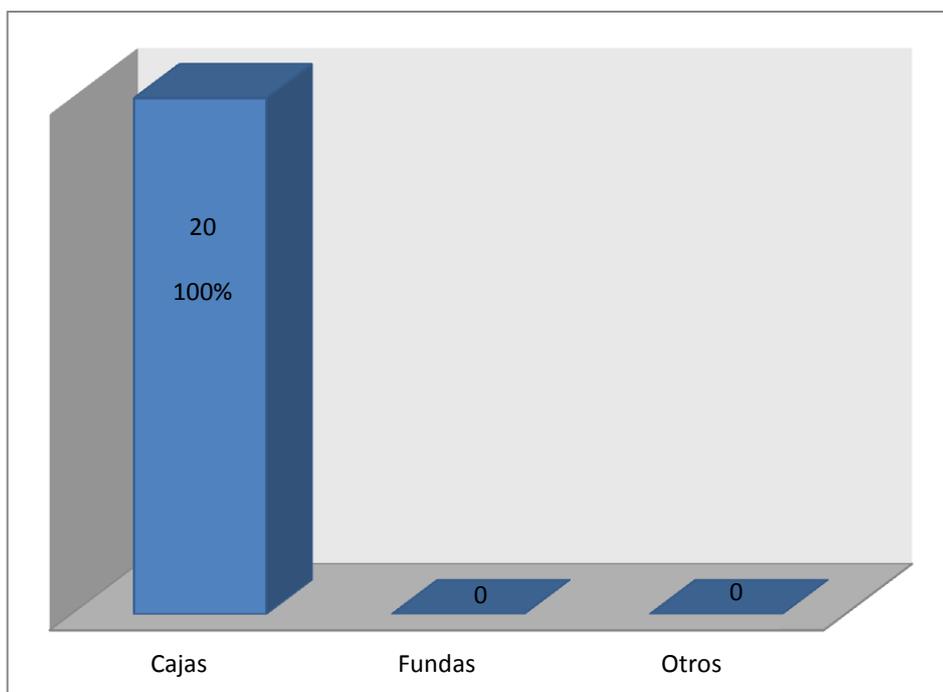
Elaborado por: Las Autoras

10.1. Análisis e Interpretación

Los agricultores coinciden que la forma de cultivo y producción del arazá, es efectuada en forma tradicional, por ser a nivel doméstico y la siembra se lo realiza de acuerdo a los conocimientos que tienen, sin la utilización de maquinaria, debido a que no cuentan con los recursos necesarios para adquirir tecnología.

11. ¿Cuál es la forma de transportar el Arazá?

GRÁFICO No. 11
FORMA DE TRANSPORTAR EL ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

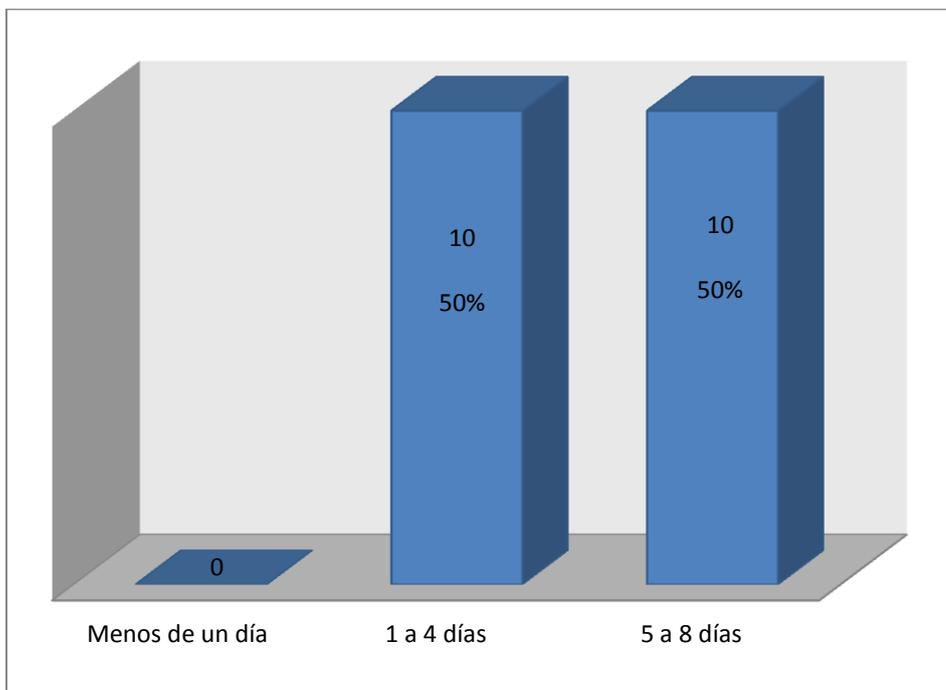
11.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de productores de arazá, opinan que la mejor forma de transportar la fruta es en cajas de madera, con el fin de llevarle de un lugar a otro, sin que se estropee, para ello colocan capas de hojas verdes de plátano y esto permite tener un producto de calidad y disminuir las pérdidas por el transporte inadecuado,

12. ¿Cuánto tiempo dura la fruta después de su cosecha?

GRÁFICO No. 12

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA FRUTA DESPUÉS DE LA COSECHA



Fuente: Investigación Directa

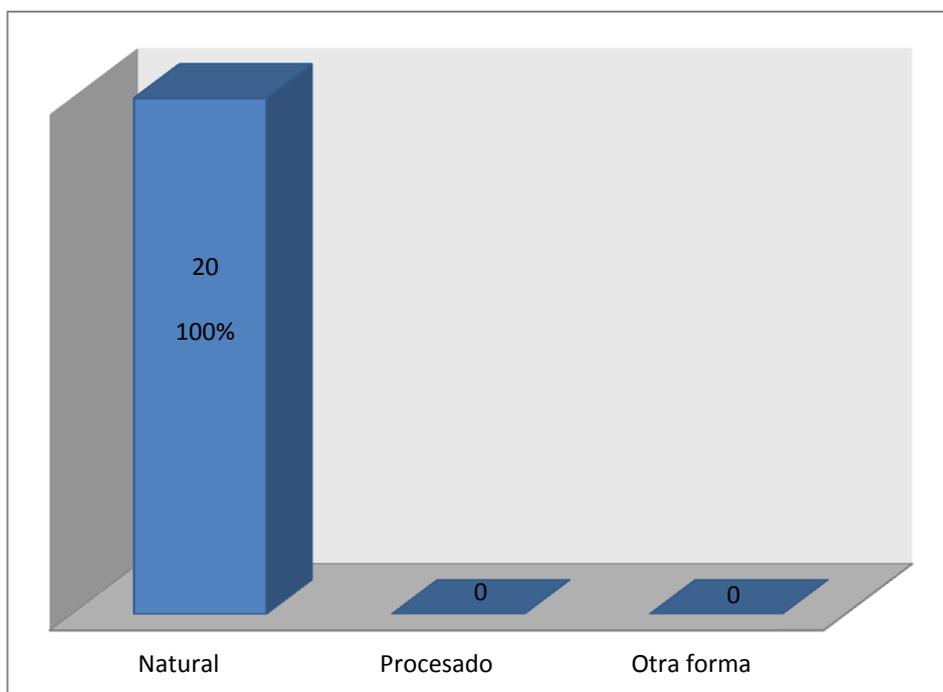
Elaborado por: Las Autoras

12.1. Análisis e Interpretación

La opinión de los agricultores se dividió, porque consideran que el arazá, tiene una vida útil de 1 a 4 días, después de la cosecha y esto es de acuerdo a su manipulación, trato al fruto, cuidado y a las condiciones climáticas; el otro grupo estiman que puede durar de 5 a 8 días, dependiendo de la cosecha, es decir en estado pintón o maduro.

13. ¿De qué forma vende el Arazá?

GRÁFICO No. 13
FORMA DE VENTA DEL ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

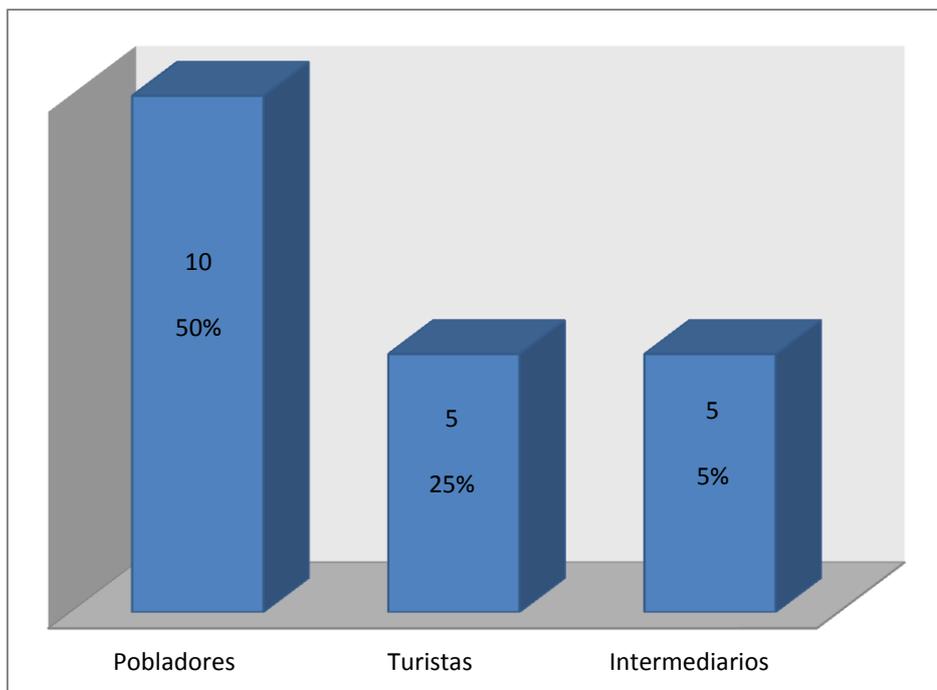
Elaborado por: Las Autoras

13.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de los productores vende el arazá en forma natural, es decir cosecha la fruta, le ubican en fundas de plástico y ofrecen a los consumidores, no realizan ningún tipo de proceso, ya que no disponen de los conocimientos adecuados.

14. ¿Quiénes son sus principales compradores?

GRÁFICO No. 14
PRINCIPALES COMPRADORES



Fuente: Investigación Directa

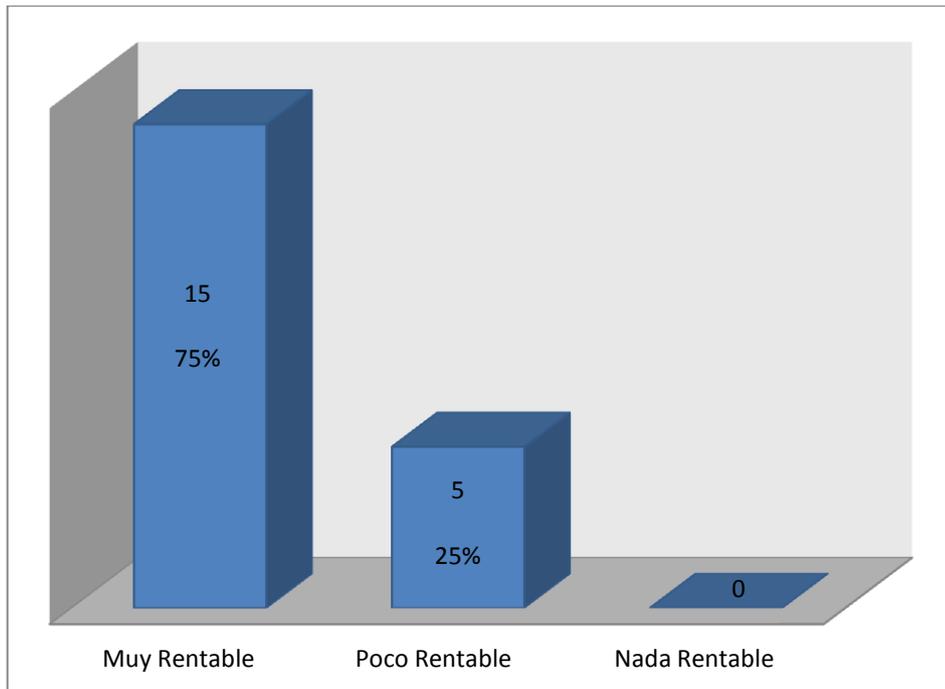
Elaborado por: Las Autoras

14.1. Análisis e Interpretación

Un alto porcentaje de agricultores de arazá, comercializa la fruta ente los pobladores de la zona de Lita, a las personas que tienen cafeterías, vendedores del mercado de frutas y para consumo propio; un pequeño grupo vende a los turistas que llegan al lugar, puesto que tienen locales ubicados junto a la panamericana lo que facilita la comercialización de arazá y un pequeño porcentaje utiliza los intermediarios que distribuyen la fruta en algunos lugares de la provincia de Imbabura.

15. Considera usted que la producción de Arazá es: muy rentable o poco rentable.

GRÁFICO No. 15
RENTABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN



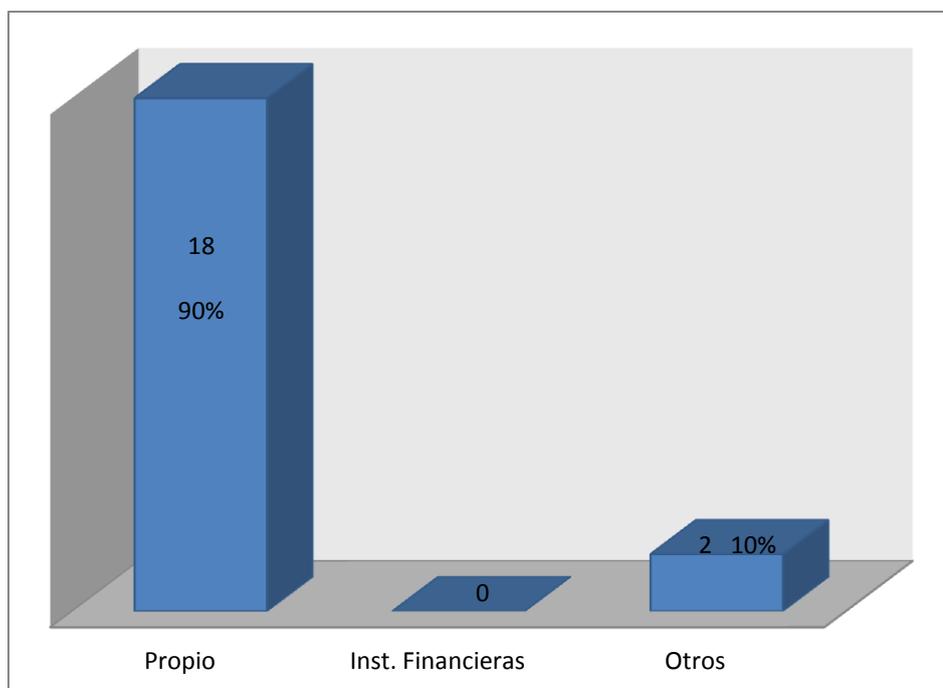
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

15.1. Análisis e Interpretación

Un porcentaje significativo de encuestados consideran que la producción de arazá es muy rentable, en vista que ha optado formas de cultivo con otras plantas, así utilizan la tierra proporcionalmente sin químicos de esta forma generan diferentes fuentes de ingresos; un grupo menor manifiesta que es poco rentable puesto que no desarrollan una técnica adecuada de cultivo, por la falta de un mercado estable y porque la fruta no es muy conocida lo que dificulta su comercialización.

16. ¿Con qué tipo de financiamiento cuenta para la producción del Arazá?

GRÁFICO No. 16
TIPO DE FINANCIAMIENTO



Fuente: Investigación Directa

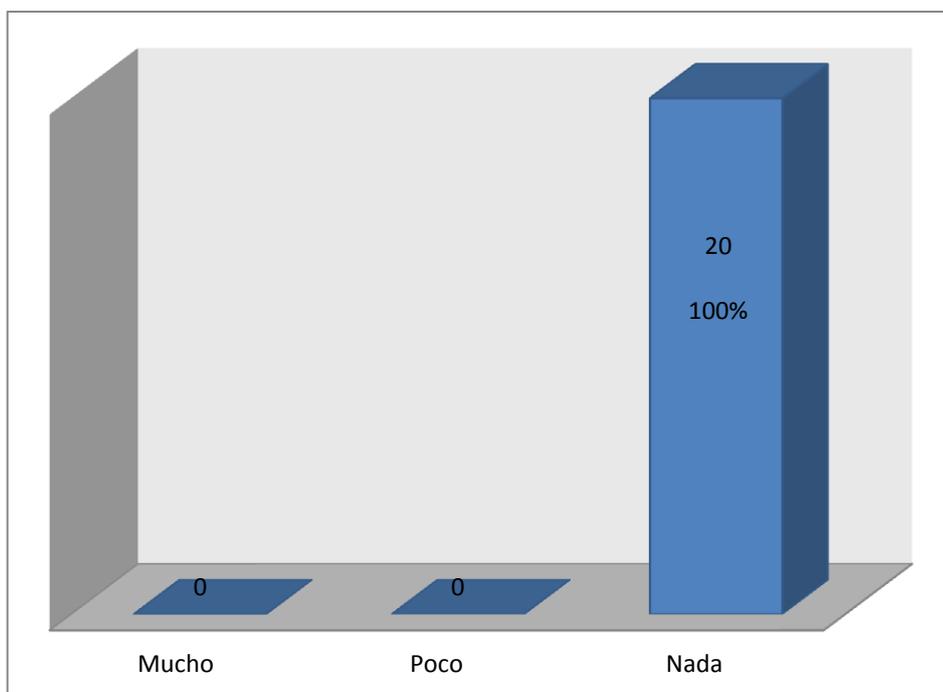
Elaborado por: Las Autoras

16.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de productores cuenta con un financiamiento propio, puesto que no requieren de mucha inversión y estas personas no tienen la costumbre de solicitar créditos a instituciones financieras, porque se debe seguir diferentes trámites, por el tiempo de demora y tienen temor a endeudarse; y un pequeño grupo de personas encuestadas reciben otro tipo de financiamiento, es decir algún préstamo con familiares o conocidos para la producción, con tasa de interés altas, pero el dinero es prestado al momento que lo requieren, con el fin de aumentar la producción.

17. ¿Utiliza algún tipo de químico para la producción?

GRÁFICO No. 17
UTILIZACIÓN DE QUÍMICOS



Fuente: Investigación Directa

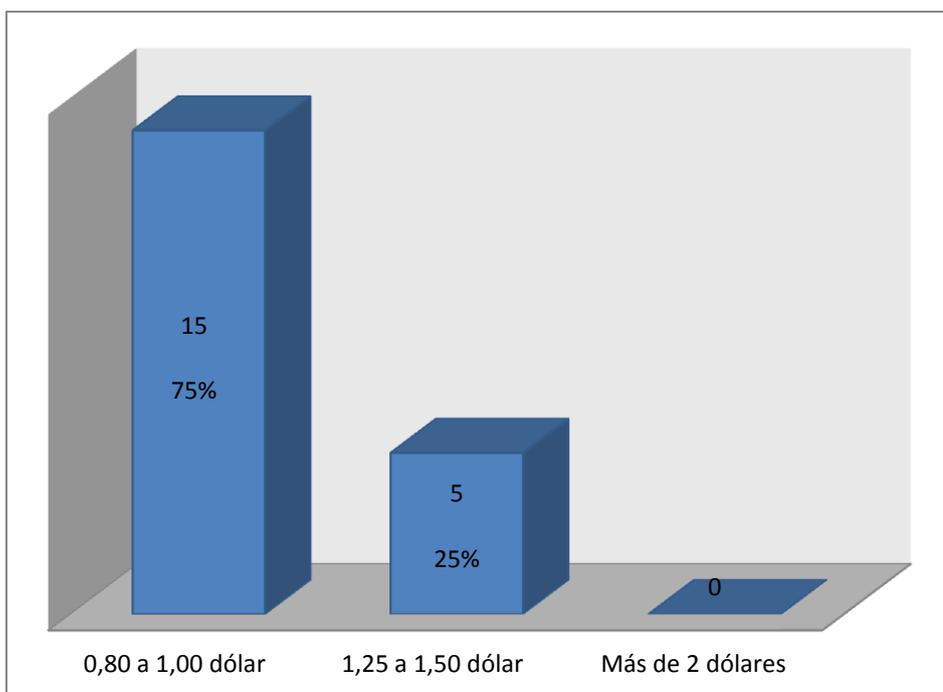
Elaborado por: Las Autoras

17.1. Análisis e Interpretación

Todos los agricultores de arazá, manifiestan que en la producción no utilizan ningún tipo de químico, únicamente emplean abono orgánico, cuidando de esta manera el medio ambiente, obteniendo así una fruta de calidad, con varios beneficios nutricionales que le diferencia de otras frutas.

18. ¿A qué precio vende usted el kilo de Arazá?

GRÁFICO No. 18
PRECIO DE VENTA POR KILO DE ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

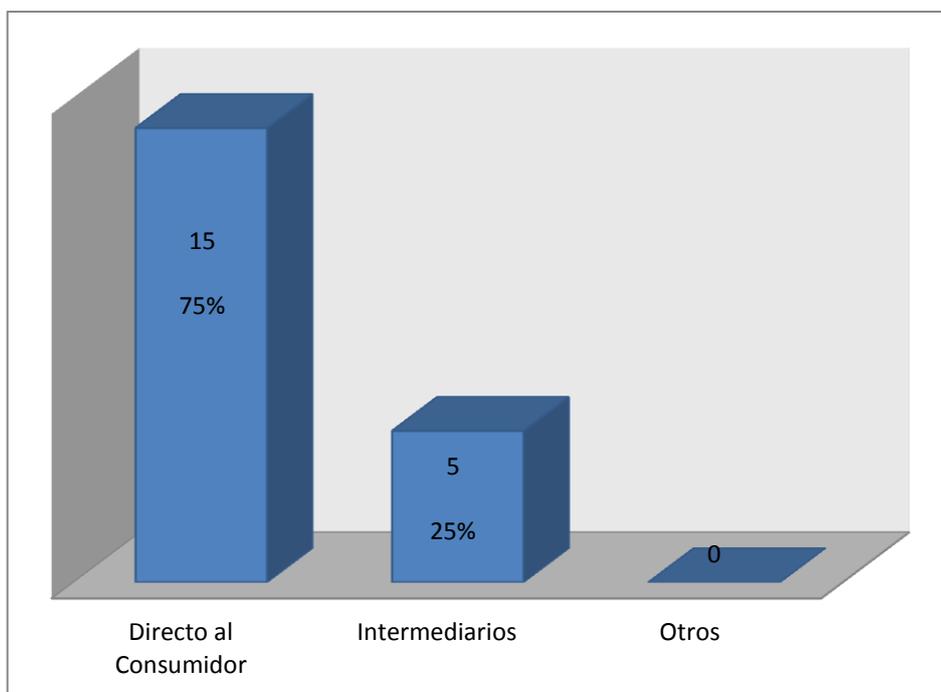
Elaborado por: Las Autoras

18.1. Análisis e Interpretación

Un gran porcentaje de agricultores de arazá vende un kilo de fruta a 0,80 a 1,00 dólar a los pobladores y turistas; un segmento menor de productores ha establecido el precio de venta por kilogramo de fruta de 1,25 a 1,50 de acuerdo a la temporada.

19. ¿Cómo vendería la fruta que usted produce?

GRÁFICO No. 19
VENTA DE LA FRUTA



Fuente: Investigación Directa

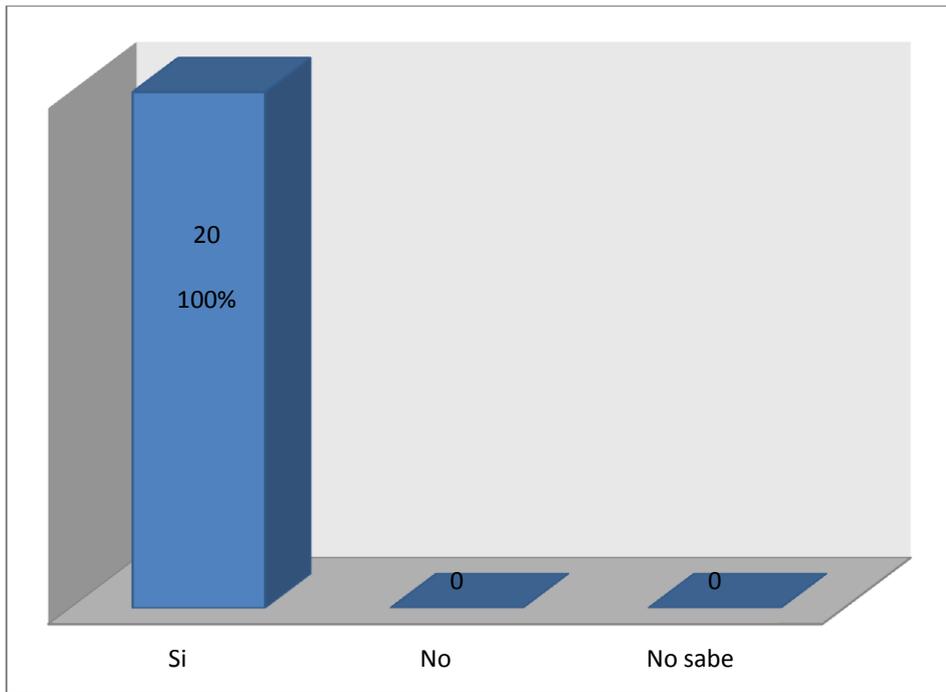
Elaborado por: Las Autoras

19.1. Análisis e Interpretación

Un gran porcentaje de productores de arazá, prefiere vender la fruta directamente al consumidor, a un precio adecuado, con el fin de evitar el sobreprecio, y otro porcentaje de personas encuestadas utilizan a los intermediarios para dar a conocer el producto en los diferentes mercados de la provincia aunque implica el aumento del precio.

20. ¿Cree necesario que exista una empresa que industrialice el Arazá?

GRÁFICO No. 20
NECESIDAD DE UNA EMPRESA QUE INDUSTRIALICE EL ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

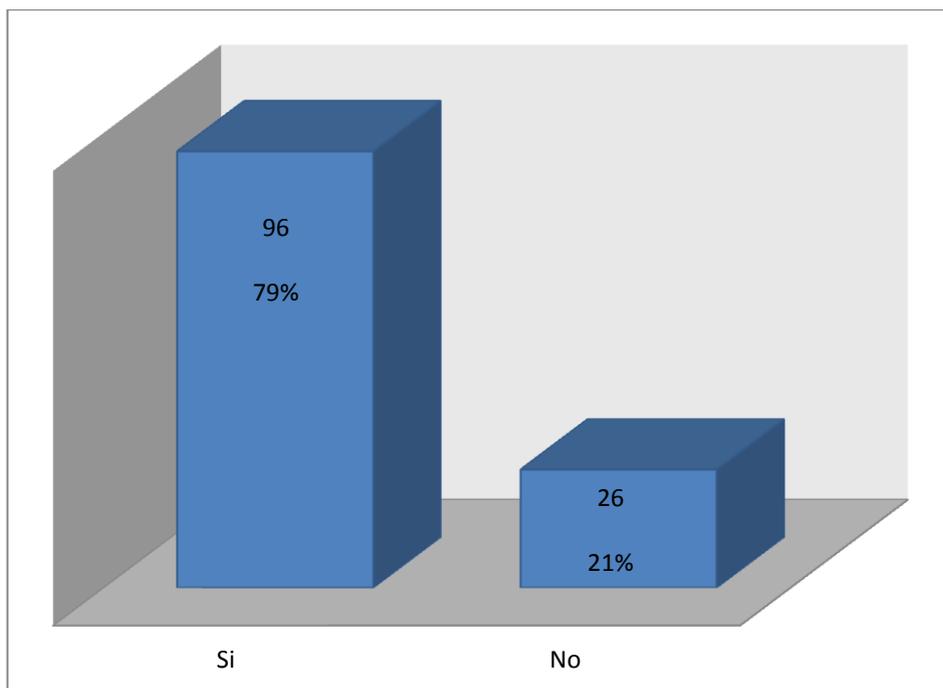
20.1. Análisis e Interpretación

Todos los productores de arazá de la zona de Lita, están interesados en que exista una empresa, que se dedique a la industrialización de la fruta; permitiendo que su producto sea procesado y conocido en los diferentes lugares de expendio de frutas, con lo cual va a mejorar sus ingresos porque entregarían su producción a la empresa, para la obtención de productos derivados del procesamiento de esta fruta.

1.5.5.2. ENCUESTAS REALIZADAS A CAFETERÍAS Y RESTAURANTES

1. Ud. compra pulpa de arazá para su local.

GRÁFICO No. 21
CONSUMO DE PULPA DE ARAZÁ



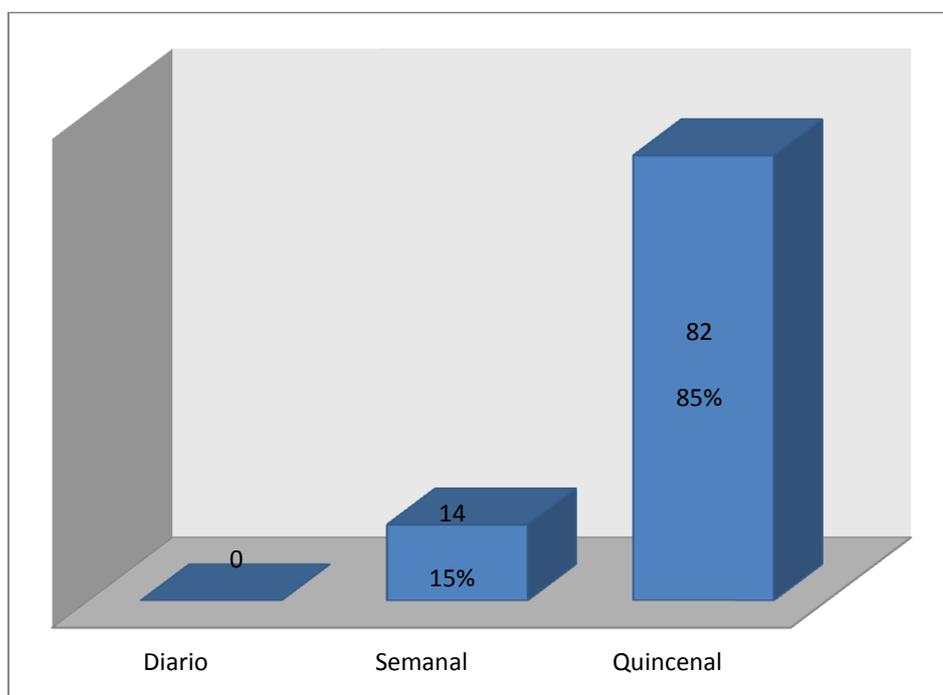
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

1.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de cafeterías y restaurantes de Ibarra encuestados, están dispuestos a comprar la pulpa de arazá para ofrecer variedad en sus locales, en cambio una pequeña parte de dueños de los locales opinan que no comprarían la pulpa de fruta.

2. Con qué frecuencia adquiere la pulpa de arazá

GRÁFICO No. 22
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PULPA



Fuente: Investigación Directa

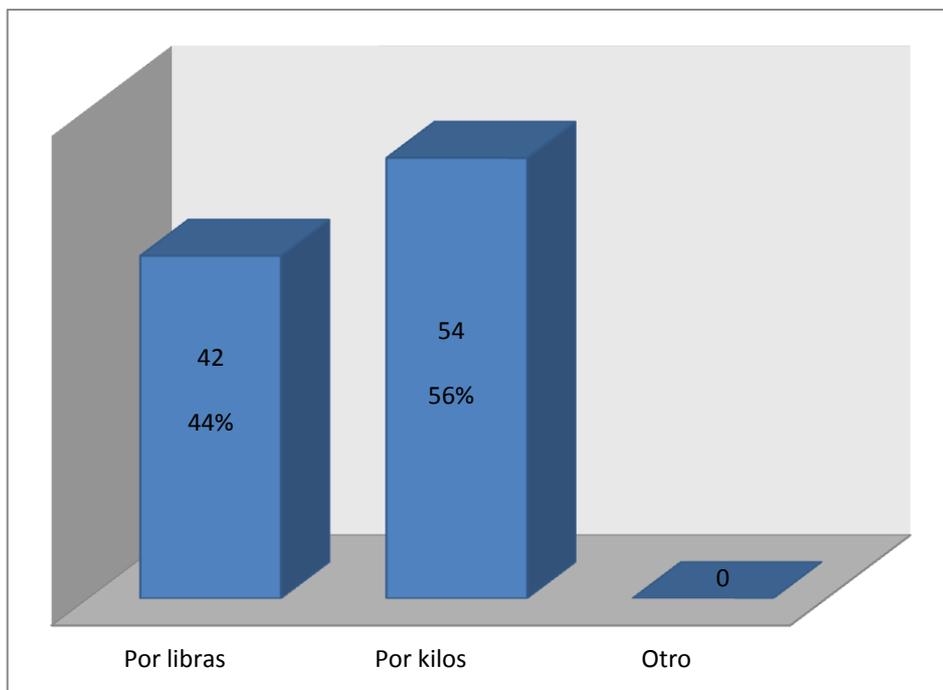
Elaborado por: Las Autoras

2.1. Análisis e Interpretación

Un gran número de encuestados en las cafeterías y restaurantes manifiestan que la adquisición de la pulpa de arazá lo efectúan en forma quincenal y otro pequeño grupo opinó que la compra lo realizan en forma diaria de acuerdo a sus necesidades.

3. ¿De qué manera prefiere Ud. que se realice la venta de pulpa de arazá?

GRÁFICO No. 23
FORMA EN QUE SE COMPRA EL ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa

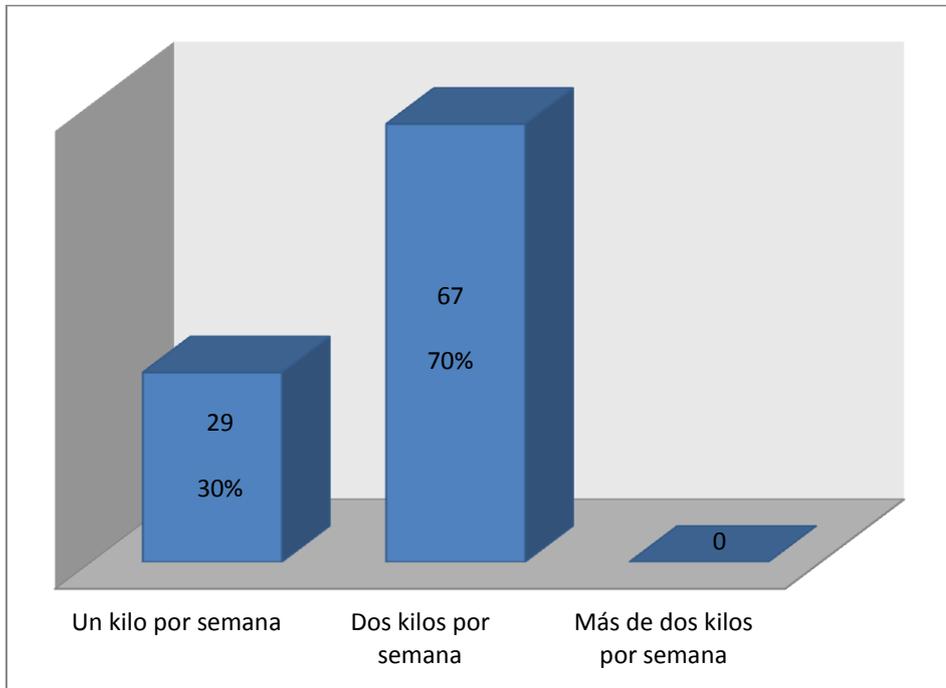
Elaborado por: Las Autoras

3.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de encuestados contestaron que compran la pulpa de fruta en kilos para cubrir las necesidades de los locales, otro grupo manifiesta que prefiere comprar en libras la pulpa de arazá.

4. ¿Qué cantidades promedio de pulpa de arazá adquiere?

GRÁFICO No. 24
CANTIDAD ADQUIRIDA DE ARAZÁ



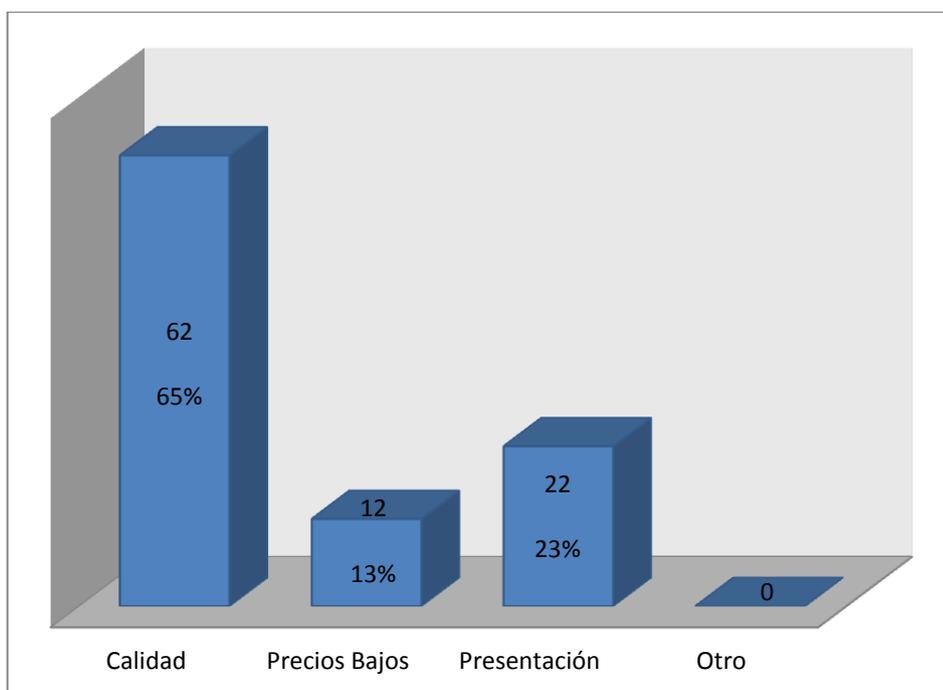
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

4.1. Análisis e Interpretación

En la mayor parte de cafeterías y restaurantes encuestados, prefieren adquirir dos kilos por semana de la pulpa de arazá y otro grupo opina que compra la fruta procesa un kilo por semana, de acuerdo a sus necesidades y demanda de los consumidores.

5. ¿Cuáles son las características más importantes al adquirir el producto?

GRÁFICO No. 25
CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES AL MOMENTO
DE LA COMPRA



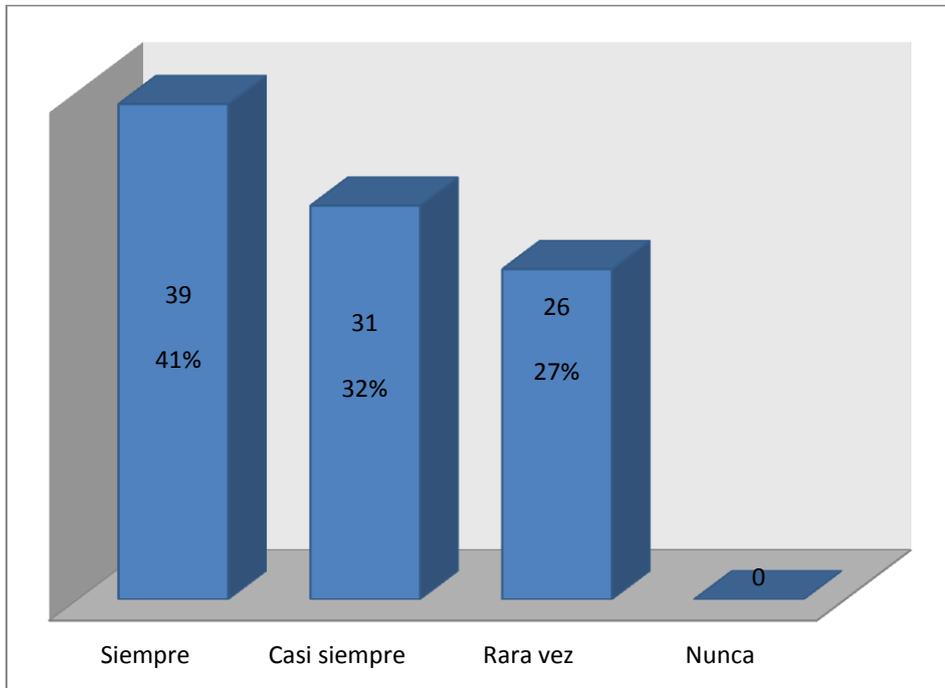
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

5.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de las cafeterías y restaurantes consideran que el factor más importante al momento de adquirir la pulpa de arazá es la calidad, otro grupo opina que la presentación también es una característica fundamental para la compra del producto y un pequeño grupo cree que los precios bajos es el factor para la adquisición del la fruta procesada.

6. Para la preparación de jugos utiliza pulpa de frutas

GRÁFICO No. 26
UTILIZACION DE PULPA EN JUGOS



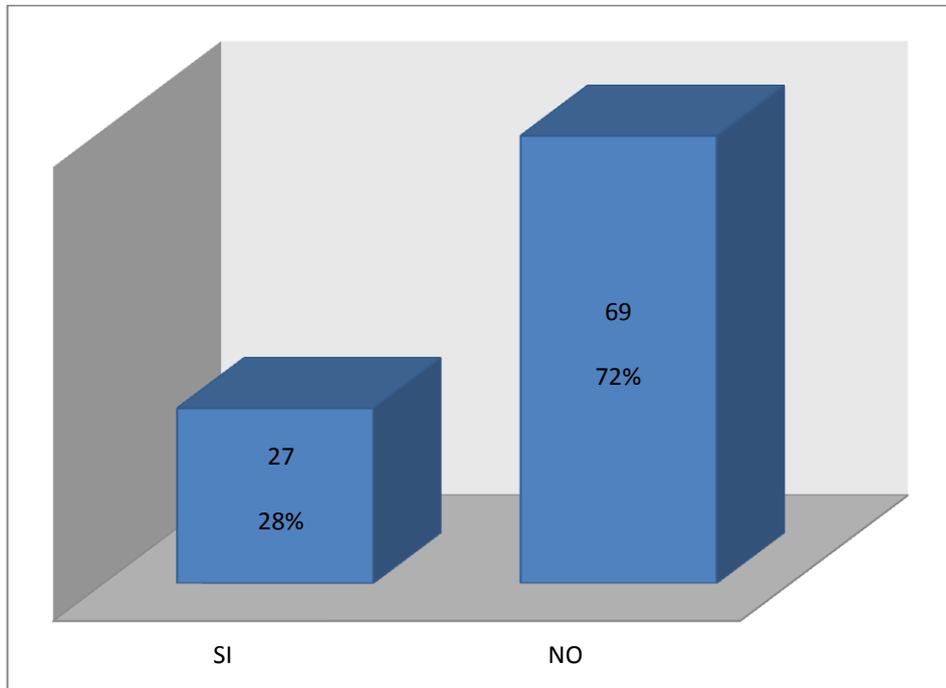
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

6.1. Análisis e Interpretación

En la mayor parte cafeterías y restaurantes del cantón Ibarra encuestados casi siempre utilizan pulpa de frutas, para la elaboración de jugos, otro grupo opinó que siempre prepara las bebidas con pulpa de frutas de acuerdo a la temporada y un reducido grupo rara vez realiza los jugos con pulpa de frutas esto depende del consumidor.

7. ¿Cuenta Ud. con un proveedor de pulpa de arazá permanente?

GRÁFICO No. 27
PROVEEDORES DE PULPA DE ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

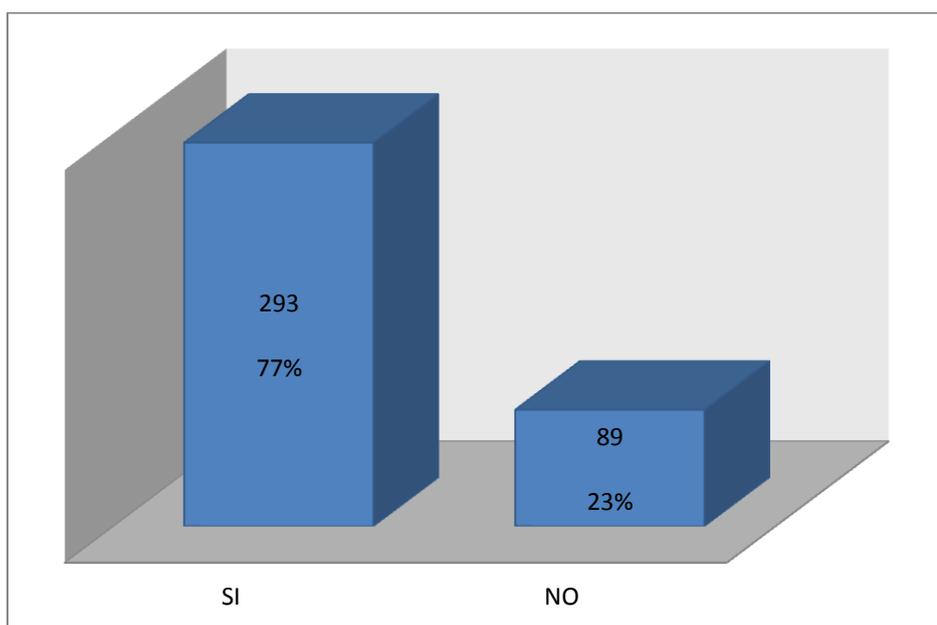
7.1. Análisis e Interpretación

En la gran mayoría de cafeterías y restaurantes de la ciudad de Ibarra manifiesta que no tiene un proveedor permanente de pulpa de arazá debido a que no hay quien la procese, existen pocos vendedores, la oferta es mínima y no viene seguido a la ciudad, en cambio otro grupo expresa que si tiene un proveedor permanente quien le facilita la fruta pero dependiendo de la temporada.

1.5.5.3. ENCUESTAS REALIZADAS A CONSUMIDORES FINALES DE LA CIUDAD DE IBARRA

1. ¿Compra usted pulpa de frutas?

GRÁFICO No. 28
COMPRA DE PULPA



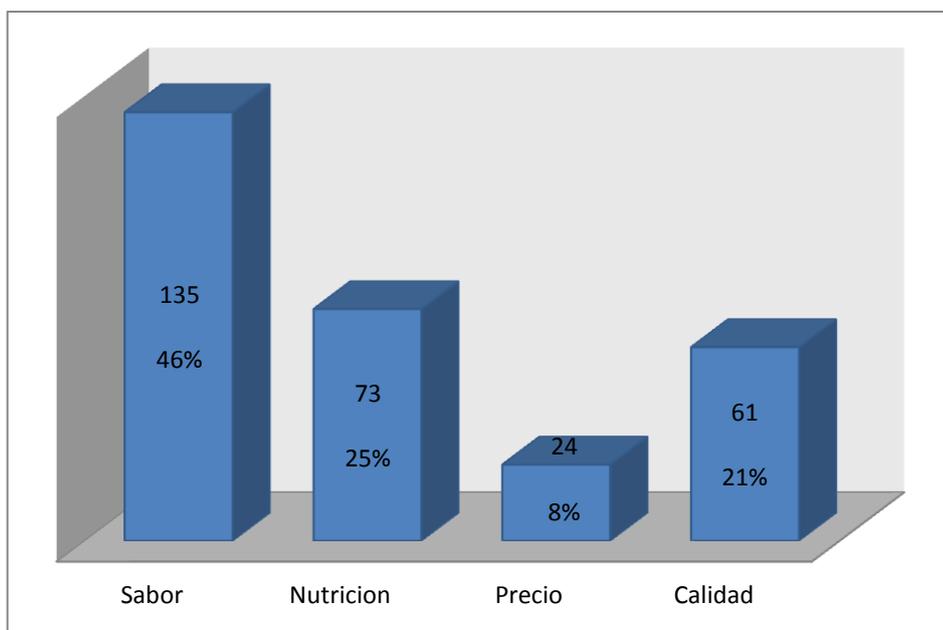
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

1.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de encuestados respondieron que si adquieren pulpa de frutas en los diferentes lugares de comercialización, porque es más fácil de consumir y conservar, y otro pequeño grupo de encuestados manifiestan que no adquieren pulpa de frutas por no ser su costumbre prefieren la fruta en forma natural.

2. ¿Según su criterio a qué se debe el consumo de pulpa?

GRÁFICO No. 29
PREFERENCIA DE CONSUMO



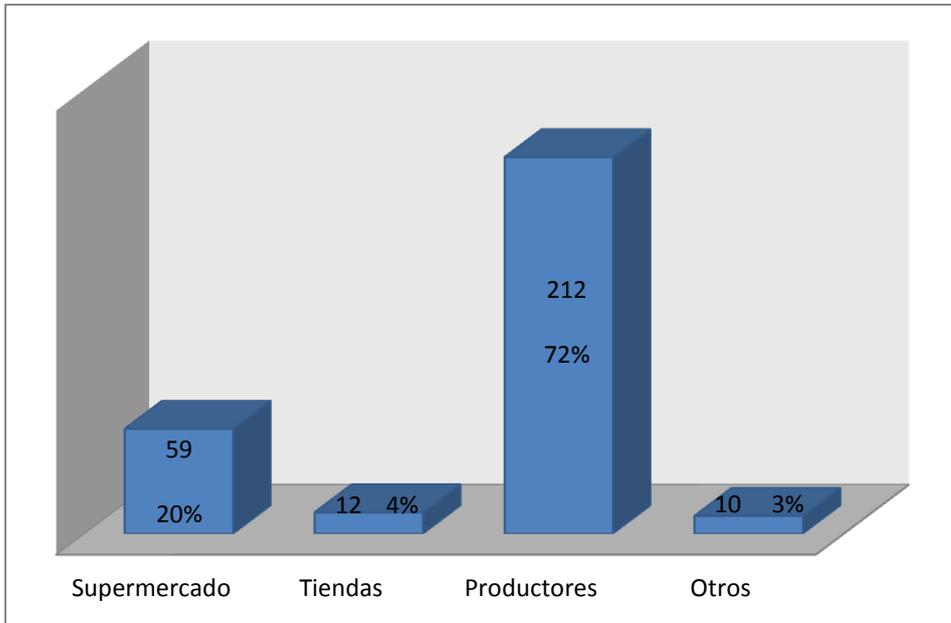
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

2.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de personas encuestadas expresan que compran pulpa de arazá por su sabor, otro grupo de personas manifiestan que adquieren este producto por nutrición, un pequeño extracto de consumidores opinan que adquieren la pulpa por la calidad que ofrece y un reducido número de consumidores considera que el precio es el factor más importante.

3. ¿Dónde compra usted la pulpa de frutas?

GRÁFICO No. 30
LUGAR DE COMPRA



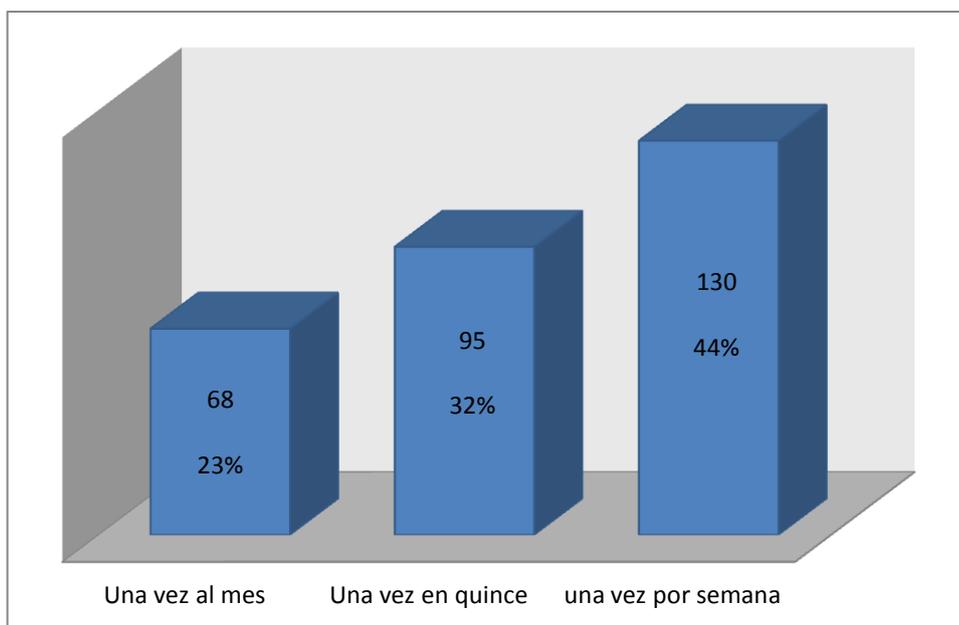
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

3.1. Análisis e Interpretación

Casi todas las personas encuestadas prefieren comprar la pulpa de frutas a los productores, por la calidad y el precio no aumenta, en cambio otro grupo dice que adquiere este producto en los supermercados porque en ese lugar efectúan las compras para su hogar, otro grupo de consumidores consiguen este producto en las tiendas y un pequeño grupo expresó que en otros lugares.

4. ¿Con qué frecuencia adquiere la pulpa?

GRÁFICO No. 31
FRECUENCIA DE COMPRA



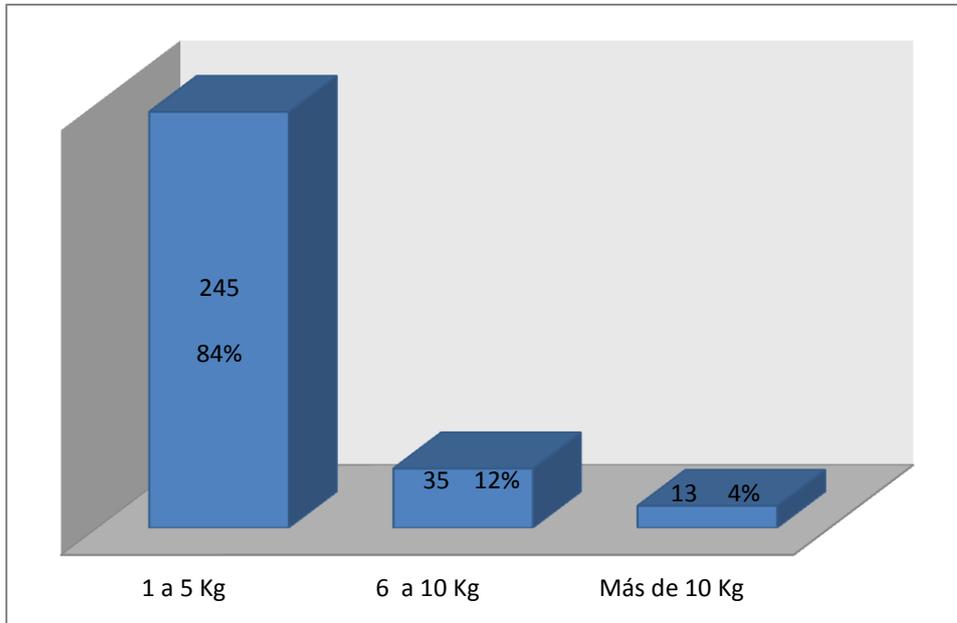
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

4.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de personas encuestadas manifiesta que adquieren la pulpa de frutas una vez por semana, por la facilidad de preparación; otro grupo de consumidores expresaron que compran este producto una vez cada quince días y un pequeño grupo dice que la pulpa de frutas compra una vez al mes.

5. ¿Cuántos kilos de pulpa compra?

GRÁFICO No. 32
VOLUMEN DE COMPRA



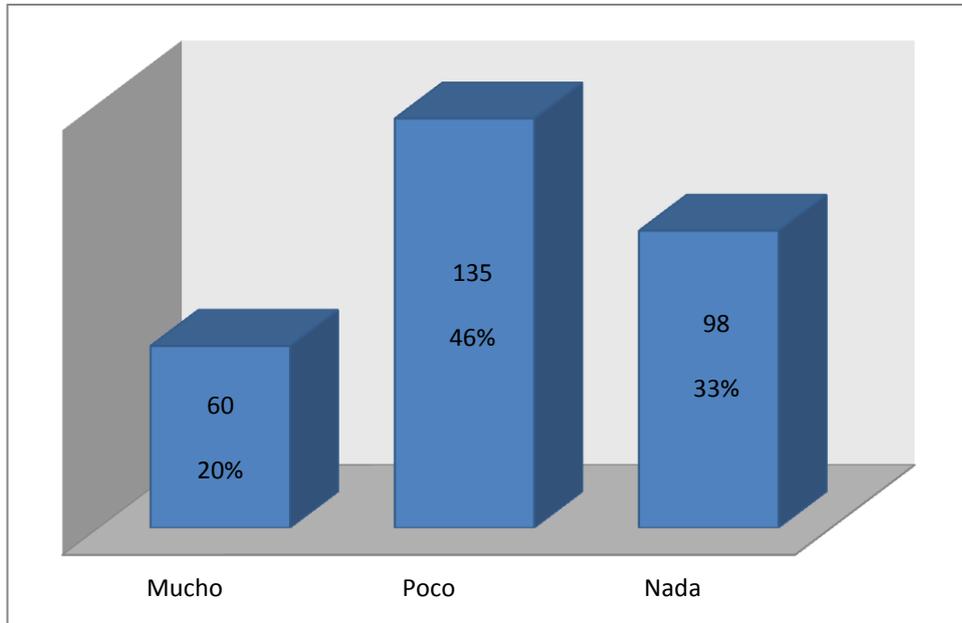
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

5.1. Análisis e Interpretación

Un gran porcentaje de consumidores expresan que están dispuestos a comprar entre 1 a 5 kilos de pulpa, otro grupo de personas opinó que prefiere adquirir este producto entre 6 a 10 kilogramos y otro grupo de encuestados manifiesta que consume más de diez kilos de acuerdo al número de personas que conforma el hogar.

6. ¿Conoce usted la fruta de arazá?

GRÁFICO No. 33
CONOCIMIENTO DE LA FRUTA DE ARAZÁ



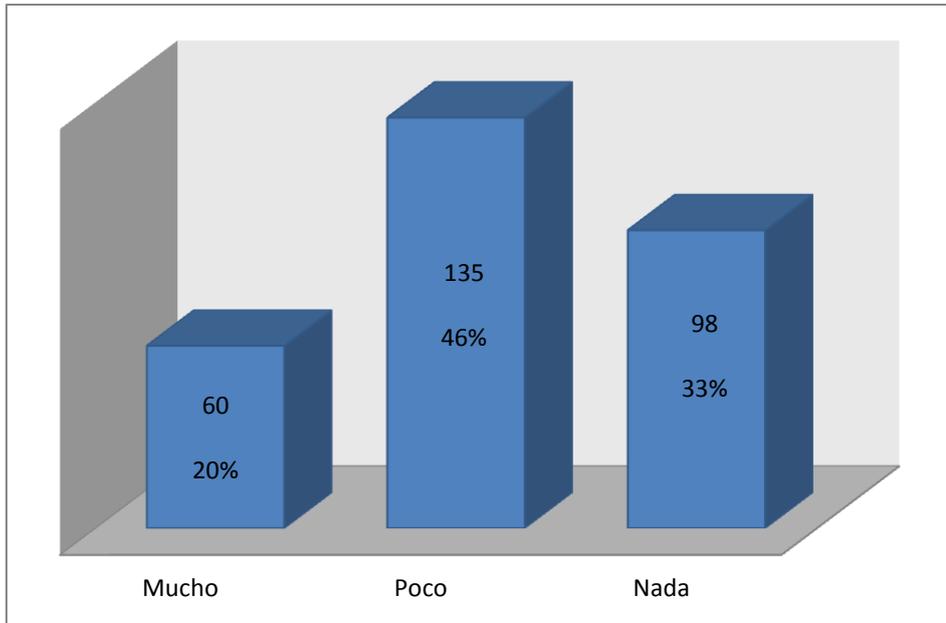
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

6.1. Análisis e Interpretación

Un gran porcentaje de personas encuestadas expresan que poco conoce la fruta de arazá, otro grupo en cambio expresa que no ha escuchado de esta fruta y un pequeño grupo de personas manifiesta que si conocen el arazá y consumen este producto por ser nutritivo.

7. ¿Tiene conocimiento del valor nutritivo del arazá?

GRÁFICO No. 34
CONOCIMIENTO DEL VALOR NUTRITIVO DEL ARAZÁ



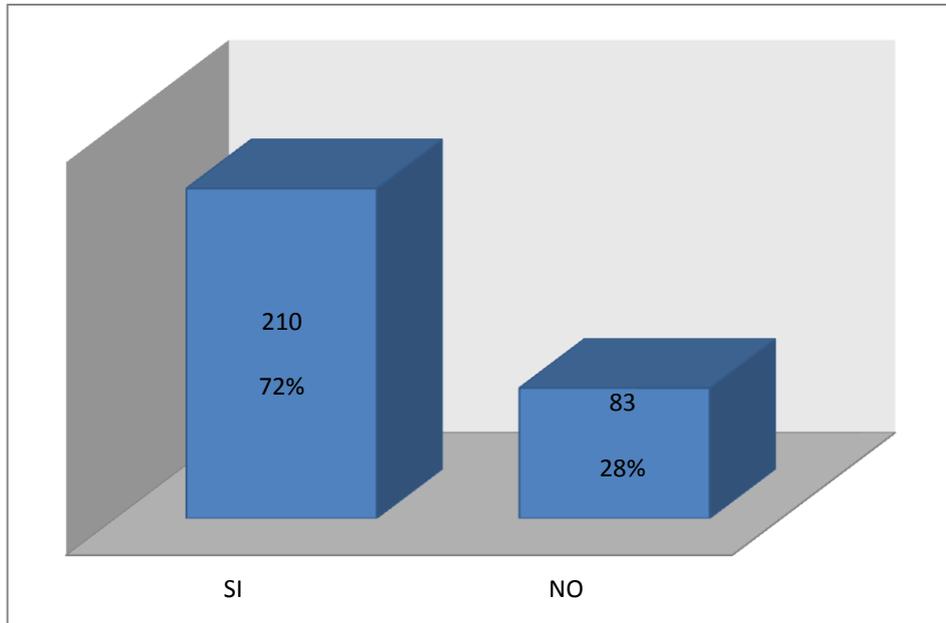
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

7.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de personas encuestadas tienen poco conocimiento del valor nutritivo del arazá, otro porcentaje contestó que no conocen los beneficios que ofrecen la fruta y un pequeño grupo en cambio expresa que si tiene conocimiento de las propiedades nutricionales que ofrece esta fruta.

8. ¿Le gustaría comprar pulpa de arazá?

GRÁFICO No. 35
ACEPTACIÓN DE PULPA DE ARAZÁ



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

8.1. Análisis e Interpretación

La mayor parte de encuestados respondieron que si están dispuestos a comprar la pulpa de arazá y otro grupo de personas expresó que no estaría de acuerdo en comprar porque no conocen la fruta.

1.5.6. ESTUDIO DEL ENTORNO DETERMINACIÓN DE ALIADOS, OPORTUNIDADES, Oponentes Y RIESGOS

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Suelos fértiles y clima trópico húmedo favorables para la producción 2. Producto llamativo por sus cualidades nutricionales y agronómicas 3. Fruta con producción orgánica 4. Venta de contado 5. Fruto que se puede sembrar con otros productos 6. Producción permanente 7. Posibilidad de capacitación a los productores, en el área de producción, industrialización y comercialización 8. La mano de obra para realizar las labores agrícolas en el país es barata 9. El proceso de producción e industrialización no afecta al medio ambiente 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fruta con demanda futura significativa 2. Cultivo susceptible de aumento 3. Mercado potencial no satisfecho 4. La industrialización de la fruta alarga la vida útil, diversidad de uso y mejora los niveles de ventas 5. Existencia de créditos financieros otorgados por instituciones del gobierno que fomenten la agricultura 6. Generación de empleos directos e indirectos

OPONENTES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de personal especializado en el manejo del arazá, en forma natural y procesado 2. Maquinaria y equipos costosos para el proceso 3. Fruto perecible en forma natural, lo que hace que su vida útil sea corta 4. Producción a nivel doméstico 5. Lento crecimiento de las ventas por ser una fruta nueva 6. Falta de información acerca del valor nutritivo y de los beneficios de la fruta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oferta de productos sustitutos de origen regional a precios bajos 2. Ataque y difusión de plagas y enfermedades en la fruta 3. Contaminación ambiental y de suelos 4. Presencia de fenómenos naturales que no ayudarían a tener una buena producción

1.5.6.1. CRUCES ESTRATÉGICOS

a. ALIADOS vs. RIESGOS

CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS vs. RIESGOS
<p>2.1 Producto llamativo por sus cualidades nutricionales y agronómicas, que puede competir con productos sustitutos de otras regiones del país</p> <p>3.3 Fruta con producción orgánica, que puede lograr un espacio en el mercado, considerando que los consumidores tienen tendencia por las frutas ya conocidas que por las nuevas y buscando evitar la contaminación ambiental y del suelo</p> <p>6.2 Producción permanente, aunque exista la presencia o el ataque de plagas o enfermedades en la fruta</p> <p>7.4 Posibilidad de capacitación a los productores, en el área de producción, industrialización y comercialización de la fruta y sus derivados, que permite que las personas tengan un conocimiento amplio y puedan determinar presencia de fenómenos naturales, para evitar una disminución en la producción</p>

b. ALIADOS vs. OPORTUNIDADES

CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS vs. OPORTUNIDADES

1.5 Suelos fértiles y clima trópico húmedo favorables para la producción, que con la obtención de créditos financieros otorgados por las instituciones del gobierno que fomentan la agricultura, permitirá que la fruta sea cultivada y conocida por la población

2.1 Producto llamativo por sus cualidades nutricionales y agronómicas, que puede posicionarse en el mercado y tener una demanda futura significativa

3.2 Fruta con producción orgánica con grandes beneficios nutricionales, que puede lograr un espacio en el mercado, ya que este cultivo es susceptible de aumento

6.4 Producción permanente de la fruta, que permite tener diversos productos, para ello se realizara la industrialización de la fruta para alargar la vida útil y por ende mejorar los niveles de venta

8.6 La mano de obra para realizar las labores agrícolas en el país es barata, con ello se puede generar empleos directos o indirectos

c. Oponentes vs. Oportunidades

CRUCE ESTRATÉGICO Oponentes vs. Oportunidades

4.3 La industrialización de la fruta alarga la vida útil, se ofrece diversidad de usos y mejorar los niveles de venta, debido a que el fruto es perecible en forma natural y por ende su vida es corta

4.2 El cultivo de arazá es susceptible de aumento, debido a que producción es a nivel doméstico en la zona de Lita

6.1 Fruta con demanda futura significativa en el momento que sea conocida por la población, ya que actualmente los consumidores no tiene información acerca del valor nutritivo y de los beneficios

1.6 Generación de empleos directos e indirectos, para que la empresa cuente con personal capacitado en el manejo de arazá en forma natural y procesado

d. OPONENTES vs. RIESGOS

CRUCE ESTRATÉGICO OPONENTES vs. RIESGOS

4.4 Producción a nivel doméstico, que no existe conocimientos para estar preparados ante la presencia de fenómenos naturales que no ayudan a tener una buena producción

5.1 Lento crecimiento de las ventas por ser un fruta nueva, por ende tiene niveles de competencia altos por productos sustitutos de origen regional que ya se encuentran en el mercado posicionados

6.3 Falta de información acerca del valor nutritivo y de los beneficios de la fruta, debido a que los consumidores adquieren productos altamente contaminantes por el uso inadecuado de fungicidas

1.5.6.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Con la información analizada y obtenida en el presente diagnóstico y luego de haber realizado el estudio del entorno, se determinó el siguiente problema:

El principal problema es que no existe una empresa que se dedique a la producción, industrialización y comercialización de arazá, en la parroquia de Lita, así como un estudio técnico sobre la rentabilidad de esta actividad en el cantón Ibarra.

Para los agricultores de arazá consideran que su mayor dificultad para vender la fruta es, que tiene una vida útil muy corta, lo que se dificulta el traslado en forma natural a cualquier lugar, por ello la necesidad de que exista una empresa dedicada al procesamiento de arazá, ya sea en pulpa o en otros derivados.

También se observa que es una fruta poco conocida por la población de Imbabura, lo que dificulta la comercialización, para ello se debe dar a conocer los valores nutritivos de la misma, ya que es una fruta libre de químicos y a precios relativamente cómodos.

El arazá tiene competidores sustitutos de la misma zona como son: la papaya, piña, guanábana, maracuyá, entre otros, que son productos ya conocidos por las personas y que tienen ganado un espacio en el mercado.

En las entrevistas efectuadas a los productores más representativos de la zona de Lita, se determinó que el arazá se adapta fácilmente al tipo de clima y suelo de este lugar, por ende el cultivo no requiere de la utilización de químicos, es decir es una producción orgánica; la fruta luego de su cosecha en estado maduro tiene una duración promedio de 5 a 8 días a temperatura ambiente.

El arazá tiene un exquisito aroma y sabor que lo diferencia del resto de frutas, también posee excelentes cualidades nutricionales recomendadas en la alimentación diaria tanto de niños como adulto ya que contiene proteínas, carbohidratos, fibra, fosforo, potasio, calcio, vitaminas A, B, C, Zinc entre otros.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. HISTORIA DEL ARAZÁ

El origen de este arbusto está relacionado con la cultura peruana pues se cree que ellos domesticaron el cultivo tratando de conseguir un fruto menos ácido.

Suquilanda V, Manuel B. (1995). Arazá Manual para la producción orgánica; expresa: “El arazá, es una planta sudamericana, originaria del alto amazonas (Colombia, Ecuador, Perú)”.

Inicialmente se creía que esta especie era originaria del Brasil, pero en este lugar se ha denominada como guayaba peruana, existe algunos ejemplares, que han sido introducidos del Perú. En este lugar se le conoce como guayaba brasileña. La mayor diversidad de esta fruta se registra en el sudoeste de la Amazonia Peruana, de igual manera, en Ecuador la especie se encuentra en estado silvestre en algunos lugares con el clima propicio para su desarrollo, como es en la zona de Lita.

2.1.1. CULTIVOS DE ARAZÁ EN EL ECUADOR

En nuestro país, los sectores ubicados en las terrazas aluviales formadas a lo largo de los ríos y afluentes del Amazonas y lo ubicados en los contrafuertes de la cordillera de los Andes, hacia la vertiente del Pacífico, serían los más indicados para el cultivo de arazá. De hecho ya existen pequeños huertos de arazá en la provincia de Napo, en Pedro Vicente Maldonado, Santo Domingo, en los Ríos y en Cotopaxi., en Imbabura existe presencia de cultivos de arazá a nivel doméstico únicamente para consumo familiar.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL ARAZÁ

Su atractivo especial radica en que esta fruta posee excelentes propiedades organolépticas (Propiedades físicas y químicas de la fruta), que le confieren un sabor y aroma característicos, además se adapta a zonas calientes y húmedas y su cultivo se lo puede realizar en suelos con baja fertilidad.

Según el Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas-Sinchi, (2006); “La especie fue descrita por Mc Vaugh en 1956, a partir de colecciones del Perú, Brasil, Bolivia y Colombia. Se reportan dos subespecies: E. stipitata es un arbusto de tamaño medio, con mayor número de estambres, hojas y flores más grandes con frutos de mayor tamaño. E. sosoria es un arbusto con flores de menor número de estambres, hojas y flores más pequeñas, con frutos de menor tamaño”.

Estas especies se han extendido en el ámbito agrícola por su resistencia a enfermedades y por adaptarse a cualquier tipo de suelo y clima cálido húmedo, favorables para la producción.

2.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTA

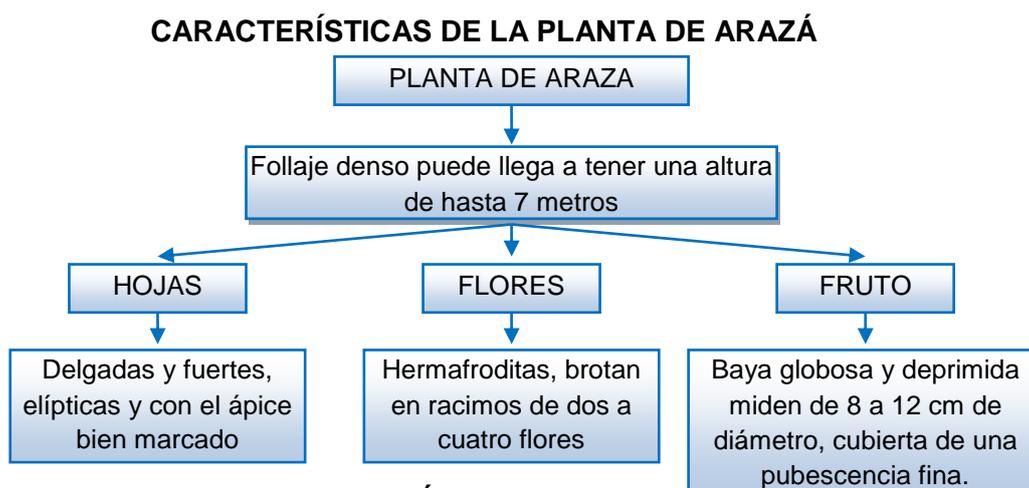


GRÁFICO No.36

Fuente: Arazá, Manual para la producción orgánica
Elaborado por: Las Autoras

2.3. ECOLOGÍA DEL CULTIVO

2.3.1. CLIMA

Suquilanda V, Manuel B. (1995). Arazá Manual para la producción orgánica; dice. “El arazá puede crecer y fructificar con éxito en sectores de clima tropical húmedo, con temperaturas que fluctúen entre los 22 a 30 grados centígrados y precipitaciones entre los 2.000 a 4.000 mm/año.”

La zona donde se pretende implantar el proyecto de cultivo de arazá posee similares características a las expresadas por éste y otros investigadores sobre la producción de arazá en zonas de clima tropical.

2.3.2. SUELOS

Suquilanda V, Manuel B. (1995). Arazá Manual para la producción orgánica; manifiesta. “El cultivo se adapta bien a suelos de baja fertilidad (Suelos Ultisoles), de textura arenosa a franco arenosa, con un PH que va de 4.5 a 5.5. Se puede cultivar en suelos que van desde los 300 a 800 m.s.n.m”

En lo que se refiere al tipo de suelo se determina que esta planta no es muy exigente pues se adapta con facilidad a suelos con baja fertilidad y tomando como referencia estas bases podemos decir que en la zona el suelo es afín lo cual facilitaría el cultivo de la planta de arazá.

2.3.3. SISTEMAS DE CULTIVO

Secretaría Pro Tempore, (1999), Manual Técnico Arazá: Cultivo y Utilización, cita que: “El cultivo de arazá se puede manejar a nivel de monocultivo o integrarse a agroecosistemas diversificados.”

Mientras que el arazá entra en producción o durante la fase de explotación, es recomendable asociarlo con otros cultivos que permiten ingresos extras, además este procedimiento protege el suelo contra el

impacto directo de las lluvias, que pueden causar erosión, como también reduce el número de limpiezas; tonándose así eficiente el manejo de insectos, plagas y enfermedades.

2.4. PRODUCCIÓN O CULTIVO DE ARAZÁ

Suquilanda V, Manuel B. (1995). Arazá Manual para la producción orgánica; manifiesta: “El arazá puede propagarse de manera sexual (por semilla botánica) y asexual (por estaca o por acodo), aunque es preferible hacerlo por semillas con el fin de asegurar una plantación uniforme y más duradera.”

Una vez determinada la forma de programación del arazá que se la realizara por medio de semillas, que provendrán de plantas que tengan una buena conformación y un buen estado fitosanitario. Esto permitirá obtener frutos de mayor calidad.

PROCESO DEL CULTIVO DE ARAZÁ

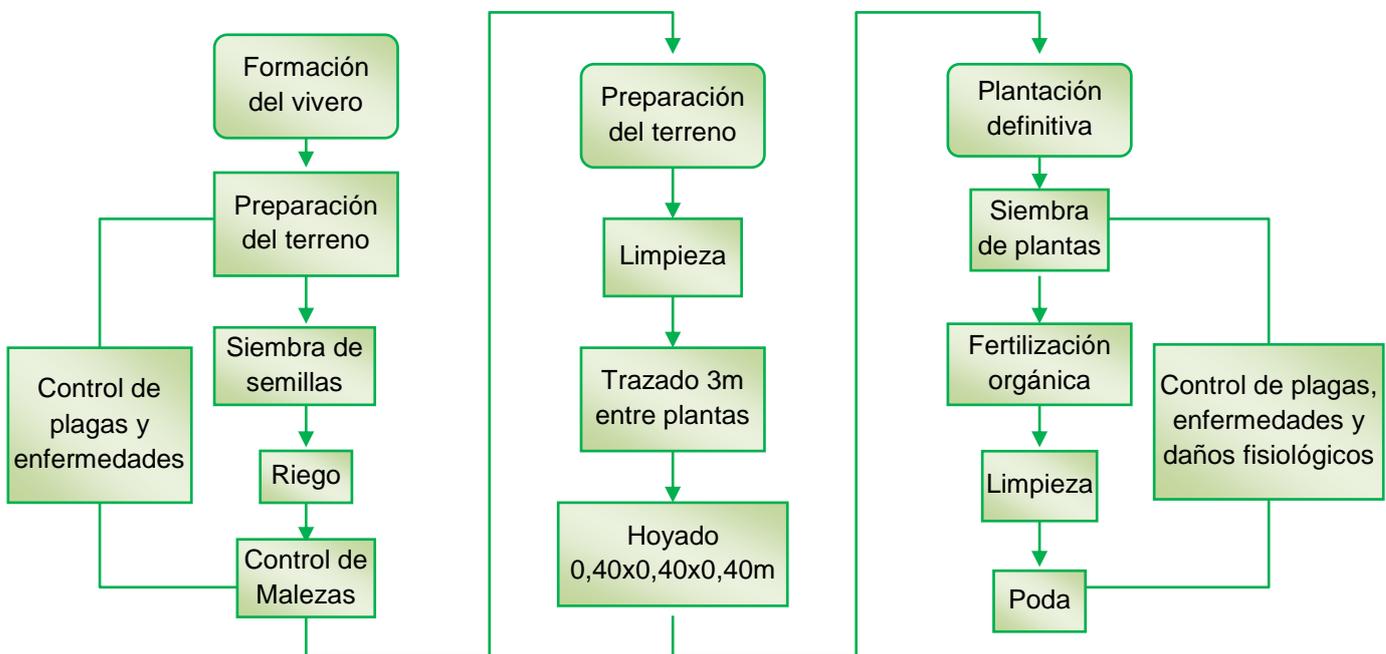


GRÁFICO No.37

Fuente: Manual Técnico Arazá: Cultivo y Utilización, Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas, Arazá Manual para la Producción Orgánica

Elaborado por: Las Autoras

2.4.1. COSECHA Y TRANSPORTE

2.4.1.1. COSECHA

Los árboles de arazá comienzan a producir después de un año y medio a dos años de haber sido sembrado en el campo, sin embargo su productividad a dicha edad es todavía baja. A partir de entonces, si el cultivo está bien manejado, las plantas florecen y fructifican continuamente, logrando obtener frutos maduros durante todos los meses del año. Por lo menos la cosecha de los frutos debe realizarse cada dos días, o 3 veces por semana siempre y cuando se tenga una plantación con diferentes edades de plantas.

La recolección de la fruta debe hacerse manualmente en el árbol, en cestos de fibra o en canastas plásticas. Esta actividad debe hacérsela por la mañana, evitando las horas más calurosas ya que éstas, favorecen la aceleración del proceso de deterioro de los frutos por manipulación y delicadeza de los mismos.

2.4.1.2. TRANSPORTE

El transporte del fruto en forma natural es considerablemente dificultoso, debido a que éste es muy delicado. Los frutos recolectados deben ser transportados en recipientes rígidos y resistentes; es importante que no se ponga exceso de frutos unos sobre otros, máximo tres hileras de altura por recipiente puede evitar su deterioro. El transportarlo por largo tiempo y malos caminos puede causar severos daños a los frutos.

Por lo expuesto es recomendable que sea procesado en forma de pulpa lo más rápido posible, para luego conservarlo refrigerado hasta su comercialización u obtención de otros productos.

2.5. INDUSTRIALIZACIÓN DE ARAZÁ

2.5.1. INDUSTRIALIZACIÓN

www.gestiopolis.com. Procesos productivos. “La Industria, es un conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales. Por extensión, el conjunto de las actividades en un territorio o país”.

Industrialización hace referencia a la producción de bienes, sobre todo cuando esta producción se la realiza con máquinas y es llevada a cabo por un número reducido de trabajadores.

Este es un proceso favorable que permite obtener algunos derivados de ciertos productos, que por su delicadeza o difícil transporte en estado natural, se hace necesario su procesamiento, como es el caso del arazá, que es una fruta sumamente perecible, considerando que posee un sabor, aroma exquisitos y alto valor nutritivo, que será muy atractivo al consumo.

La industrialización de esta fruta requiere de procesos, con los cuales se obtendrá pulpa de arazá. Sin embargo se puede elaborar otros productos como son: mermelada, jugos, néctar, licores, etc.

2.5.2. TRANSFORMACIÓN DE LA FRUTA

En la unidad de procesamiento se debe realizar un adecuado manejo, selección y procesamiento de la fruta de la siguiente forma:

PROCESO DE OBTENCIÓN DE ARAZÁ Y SUS DERIVADOS

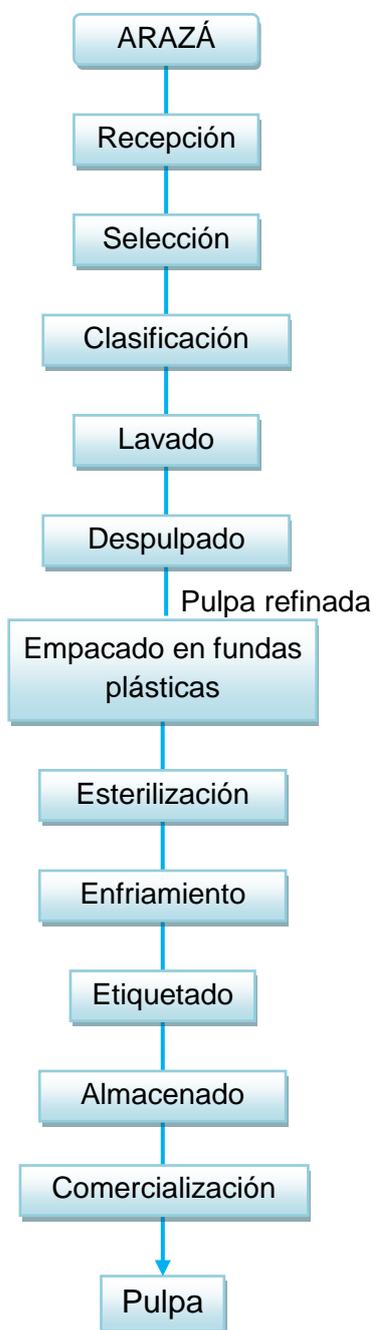


GRÁFICO No. 38

Fuente: Gestipolis, Manual Técnico Arazá: Cultivo y Utilización

Elaborado por: Las Autoras

2.5.3. CONSERVACIÓN

El arazá en estado natural, puede conservarse a temperatura ambiente por 5 días como máximo. Sin embargo la pulpa de arazá será empacada en polietileno de baja densidad, transparente, se sellará herméticamente las fundas sin permitir fugas del contenido, evitando la entrada de posibles fuentes de contaminación luego serán refrigeradas

2.5.4. ALMACENAMIENTO

El estado de almacenamiento más aconsejable para la pulpa de arazá que será utilizada como materia prima es la de congelación a una temperatura de -20°C . En esta condición el producto es estable por un período mínimo de 3 meses. La congelación ayuda a reducir la actividad de fermentos presentes en el producto, al igual que la propagación de microorganismos.

Si la carga microbiana es alta en el inicio o durante el proceso, provocará que el deterioro del producto sea más apresurado, también resulta desfavorable el descongelamiento durante el tiempo de almacenamiento, ya que dará lugar a la reproducción de hongos y bacterias.

2.6. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Para alcanzar una adecuada comercialización será necesario elegir la mejor vía de acceso hacia un mercado potencial, que permita conseguir niveles de ventas, acorde a los objetivos establecidos por la empresa.

Para la venta del producto, se optará por los siguientes canales de comercialización, que su por su diversidad permitirán llegar de una u otra forma al consumidor final.

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



GRÁFICO No. 39

Fuente: Técnicas Básicas de Mercadotecnia
Elaborado por: Las Autoras

2.7. LA EMPRESA

Zapata, P. (2008), Contabilidad General. Pág. 5, dice: “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad.”

La empresa estará integrada por recursos económicos, financieros, tecnológicos, materiales, talento humano, que con la aplicación de un adecuado proceso administrativo, permitirá elaborar productos, que cubran las necesidades de las personas, logrando así obtener rentabilidad y contribuir al progreso de la sociedad.

De acuerdo a la actividad que se va a ejecutar la empresa estará conformada por las áreas: agrícola, industrial y comercial, lo que permitirá el cultivar orgánicamente el arazá, un proceso transformación adecuado del mismo, para luego ser comercializado.

2.7.1. TIPOS DE EMPRESAS POR SU ACTIVIDAD

La empresa cumplirá diferentes actividades como: la producción, industrialización y comercialización de la fruta, en este caso se va a producir arazá, y por ser una fruta con una vida útil corta en estado natural, se debe procesar en pulpa, para lograr mayor tiempo de duración y consumo, luego se utilizan diferentes medios para la comercialización como: venta directa e intermediarios, con el fin de llegar a los clientes, ofreciendo un producto de calidad y nutricional.

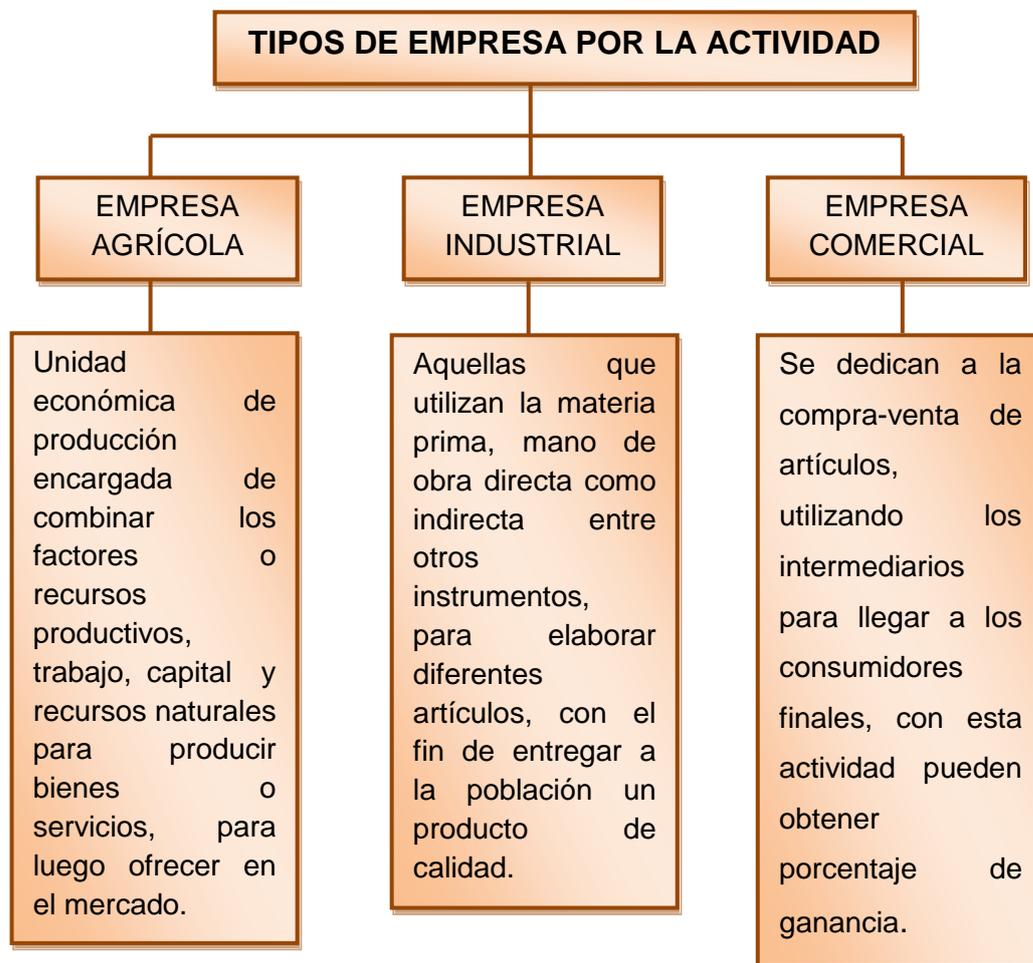


GRÁFICO No. 40

Fuente: Proceso Administrativo de Víctor Reinoso, www.monografías.com

Elaborado: Las Autoras

2.7.2. FINES DE LA EMPRESA

Los fines que anhela este tipo de empresa son los siguientes:

- a) Elaborar un producto de calidad
- b) Lograr un beneficio económico por sus ventas
- c) Reinvertir utilidades que permitan incrementar su actividad
- d) Contribuir al desarrollo de la sociedad generando fuentes de empleo

2.7.3. FUNCIONES DE LA EMPRESA

Toda empresa efectuará tres grandes funciones que determinan su actividad, su eficacia y su papel social, dentro de un país.

2.7.3.1. FUNCIÓN ECONÓMICA

La empresa es un instrumento económico de la sociedad industrial, que determina los costos, gastos y la obtención de utilidades y conocer como aporta en el desarrollo empresarial y conocer la realidad sobre la situación de la organización.

En la caso de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, la función económica se determina en los costos y gastos en las tres etapas, logrando ofrecer un producto de calidad al mercado, obteniendo ganancias y de esa manera aportando a la sociedad con la generación de empleo y creciendo la empresa.

2.7.3.2. FUNCIÓN DE DIRECCIÓN

Comprende el análisis sobre cuál es la dirección de la empresa, su organización, integración del personal, misión, visión, los objetivos y metas a corto y largo plazo y planes que permita una organización exitosa.

En la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, debe ser es una organización que busca satisfacer una necesidad, para ello requiere de personal que tenga conocimiento en las tres etapas productivas, quienes conducirán a la organización en el cumplimiento de objetivos y metas dentro de un tiempo determinado y así lograr el éxito.

2.7.3.3.FUNCIÓN SOCIAL

Para que la empresa funcione y logre sus objetivos, todas las personas que la integran deben entrar en un proceso de empoderamiento, es decir, que consideren a la organización como algo suyo, lo cual permite que sean entes activos y lograr ofrecer o producir un producto o servicio de calidad a la población.

Para alcanzar los objetivos de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, todas las personas que la integran, deben aportar positivamente en los procesos, es decir considerar a la organización como algo suyo, participar en la toma de decisiones, contribuir con nuevas ideas y ofrecer un producto de calidad a la sociedad

2.7.4. RECURSOS EMPLEADOS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

2.7.4.1. RECURSOS HUMANOS

Anzola, S. (2007). Administración de Pequeñas Empresas. Manifiesta: "El Recurso Humano son las personas que le dan a la organización su talento, trabajo, creatividad y esfuerzo para encaminarla al logro de sus objetivos. Los recursos humanos son el corazón de la organización, ya que es lo que

le da vida a la empresa, propone y da las herramientas necesarias para su formación.”

El recurso humano o denominado actualmente talento humano, es el factor más importante dentro de la organización, porque son quienes ejecutarán las actividades, planifican las tareas a realizar, es decir son quienes piensan qué hacer, cómo hacer, dónde y cuándo producir, industrializar y comercializar los productos. De ahí la necesidad de contar con el personal necesario y adecuado para que cumpla con las metas de la empresa.

El talento humano dentro de las empresas puede clasificarse de la siguiente manera:

- Mano de Obra No Calificada
- Mano de Obra Semicalificada
- Mano de Obra Calificada
- Mano de Obra Técnica
- Mano de Obra Profesional

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, necesitará de mano de obra no calificada que realizarán actividades en la agricultura y cuidados de terrenos; la mano de obra calificada y técnica como son el agrónomo, ingeniero agroindustrial, intervendrá en la producción e industrialización; la mano de obra profesional conformada por el contador y un administrador, se encargarán de la parte administrativa. Todas las personas que se requieren para la empresa en las diferentes áreas deben tener experiencia en el campo que van a trabajar.

2.7.4.2. RECURSOS FINANCIEROS

Reinoso, V. El Proceso Administrativo y su Aplicación en las Empresas. Pág. 290. Dice: “Son los recursos de carácter económico y monetario que la empresa necesita para el desarrollo de sus actividades. En la planeación de recursos financieros se requiere de necesidades financieras de la empresa, definir como se origina (o adquieren) y cuál será la asignación (o aplicación) de tales recursos.”

Los recursos financieros son las necesidades económicas y monetarias, que la empresa requiere para el buen funcionamiento de la organización, con el fin de adquirir materiales y realizar los pagos o deudas obtenidas para la producción, industrialización y comercialización de los productos.

En la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, los recursos financieros son de vital importancia, puesto que se utilizarán para la compra de maquinaria, equipo, instalaciones, materiales, materia prima, pago de la nómina, publicidad y otros gastos, con el fin de elaborar un producto de calidad y competitivo.

2.7.4.3. RECURSOS MATERIALES

Reinoso, V. El Proceso Administrativo y su Aplicación en las Empresas. Pág. 292. Manifiesta: “Los recursos materiales en una empresa es aquella que establece los objetivos y determina un recurso de acción a seguir.”

Los recursos materiales son aquellos que permiten la elaboración o fabricación de un producto, con el objetivo de satisfacer una necesidad. La planeación de los recursos materiales es para la utilización óptima, con el fin de obtener una adecuada rentabilidad. Se debe planificar la compra de los materiales para la producción, industrialización y comercialización de la empresa con el fin de obtener el producto en el momento adecuado.

Los siguientes elementos son los recursos que permite que una organización efectúe sus actividades:

- Instalaciones: edificios, predios, plantas de fabricación, etc.
- Equipo: maquinaria, herramientas, medios de transporte, etc.
- Materiales de producción: materia prima, materiales directos e indirectos.

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, requiere de un terreno para la producción, una infraestructura para el proceso de industrialización, una máquina despulpadora, herramientas para la etapa de producción, envases, etiquetas, es decir todos los materiales y materia prima para obtener la pulpa y medios de transporte para la comercialización del producto final.

2.7.4.4. RECURSOS TECNOLÓGICOS

García, J. (2004). Ambientes con Recursos Tecnológicos. Pág. 4. Manifiesta que: “Los recursos tecnológicos muestran la transformación de los materiales con que han sido hechos, el propósito de su creación y la aplicación en el entorno. Es tos instrumentos permiten cambiar las condiciones del mundo y de la vida, amplían fronteras de los propósitos prácticos con que fueron concebidos.”

Las empresas constituyen organizaciones que evolucionan permanentemente, es decir son sistemas dinámicos. Así, la interacción entre la organización y el contexto que la enmarca, son la base de su dinámica competitiva que debe gestionar estratégicamente sus tecnologías, para que el cambio interno se alinee estratégicamente con las dinámicas externas, desarrollando ventajas competitivas y permitiendo el cumplimiento de sus objetivos de negocio.

2.8. CONTABILIDAD

2.8.1. CONCEPTO

Zapata, P. (2008). Contabilidad General. Pág. 7. Expone: “La contabilidad es el sistema de información que permite identificar, registrar, resumir, interpretar y analizar los hechos económicos en términos monetarios y de resultados para tomar buenas decisiones en la empresa.”

La contabilidad es un instrumento para la toma de decisiones, debido a que permite obtener información útil sobre las operaciones de la empresa, conocer la realidad actual, determinar los puntos positivos y corregir algunos errores que se presente dentro de la organización.

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, llevará una contabilidad que integren las tres etapas, para conocer la realidad de la organización, es decir tener una información detallada de cada proceso y poder tomar las decisiones necesarias.

2.8.2. CONTABILIDAD DE COSTOS

Identifica y analiza los diversos elementos de los costos directos e indirectos de la producción y comercialización de productos y servicios y proporciona información financiera a la dirección general para planear y tomar decisiones.

2.8.2.1. COSTOS DIRECTOS

Se identifica y cuantifica directamente con el proceso productivo, producto terminado o trabajo, tales como: materia prima, mano de obra directa en los tres procesos de la empresa como es la producción, la industrialización y comercialización.

2.8.2.2. COSTOS INDIRECTOS

Son aquellos que no se pueden identificar fácilmente con el producto terminado, como son: materiales indirectos, mano de obra

indirecta, energía, depreciaciones, entre otros, en las tres funciones de la empresa como la producción, industrialización y comercialización.

2.8.3. ESTADOS FINANCIEROS

Bravo, M. (2009). Contabilidad General. Pág. 147. Expone lo siguiente: “Los estado financieros se elaboran al finalizar un período contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa.”

Se elaboran con el fin de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el futuro de la organización a través de los estados de resultados, balance general y el estado de flujo de efectivo.

La información de los estados financieros, permitirá que la gerencia tome las mejores decisiones en cada área, para cambiar los resultados obtenidos.

2.8.3.1. BALANCE GENERAL

Córdoba, M. (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 264. Dice: “Balance general o estado financiero que representa a modo de fotografía, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada, revelando activos y pasivos de la empresa”.

Este balance denominado también Estado de Situación Financiera, se elabora para determinar las condiciones económicas permanentes de la empresa.

2.8.3.2. ESTADO DE RESULTADOS

Bravo, M. (2009). Contabilidad General. Pág. 147. Manifiesta: “Denominado también estado de situación económica, estado de rentas y gastos, etc., se elabora al finalizar el

período contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa.”

Se lo realiza con el objetivo de determinar la situación económica de la empresa, es decir conocer si obtuvo ganancias o pérdidas.

2.8.3.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Zapata, P. (2008). Contabilidad General. Pág. 423. Manifiesta: “El estado de flujo de efectivo es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operaciones, inversión y financiamiento los conceptos de entradas y salidas de recursos monetarios efectuados durante un periodo”

Este estado financiero sirve para evaluar y determinar la situación de la empresa en lo referente a liquidez y solvencia. Además permite conocer la habilidad de la empresa para generar efectivo y determinar las necesidades de la organización de efectivo para cubrir las obligaciones obtenidas.

2.9. ADMINISTRACIÓN

2.9.1. CONCEPTO

Anzola, S. (2007). Administración de Pequeñas Empresas. Pág. 70. Define a la administración: “Consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como la planeación, organización, dirección y control.”

La administración es un proceso, que permite planear, organizar, dirigir y controlar las actividades del talento humano, los recursos materiales, económicos, financieros y tecnológicos para alcanzar los objetivos y metas para la organización.

En la actualidad la administración se encuentra en todas las actividades humanas, enfocadas en emprender un negocio, para ello coordinan el esfuerzo de un grupo de personas, en la obtención de los objetivos, empleando los diferentes recursos con que cuenta la organización y el proceso administrativo.

La administración se aplica a todas las organizaciones sean grandes o pequeñas, todas con el mismo fin producir un producto o prestar algún servicio, generar utilidades, lograr productividad y posicionarse en el mercado.

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, aplica la administración para planear, organizar, integrar, dirigir y controlar, todas las actividades encaminadas a producir, elaborar la pulpa y la comercialización del producto final, con el fin de utilizar adecuadamente todos los recursos disponibles y obtener una rentabilidad.

2.9.2. IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

La administración es importante debido a que se aplica donde quiera que exista un organismo social. El éxito o fracaso de una organización depende directa e indirectamente de su buena administración, a través de los elementos que la conforman, siempre y cuando sean utilizados adecuadamente.

Las organizaciones que persiguen un mismo fin compiten entre sí en busca de un beneficio económico, posicionamiento y reconocimiento en el mercado, es ahí donde se evidencia que tan buena administración se está efectuando, ya que es capaz de sobrevivir en un mercado cambiante,

de ahí la necesidad de tomar decisiones que permitan ser eficientes y eficaces.

La administración representa una herramienta vital en todos los ámbitos de la vida moderna, ya que a medida que las sociedades crecen y adquieren mayor complejidad, se hace más evidente la necesidad de organizarse.

2.9.3. ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN

Los elementos de la administración son los siguientes:

2.9.3.1. PLANIFICACIÓN

Anzola, S. (2007). Administración de Pequeñas Empresas. Pág. 83. Dice: “La planeación implica que el pequeño empresario debe planear sus objetivos con orden y sentido común. Se basa primordialmente en un plan o método, y no en una corazonada. Para planear hoy lo que se tienen que hacer mañana”.

La planeación es una fase de vital importancia del proceso administrativo, ya que el trabajo de las personas está determinado por esta etapa. Es la proyección impresa de la acción, toma en cuenta información del pasado de la empresa y de su entorno, lo cual permite organizarla, dirigirla y medir su desempeño total y el de sus miembros, a través de controles que comparan lo planeado con lo realizado.

Esta planeación servirá para alcanzar los objetivos mediante las políticas, normas, procedimiento, programas y presupuestos, logrando un buen funcionamiento de la empresa.

La planeación permitirá formular las actividades que una organización deberá realizar en determinado tiempo, estas estarán en función de los planes a corto y largo plazo así se obtendrá los mejores resultados.

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, aplicará la planeación en todas sus etapas, efectuará planes para producir, procesar y comercializar el producto final. Además estimará la cantidad de personas que van a trabajar, el nivel de ventas que se espera obtener y las utilidades para cada año, para luego hacer una análisis de los planificado y lo alcanzado.

2.9.3.2. ORGANIZACIÓN

Anzola, S. (2007). Administración de Pequeñas Empresas. Pág. 109. Manifiesta: “La organización es coordinar todas la actividades o trabajos que se realizan en la misma para alcanzar los objetivos propuestos en la planeación; en si lo que se busca es que todas las partes de la empresa como la producción, ventas, finanzas compras, etc., unan sus esfuerzos para alcanzar los objetivos”.

En la empresa se debe coordinar todas las tareas y esfuerzos, que el personal debe realizar para lograr los objetivos formulados en la planificación, aquí deben intervenir las etapas de la organización como es la producción, industrialización, comercialización, para lograr cumplir con éxito todo lo propuesto.

Toda organización debe funcionar como un sistema integrado e interrelacionado, para actuar como un todo que permita alcanzar lo planificado.

Es un proceso encaminado a obtener un fin y lograr buenos resultados para la organización, para lo cual debe aplicar lo planificado, utilizar adecuadamente los recursos y asignar las funciones necesarias al personal, en cada etapa de la empresa.

La organización es un elemento fundamental para la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, determinará las actividades que van a ser ejecutadas por el personal, es decir, distribuir

el trabajo y coordinar las tareas en la producción, verificar el procesamiento y establecer la forma de entrega del producto para llegar al cliente.

2.9.3.3. INTEGRACIÓN

Hernández, S. y Rodríguez. (2008), Administración Teoría, Proceso, Áreas Funcionales y Estrategias para la Competitividad. Pág. 134. Dice: “Es la acción de involucramiento de los recursos humanos de la empresa organización a sus objetivos, misión, visión y valores para obtener su plena identidad con la organización”.

Este elemento permitirá una integración de los recursos humanos entre sí y con cada una de las actividades de la empresa, así mismo con sus propósitos, de esta manera se logrará un dinamismo y un ambiente organizacional adecuado.

La integración se hará más evidente cuando la empresa requerirá contratar personal, para las diferentes áreas como: producción, industrialización y comercialización, una vez elegida la persona que cumpla con un perfil determinado, se involucrará al nuevo miembro con la organización.

2.9.3.4. DIRECCIÓN

Anzola, S. (2007). Administración de Pequeñas Empresas. Expresa: “La dirección es la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para lograr los objetivos de la empresa, al mismo tiempo se establecen relaciones duraderas entre los empleados y la empresa, implica el logro de objetivos con y por medio de personas.”

Es la acción de conducción de la organización y sus miembros hacia las metas, conforme a las estrategias, el liderazgo adecuado y los sistemas de comunicación y motivación requeridos por la situación o nivel de desempeño para las personas que integran la empresa. Se trata de guiar

en todos los procesos productivos de la organización con el fin de cumplir con los objetivos propuestos y alcanzar el éxito organizacional.

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, empleará este elemento del proceso administrativo, para comunicar al personal las actividades que debe ejecutar con una comunicación clara y motivándole a cumplir con todos los objetivos planificados, esto permitirá crear un ambiente adecuado para la organización y el éxito de la misma.

2.9.3.5.CONTROL

Coulter, R. (2010). Administración. Pág. 399 Dice: “El control es el proceso de monitoreo, comparación y corrección del desempeño laboral. Todos los gerentes deberían controlar, aun cuando piensen que sus unidades están trabajando según lo planeado. Los controles efectivos garantizan que las tareas se completen de tal manera que se logren los objetivos”

Es la acción administrativa técnica de evaluar los resultados de una empresa o institución conforme a lo planeado y a los elementos de medición (indicadores o estándares), para determinar el estado de desempeño y la acción correctiva correspondiente. Este control debe efectuarse en todos los procesos de la empresa como son la producción, industrialización y comercialización para determinar a tiempo cuales son los posibles errores y tratar de solucionarlos.

2.10.MARKETING

2.10.1. CONCEPTO

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). Principios de Marketing. Pág. 6. Manifiesta: "Marketing es el proceso por el que las empresas crean valor para los clientes y construyen fuerte

relaciones con ellos con el propósito de obtener, a cambio, valor procedente de dichos clientes."

Este es un proceso social y administrativo mediante el cual las personas y los grupos obtienen aquello que necesitan y desean, para cubrir alguna necesidad a un precio determinado.

Una vez determinada las necesidades y deseos de los clientes, se ofrecerá un producto que las logre satisfacer de forma eficaz y eficiente, generando así bienestar individual y colectivo.

El marketing ayudará a la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, a ofrecer un producto accesible, de calidad y competitivo, para ello se utiliza los diferentes medios de comunicación, los canales de comercialización más idóneos, logrando satisfacer una necesidad, mejorar los niveles de venta y obtener una rentabilidad acorde con la calidad del producto. Además permite el posicionamiento de la fruta en el mercado.

2.10.2. PRODUCTO

Águeda, E; Consuegra, D; y Millán, A. (2008). Introducción al Marketing. Pág. 103. Dice: "El producto es un conjunto de atributos tangibles que el consumidor puede adquirir a cambio de una compensación monetaria."

Todo bien tangible o intangible que ofrece una empresa y los competidores a un conjunto de clientes o consumidores de un mercado meta, para satisfacer las necesidades y deseos.

El producto que se va a ofertar es el arazá mismo que será producido orgánicamente, higiénicamente empacado y de fácil uso para el consumidor.

2.10.3. OFERTA

Jácome, W. (2005). Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyecto Productivos y de Inversión. Dice: “La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituyen la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda.”

La cantidad de bienes y servicios que son ofrecidos en el mercado a un precio determinado, está representada por los vendedores y conforman la oferta.

La oferta de un producto nuevo demanda de un gran esfuerzo, puesto que existen productos que satisfacen la misma necesidad y los clientes acostumbrados a estos hábitos de consumo los prefieren y se muestran inseguros en la compra de nuevos productos.

2.10.4. DEMANDA

Jácome, W. (2005). Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyecto Productivos y de Inversión. Pág. 101. Expresa: “La demanda es la función más importante que se necesita analizar, porque establece quienes van hacer los posibles demandantes del producto o servicio.”

Como demanda se considera la capacidad de adquirir bienes o servicios a un determinado precio y la cantidad necesaria, para satisfacer sus necesidades, esta demanda depende de los ingresos que posee la persona.

2.10.5. COMPETENCIA

Krugman, P. y Wells, R. (2007). Introducción a la Economía: Microeconomía. Pág. 206. Manifiesta: “La competencia es un

mercado perfectamente competitivo, todos los participantes del mercado tanto consumidores como productores, precio-aceptantes. Se asocia, con frecuencia, a la idea de rivalidad u oposición entre dos o más sujetos para el logro de un objetivo, como la utilidad personal o la ganancia económica privada”

Esta competencia permite determinar los precios y las cantidades que se ofrece en el mercado, existiendo así una rivalidad entre uno o más sujetos, que buscan alcanzar un objetivo determinado, para satisfacer las necesidades de las personas y obtener algún tipo de utilidad.

2.10.6. PRECIO

Águeda, E; Consuegra, D; y Millán, A. (2002). Introducción al Marketing. Pág. 119. Dice: “Es la cantidad de dinero que se entrega a cambio de la obtención de un producto. El precio también es unos de los elementos más flexibles”.

La determinación correcta del precio de venta es el éxito o fracaso del producto o servicio, para lo cual se debe considerar los costos, gastos administrativos de la empresa y el margen de utilidad que se requiera alcanzar, también los precios de la competencia de los productos similares o sustitutos.

El precio está determinado en base a la competencia, ya que cubra todos los costos y gastos de producción, industrialización y comercialización de la fruta.

2.10.7. PUNTO DE VENTA

La empresa debe elegir los mejores y correctos canales de distribución, incluido la logística óptima, para que el producto o servicio llegue a todos los lugares y sea conocido por los clientes o consumidores.

Se planea tener un punto de venta en Ibarra para la venta directa e indirecta de la pulpa de arazá.

2.10.8. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Los productos o servicios deben contar con una marca, logotipo, etiqueta, que permita dar a conocer las características, ventajas y beneficios de los mismos, utilizando los medios publicitarios que lo presente en forma atractiva y llamativa para las personas llegar a un mercado determinado.

Para dar a conocer el producto, se utiliza diferentes estrategias como: degustaciones en las zonas de mayor afluencia, promociones, y la publicidad en medios de comunicación.

2.10.9. PLAN DE VENTAS

Para lograr el posicionamiento de un producto o servicio, la empresa debe contar con estrategias escritas en planes, programas y presupuestos con metas a corto y largo plazo, con la venta de los productos o servicios la empresa podrá conocer sus posibles ingresos, considerando diferentes escenarios como óptimo, normal o pésimo, con esta información podrá realizar los estados financieros proforma y conocer los riesgos, recuperación de la inversión y la rentabilidad que se desea alcanzar.

2.11.EVALUACIÓN FINANCIERA

Tiene como objetivos calcular, estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará en la organización.

2.11.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Córdoba, M. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 364. Expresa: “VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperada la inversión.”

Representa la rentabilidad en términos de dinero con el poder adquisitivo presente, el mismo que nos permite observar si la inversión es rentable o no.

Se obtiene con la siguiente fórmula:

$$VAN = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum FC / (1 + i)^n$$

FC= Flujos de caja

i = Tasa de descuento

n = Tiempo de vida útil del proyecto

VAN Positivo existe rentabilidad

VAN Negativo inversión no rentable

2.11.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Baca, G. (2006). Evaluación de Proyectos. Pág. 224. Expresa: “TIR es la tasa de descuento por la cual VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + \frac{Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts = Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo

VAN= Valor negativo

2.11.3. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Córdoba, M. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 369. Manifiesta: “Razón beneficio costo también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Si la razón beneficio costos es mayor que 1 acepte el proyecto.”

Esta medida permite calificar el retorno de los ingresos en función de los egresos, para lo cual utilizamos los ingresos y egresos proyectos en los flujos de caja.

En el beneficio costo se considera lo siguiente:

BC > 1 Adecuado

BC < 1 No es atractiva la inversión

BC = 1 No es aceptable equivale a no haber hecho nada.

La fórmula es:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{Egresos}/(1+i)^n}$$

2.11.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Baca, G. (2006). Evaluación de Proyectos. Pág. 180. Dice lo siguiente: “Punto de equilibrio es una técnica para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios.

Se considera de gran utilidad ya que permite, calcular con facilidad el punto mínimo de producción, que la empresa aspira para no tener pérdidas, donde el volumen de ventas, es decir los ingresos totales son iguales a los costos totales y se determina que la organización ni gana ni pierde.

Se obtiene de la siguiente manera:

$$P.E.Dólares = \frac{CostoFijoTotal}{1 - \frac{CostoVariable}{Ventas}}$$

$$P.E.Unidades = \frac{CostoFijoTotal}{PVu - CVu}$$

El punto de equilibrio apoya el pronóstico del volumen de ventas, lo que permite determinar la cobertura de los costos totales y favorece los diagnósticos de los resultados financieros durante un período de operación. Además determina la cantidad mínima de producción.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. EL PRODUCTO EN EL MERCADO

La finalidad de este proyecto es mostrar la posibilidad de procesar el arazá y dar a conocer esta fruta tropical que se produce en nuestro país ya que es poco consumida, dándole un valor agregado como es procesarla en pulpa.

El producto final para la comercialización es la pulpa de arazá en kilos.

3.1.1. PRODUCTOS SUSTITUTOS

El producto a comercializar como muchos otros que ingresan al mercado compite con otros frutales de naturaleza estacional y permanente como los cítricos de la costa y frutales andinos, de los cuales también se puede obtener subproductos semejantes, pero no con las características físicas y químicas que posee el arazá.

Los productos que se pueden tomar en cuenta como sustitutos son: frutas tropicales, jugos, yogurt, agua, te, etc.

3.1.2. PRODUCTO FRESCO

Tomando en cuenta la investigación realizada existe una gran preferencia de fruta en forma natural, pero es insatisfactorio con el tiempo de duración puesto que el arazá es muy susceptible a sufrir daños por el manipuleo y transporte, especialmente cuando está madura; es por ello que existiría las posibilidades de industrialización presentaría una gran ventaja en los mercados locales.

3.1.2.1. ÍNDICE DE MADUREZ

Durante la maduración del fruto se presentan cambios en el color y se da el desarrollo del sabor y aroma característicos; el fruto al final de la segunda etapa exhibe una tonalidad verde mate, la cual se transforma hasta llegar a un color amarillo en el estado tres. Igualmente, la pulpa vira de un color hueso o marfil (estado dos) a un color amarillo (estado tres). El cambio en color es resultado de la degradación de la clorofila y el desenmascaramiento de los carotinoides

ESCALA DE COLOR DEL FRUTO DE ARAZÁ DURANTE SU DESARROLLO Y MADURACIÓN.

GRADO DE COLOR	ESTADO	COLOR	DESCRIPCIÓN
1 	Inmaduro	Verde	Color verde oscuro, leve modificación a tonalidad mate
2 	Verde maduro	Verde mates	Color verde claro, el fruto no presenta brillo
3 	Pintón	Verde amarillo	– Color verde con 10-25% de color amarillo
4 	Pintón $\frac{3}{4}$	Verde amarillo	– Color amarillo en más del 50% del fruto

GRADO DE COLOR	ESTADO	COLOR	DESCRIPCIÓN
<p>5</p> 	Maduro	Amarillo	Color amarillo en el 100% de la superficie el fruto
<p>6</p> 	Sobre maduro	Amarillo oro	Color amarillo oscuro. Fruto blando.

CUADRO No. 2

Fuente: Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas Sinchi 2006

Elaborado por: Las Autoras

Se recomienda la cosecha del fruto cuando la tonalidad del epicarpio cambie de verde intenso a verde claro sin brillo y se haya alcanzado el máximo tamaño; para este momento la firmeza y los SST (sólidos solubles totales) estarán alrededor de 40 Newtons y 5% respectivamente.

3.1.2.2. TAMAÑO Y PESO

Según las investigaciones realizadas por expertos el arazá tiene un diámetro de 8 a 12 cm, pesa en promedio de 200 a 420 g y en algunos casos 800 g correspondiendo a la pulpa el 71% de peso

3.1.3. PRODUCTO PROCESADO

Como producto que se ofertara al mercado luego de un proceso se obtiene la pulpa de arazá

3.1.3.1. PULPA DE ARAZÁ

La pulpa es un producto intermedio, no adecuado para ser ingerido, elaborada a base de frutos frescos, sanos, maduros, limpios, desinfectados y seleccionados para someterlos al refinamiento y obtener una masa consistente de puré, que puede tener trozos o piezas enteras; debe conservarse empacada higiénicamente y congelada a una temperatura de (-18° a 22°C) se utiliza para elaborar jugos, mermelada, jaleas, bebidas y rellenos.

La pulpa de arazá no contiene agua, ni azúcar, ni preservativos (diferentes a los propios de la fruta) y será higiénicamente empacada al vacío y por ser cultivada orgánicamente, presenta marcadamente la fragancia y el sabor de la fruta.

3.1.3.2. PESO Y PRESENTACIÓN

La pulpa de arazá será empacado en fundas de polipropileno en presentación de un kilogramo para garantizar las propiedades de sabor y aroma del producto; y de color transparente la fruta, para mayor apreciación del producto por parte del cliente.

3.2. MERCADO LOCAL

Para realizar el análisis del mercado, se ha considerado las cafeterías, restaurantes que expenden pulpa de frutas, que tienen los debidos permisos de funcionamiento y el consumidor final del cantón Ibarra de la zona urbana.

El arazá es una fruta que se comercializa en forma natural actualmente, pero que puede ser procesada para obtener otros productos, será producida en la Zona de Lita, del Cantón Ibarra de la Provincia de

Imbabura y con una cobertura a nivel de la provincia, específicamente la ciudad de Ibarra.

Se considera que el mercado total se conforma de varios segmentos más pequeños, con este enfoque se determina la estrategia de segmentación del mercado, en el cual uno o más segmentos se eligen como el mercado meta, en este caso las cafeterías, restaurantes y el consumidor final del cantón Ibarra de la Provincia de Imbabura, conforman el mercado al cual se dirige la fruta.

3.2.1. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA PRODUCCIÓN, INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARAZÁ

La producción e industrialización de arazá se realizará en la zona de Lita, ya que es el lugar más idóneo para su cultivo, porque cuenta con un clima trópico húmedo y la gente tiene gran conocimiento en esta fruta.

La comercialización se efectuará en la ciudad de Ibarra, a las cafeterías, restaurantes y cuenta con un local propio para la distribución de la pulpa de arazá, para los posibles consumidores ibarreños de la zona urbana, esto permite que la población conozcan los beneficios nutricionales de la fruta y poder aportar en la alimentación de los mismos.

3.2.2. ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Para determinar quiénes son los oferentes y los demandantes de la fruta, se utiliza las encuestas realizadas en el diagnóstico, en base a los datos obtenidos se podrá enfocar los compradores y vendedores.

3.2.3. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

En el Ecuador no existen datos estadísticos, acerca de la producción y comercialización de Arazá, porque este tipo de cultivo es considerado aún como informal.

En la Provincia de Imbabura, en la zona de Lita se produce y comercializa el Arazá en pequeñas cantidades, existiendo 20 productores con extensiones de tierra cultivadas entre media y una hectárea.

En este caso por no existir datos de la fruta, se consideran a los productos sustitutos o similares que satisfacen la misma necesidad, como la oferta, entre estos frutos se encuentra la piña, papaya, guanábana y maracuyá que tienen las mismas características.

3.2.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta futura de consumo de Arazá, se utiliza como base el estudio de mercado, el mismo que permite tener una idea clara, sobre las tendencias de comportamiento de los consumidores a futuro.

OFERTA DE ARAZÁ EN KILOGRAMOS

AÑO	HA	No. DE PLANTAS	PRODUCCIÓN EN KILOS	MESES	TOTAL KILOS	-20% POR EL PROCESO	PRODUCCIÓN PARA LA VENTA
2012	Producción Comprada				68.000	13.600	54.400
2013	Producción Comprada				75.200	15.040	60.160
2014	1	1,000	10.5	8	84.000	16.800	67.200
2015	1	1,000	11.5	8	92.000	18.400	73.600
2016	1	1,000	12.5	8	100.000	20.000	80.000

CUADRO No. 3

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

Para los dos primeros años se establece la compra de la fruta a los productores de Lita, con el fin de ofrecer el producto a partir de los primeros meses, para ello se determinó la producción de la zona, y la cantidad que la empresa piensa adquirir para satisfacer la necesidad de los consumidores.

En la proyección de la oferta se utilizó las respuestas de las encuestas efectuadas a los productores de arazá de la zona Lita, donde en una hectárea se cultivarán 1,000 plantas, tomando en cuenta la cosecha de ocho meses productivos, además se considera un 20% que no será para la venta, debido al proceso de pulpa y al manipuleo de la fruta.

Se considera que la producción será orgánica para ofrecer al mercado un producto de calidad y a un precio accesible para los consumidores con el fin de lograr un espacio en el mercado. La fruta puede brindar otro tipo de productos como: mermelada, jalea, néctar, entre otros.

3.2.5. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Por medio de las encuestas realizadas a las cafeterías y restaurantes, y a la población económicamente activa de Ibarra de la zona Urbana, se determina la cantidad de fruta en kilos que será demandado.

3.2.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA DE ARAZÁ EN KILOGRAMOS

DEMANDA DE FAMILIAS	DEMANDA DE CAFETRIAS Y RESTAURANTES	DEMANDA MENSUAL	DEMANDA ANUAL
4,414	100	4,514	54,168

CUADRO No. 4

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo a las encuestas realizadas se determina que existen 12,260 familias aproximadamente en la zona urbana de Ibarra, la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá piensa satisfacer la necesidad y cubrirá el mercado en un 36%, estableciendo una demanda de un kilo por mes. También se considera a las cafeterías y restaurantes.

DEMANDA DE PULPA DE ARAZÁ EN KILOGRAMOS

AÑO	CONSUMO FUTURO
2012	54,168
2013	59,585
2014	65,543
2015	72,098
2016	79,307

CUADRO No. 5

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

La demanda futura se establece un incremento del 10% para cada año, considerando las dos opciones de compra, es decir consumidor final, las cafeterías y restaurantes de la ciudad de Ibarra y utilizando las diferentes estrategias de marketing para lograr este objetivo de crecimiento en las ventas.

3.2.7. ESTUDIO DE LA DEMANDA A SATISFACER

BALANCE OFERTA - DEMANDA DE PULPA DE ARAZÁ EN KILOGRAMOS

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA A SATISFACER
2012	54,168	48,200	-5,968
2013	59,585	53,020	-6,565
2014	65,543	57,600	-7,943
2015	72,098	64,000	-8,098
2016	79,307	70,400	-8,907

CUADRO No. 6

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado se puede determinar que se presenta una buena oportunidad para producir, industrializar y comercializar el arazá, ya que la demanda es superior a la oferta. Cabe recalcar que los consumidores tienen gustos diferentes y les llama la atención los nuevos productos que se ofertan en el mercado. Además en la actualidad las personas buscan productos fáciles de consumir, sin perder tiempo debido a las diferentes actividades que realizan y desean ahorrar tiempo.

3.3. PRECIO

El precio de la pulpa de mora, guanábana, piña y otras frutas en la provincia de Imbabura, se encuentra entre 2,55 dólares la presentación de 450 gramos, por ello la pulpa de arazá se determina en base a los costos que se incurren más un porcentaje de utilidad que la empresa quiere obtener del 20%. Es uno de los elementos importantes considerado en la estrategia de comercialización.

LISTA DE PRECIOS

<i>Productos</i>	<i>Presentación</i>	<i>Precio en planta*US\$</i>
Pulpa de arazá	1kg	2,19
Pulpa de guayaba	1kg	2,13
Pulpa de borojó	1kg	2,95
Pulpa de cocona	1kg	2,22
Pulpa de piña	500 gr	2,55
Pulpa de mora	450 gr	1,97
Pulpa de tamarindo	250 gr	2,03
Pulpa de guanábana	500gr	2,40

CUADRO No. 7

Fuente: La Gamboina *Planta en el Coca, provincia de Orellana. Bolsa Amazonia

El precio de venta debe cubrir el costo de producción, los gastos administrativos, gastos de venta, los gastos financieros y la utilidad que desee obtener la empresa. Para determinar el precio, además de lo expresado se debe tomar en cuenta la oferta y demanda de productos similares o sustitutos, el precio de la competencia, el tipo de clientes y la necesidad que se va a satisfacer.

El establecer el precio es importante, ya que influye directamente en los consumidores para la adquisición de la fruta, considerando que buscan calidad antes que precio o que esta variable es decisiva para la compra.

En la zona de Lita el precio de la fruta es por cada kilo se cobra un dólar, valor determinado por los productores en base a la experiencia que tienen y para que los pobladores y turistas puedan adquirir algunas cantidades.

3.4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de la pulpa de arazá, busca posicionarse en el mercado ofreciendo un producto de calidad y nutritivo, con el fin obtener los mayores ingresos posibles, por ende mayores utilidades mediante la utilización de diferentes estrategias de venta.

En el caso de los productos agropecuarios la comercialización, consiste en llevar los productos desde el lugar de siembra hasta el consumidor, utilizando este medio los productores reciben directamente el dinero por la venta y las utilidades, es decir se efectuó una distribución directa, dentro de este proceso se debe realizar una serie de pasos para elegir la fruta de mejor estado, es decir, acopio, transporte, selección, limpieza, tipificación, almacenaje, empaque y distribución para que la fruta pueda ser consumida.

La comercialización del Arazá es de forma directa, es decir el productor vende la fruta a los consumidores sin la necesidad de intermediarios, por lo que las utilidades que se obtienen son considerablemente buenas.

La comercialización del Arazá se realizará utilizando diferentes agentes principales: productor, intermediarios locales, intermediarios mayoristas, vendedores de frutas de los mercados de la provincia y el consumidor final.

3.4.1. PRODUCTOR

En este caso el productor es la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá de Lita, quien ofrece directamente el producto al consumidor y a los intermediarios

3.4.2. CONSUMIDOR FINAL

El consumidor final es la población económicamente activa de Ibarra de la zona urbana, quien adquiere el producto para su consumo y busca las formas de comprar en el lugar que prefiera sea directamente al productor o mediante intermediarios. La empresa para llegar al consumidor puede utilizar diferentes vías de comercialización.

Los precios varían de acuerdo a la vía de adquisición de la fruta, es decir si es de productor y consumidor el precio se obtiene un porcentaje de utilidades, pero con los intermediarios el precio puede aumentar.

3.5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.5.1. La empresa cuenta con un slogan y un logotipo llamativo a la vista del cliente

- 3.5.2.** Entregar muestras gratis en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad de Ibarra, donde exista mayor afluencia de personas y en locales donde se comercializa el producto como cafeterías, restaurantes, tiendas, etc.

- 3.5.3.** Se creará una página web para dar a conocer la empresa y el producto que se ofrece.

- 3.5.4.** Los posibles clientes podrán adquirir la pulpa de fruta en un local que estará dentro del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra.

- 3.5.5.** La pulpa de Fruta se dará a conocer en los diferentes puntos de venta, por medio de degustaciones y las impulsadoras de ventas que la empresa contratará. Además se entregara afiches y folletos donde se destacará la marca y la información nutricional del producto.

3.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

La pulpa de arazá de acuerdo al estudio de mercado realizado, determina que este producto si tendrá aceptación en la zona urbana de Ibarra, en las cafeterías, restaurantes y consumidores finales. Para ello la empresa debe ofrecer este producto con los estándares de calidad y a un precio accesible.

Además será la primera empresa en producir, industrializar y comercializar el arazá en el cantón Ibarra, es una gran oportunidad que tiene este producto para poder competir en el mercado, ya que posee grandes beneficios nutricionales lo que la hace llamativa y competitiva ante otras frutas.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. LOCALIZACIÓN

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La macrolocalización establece con toda precisión el lugar geográfico donde va a desarrollarse el proyecto, tomando en cuenta las siguientes características: País, región, provincia, cantón y zona.

PROVINCIA DE IMBABURA



GRÁFICO No. 41

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

La zona cuenta con la red vial de primer orden, lo que permite comunicarse con los cantones y provincias cercanas y también con las diferentes comunidades o centros de producción como es la zona de Lita.

4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, estará ubicada en la zona de Lita a dos horas del Cantón Ibarra por la panamericana con la vía de primer orden. La zona de Lita cuenta con las siguientes características:

- Latitud:** 100787823 m. N
- Longitud:** 98090 m. O
- Altura:** 512 m.s.n.m.
- Temperatura:** 22,5° C y 23,5° C precipitación anual es de 1300 m.m. y la humedad relativa oscila entre 87% y 89%.

PARROQUIA DE LITA



GRÁFICO No. 42

Una zona rica en recursos hídricos, los principales ríos que la atraviesan es el río Lita que confluye con el río Mira en el sector denominada La Bocana. Son sus afluentes los ríos Cachaco, San Francisco y Verde.

4.1.3. OBRAS DE INFRAESTRUCTURA

El sector cuenta con infraestructura básica como son: red de agua potable, red de alcantarillado, energía eléctrica y red telefónica. Además cuenta con otros servicios como centros educativos y de salud.

4.1.4. VÍAS DE ACCESO

El terreno donde se ubicará la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, cuenta con vías de primer y segundo y tercer orden que permite garantizar el transporte de las materias primas y el producto a los diferentes centros de distribución.

4.1.5. MANO DE OBRA

El personal necesario para la producción y trabajos de la planta se seleccionará e integrará de acuerdo a los requerimientos de cada actividad, previamente se efectuará una capacitación técnica, para la mano de obra calificada y no calificada para el buen funcionamiento de la empresa.

4.2. DISEÑO DE INSTALACIONES

Para el procesamiento del arazá las instalaciones deben cubrir el espacio necesario para la maquinaria, el equipo, el personal, así como también para el almacenamiento de la materia prima, el proceso de industrialización, de tal manera asegure el buen funcionamiento de las actividades en la empresa. Se debe contar con el espacio necesario que

permita la movilidad del personal en todas las áreas como es procesamiento, limpieza y mantenimiento.

En todo este proceso se debe trabajar con materiales que permitan una fácil limpieza y se pueda desinfectar sin mayor trabajo, por ser una empresa de procesamiento de fruta las paredes, pisos, techos deben tener superficies lisas, utilizar también materiales impermeables, no absorbentes, resistentes y antideslizantes.

4.2.1. ÁREA ADMINISTRATIVA

En esta área comprende la gerencia, secretaria, recepción y comercialización.

4.2.2. ÁREA DE PROCESAMIENTO

En esta área se lleva a cabo todas las actividades productivas de la empresa tales como: recepción, selección de la fruta, transformación, almacenamiento del producto terminado.

4.2.2.1. ÁREA DE RECEPCIÓN

En el área de recepción se realizará las actividades de carga y descarga de la materia prima, selección de la fruta, área de pesaje, almacenamiento de la materia prima.

4.2.2.2. ÁREA DE INDUSTRIALIZACIÓN

En esta área se efectúan tareas como: empacado de producto fresco, procesamiento de materia prima para la obtención de la pulpa y comprende las siguientes áreas:

- a. Recepción, selección y clasificación
- b. Lavado y Desinfección
- c. Enjuague
- d. Pelado
- e. Separación de cascara y semilla
- f. Despulpado
- g. Pasteurización
- h. Empacado y Sellado
- i. Enfriado
- j. Almacenamiento

4.2.3. ÁREA DE SERVICIOS

Esta área está orientada específicamente para satisfacer las necesidades individuales de todo el personal de la empresa y debe contener los siguientes aspectos: baños, vestidores, guardianía y comedores.

4.3. CAPACIDAD DE LA PLANTA

El rendimiento de la producción depende de varios factores como: suelo, fertilización, riego, clima, manejo de plagas y enfermedades. Se plantea adquirir la producción de arazá para los primeros años, con el fin de ofrecer la fruta procesada, es decir en pulpa y bajo los siguientes parámetros.

Como se menciona en el estudio de mercado la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, los dos primeros años comprará la fruta a los productores de la zona de Lita.

CAPACIDAD PROYECTADA DE LA PRODUCCIÓN DE ARAZÁ

AÑO	HA	No. DE PLANTAS	PRODUCCIÓN EN KILOS	MESES	TOTAL KILOS	-20% POR EL PROCESO	PRODUCCION PARA LA VENTA
2012	Producción Comprada				68.000	13.600	54.400
2013	Producción Comprada				75.200	15.040	60.160
2014	1	1,000	10.5	8	84,000	16,800	67,200
2015	1	1,000	11.5	8	92,000	18,400	73,600
2016	1	1,000	12.5	8	100,000	20,000	80,000

Fuente: Cuadro No. 3

Elaborado por: Las Autoras

La capacidad de la planta procesadora de pulpa de arazá se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Capacidad utilizada 50\% 1er. año} = \frac{68,000\text{kg} / \text{anual}}{8 \times 5 \text{días} \times 48 \text{semanas}} = 35,42\% \text{ kg/h}$$

$$\text{Capacidad de la planta procesadora} = \frac{100,000\text{kg} / \text{anual}}{8 \times 5 \text{días} \times 48 \text{semanas}} = 52,1\% \text{ kg/h}$$

CAPACIDAD DE LA PLANTA

Año	2012	2016
Capacidad hora	35,42	52,1
Capacidad día	283,33	416,67
Capacidad mes	1416,67	2,083.33
Capacidad año	68,000	100,000

CUADRO No. 8

Fuente: Cuadro No. 3

Elaborado por: Las Autoras

4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA PRIMA

El fruto de arazá debe cumplir con ciertas características importantes como es: sabor ácido insípido, color amarillo pálido, aroma agradable y

una consistencia viscosa espesa; con lo cual se puede ofrecer al mercado un producto de calidad.

4.4.1. PARÁMETROS DE CALIDAD DEL PRODUCTO

Su principal componente es el agua, entre un 90 a 94% y Vitaminas (A y B1); entre la que se destaca con niveles muy elevados la Vitamina C, en cuanto a los minerales tiene un elevado índice de potasio y en menor grado calcio, magnesio y fósforo; también aporta gran cantidad de carbohidratos.

Para aspectos de agro-industrialización la extracción de la pulpa de arazá es relativamente fácil. La pulpa constituye el 70% del peso del fruto fresco y tiene un rendimiento de 51 a 55% de pulpa refinada. Una vez extraída la pulpa se puede guardar en bolsas o recipientes plásticos a menos de 10° C.

4.4.2. ÍNDICES DE COSECHA APROPIADOS

La fruta de arazá tiene cuatro meses de cosecha alta en los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre; en los otros meses existe la cosecha pero en menor porcentaje. Es por ello que la empresa establece una media de ocho meses para cálculos de la oferta.

4.4.3. PORCENTAJE DE PULPA, SEMILLAS Y CÁSCARA

Durante el proceso de producción de pulpa de arazá obtendremos un porcentaje del 76% de pulpa y 24% de cascara y semilla.

4.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

La factibilidad de fabricación de pulpa de arazá depende en gran parte del proceso que se utilice, mismo que debe ser optimo para el aprovechamiento del arazá.

DIAGRAMA PARA LA ELABORACIÓN DE LA PULPA DE ARAZÁ

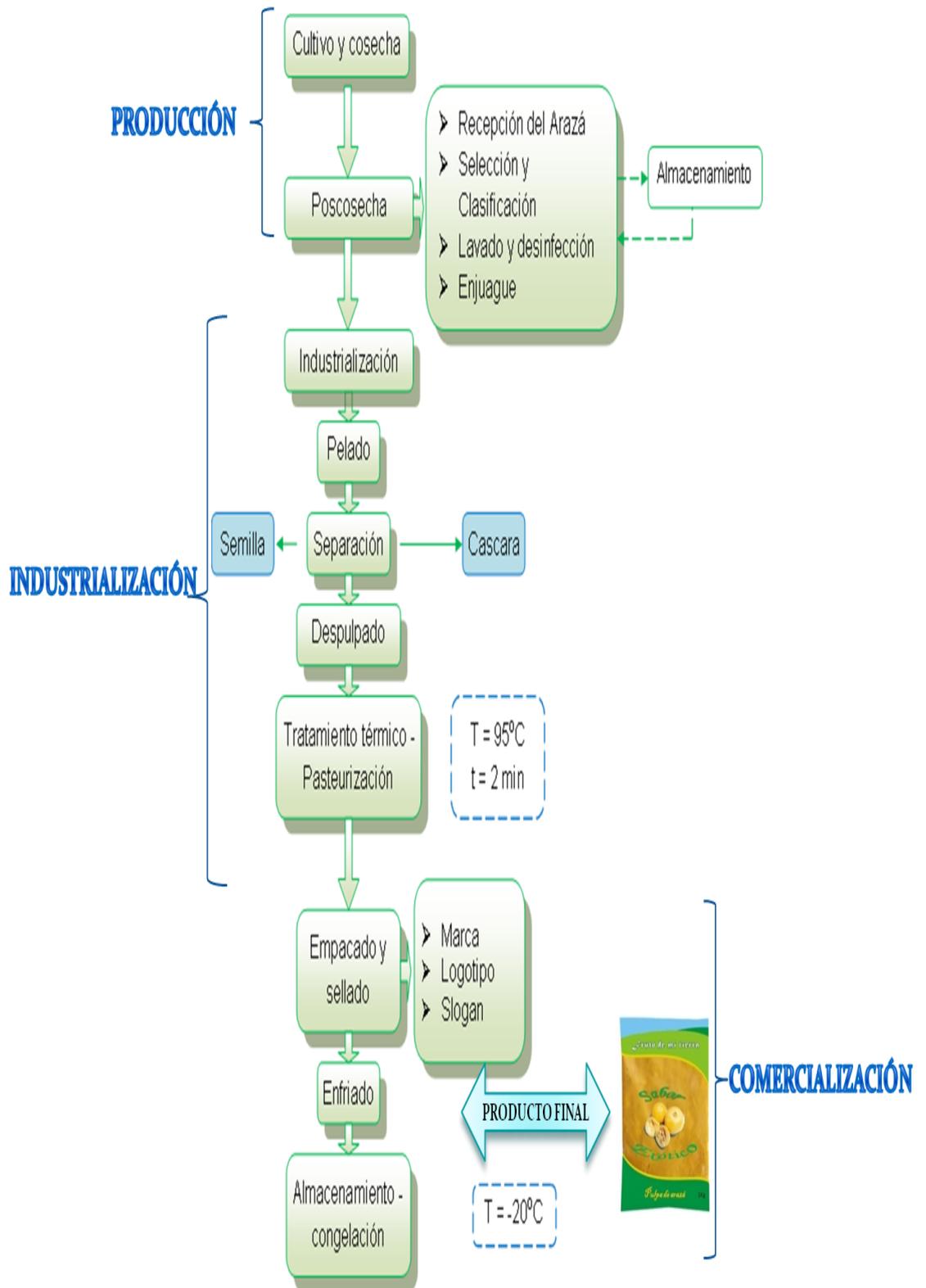


GRÁFICO No. 43

Elaborado por: Las Autoras

A continuación se describen detalladamente cada uno de los pasos a seguir durante el proceso de producción de pulpa de arazá, desde el momento de cultivo hasta el momento la obtención del producto final:

4.5.1. CULTIVO

4.5.1.1. ASPECTOS ECOLÓGICOS

El arazá alcanza su desarrollo óptimo en sectores de clima tropical, adaptándose a zonas calientes y húmedas con temperaturas que van de 20 a 26°C y precipitaciones entre 1200 y 1500 mm anuales; esta especie se adapta en suelos de buen drenaje, baja fertilidad que se encuentre a una altura de 300 a 800 m.s.n.m. Se debe escoger, aéreas planas o inclinadas, de fácil acceso.

4.5.1.2. MANEJO DEL CULTIVO

El arazá es una variedad de cierta rusticidad, adaptada a las condiciones adversas de clima cálido, responde favorablemente a cualquier tratamiento en el campo, es importante ofrecer a la especie todo aquello que necesite para expresar satisfactoriamente su potencial como ocurre con diversas especies frutales.

En el arazá, a pesar de tener poca información sobre el manejo más adecuado de la especie, es posible su producción teniendo en cuenta lo siguiente:

4.5.1.3. PROPAGACIÓN Y MANEJO DEL VIVERO

Para iniciar un buen cultivo de arazá es necesario promover su propagación mediante un vivero, en el cual germinaran las semillas previamente seleccionadas y se encuentren en un buen estado

fitosanitario. Brindándoles los cuidados necesario durante 6 meses para luego ser plantadas en un área adecuada.

4.5.1.4.PREPARACIÓN DEL TERRENO Y TRASPLANTE

Una vez seleccionada el área se procede a la preparación del terreno que consiste en efectuar: labores de roza para mantener libre el terreno de malezas, trazado para determinar el lugar donde se harán los hoyos para el trasplante mismos que se harán ocho días antes de la siembra para que el sol y las aves puedan eliminar insectos, huevos larvas y patógenos que puedan existir en el suelo, por último se procede a la siembra de cada planta en cada hoyo empleando los procedimientos necesarios

Terminado el trasplante vasta esperan que las plantas empiecen un normal desarrollo para ello es necesario mantener controles permanentes de maleza y fitosanitarios.

4.5.1.5. PLAGAS, ENFERMEDADES Y DAÑOS FISIOLÓGICOS

El arazá presenta mayor defensa a plagas, enfermedades y daños fisiológicos en cultivo consorciado. Sin embargo debido a cambios bruscos de temperaturas puede presentar enfermedades y aparecimiento de plagas que deben ser prevenidas a tiempo mediante cuidados diarios y controles periódicos que permitan verificar el estado de la planta.

4.5.2. COSECHA DE ARAZÁ

Los árboles de arazá empiezan a producir a partir de un año y medio a dos años de haber sido establecidos en el campo, aproximadamente entre 70 a 80 días después de la aparición de la flor, empieza la cosecha de frutos maduros, es decir cuando han alcanzado

peso y tamaño suficiente. A pesar de que el arazá produce durante todo el año, existen etapas de alta y de baja producción, debido a factores climáticos; durante las épocas de menor precipitación, es cuando existe menor producción de frutos.

La recolección de la fruta debe hacerse manualmente, sin que la planta sufra ningún daño y colocando en cestos de fibra o en canastas plásticas, esta actividad debe realizársela de preferencia por la mañana, evitando las horas más calurosas del día ya que éstas, ligadas a la manipulación y delicadeza de los frutos, favorecen el proceso de deterioro de los mismos.

El uso o procesamiento de frutos pintones no es aconsejable, éstos muestran un menor beneficio de pulpa que los frutos maduros, ya que no han logrado la acumulación de agua y compuestos básicos, pues no se ha completado la maduración fisiológica. La pulpa de frutos pintones es de color amarillo pálido, con un aroma no desarrollado completamente, dando como resultado un producto no muy agradable.

4.5.3. MANEJO DE POSCOSECHA

Debido a que el fruto de arazá es bastante delicado y que se ablandan con facilidad, se requiere que sea procesado (transformación en pulpa) lo más rápido posible, para luego almacenarla congelada o refrigerada hasta su comercialización o la obtención de otros productos como: mermeladas, néctares, jugos, licores, etc.

4.5.3.1. RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA

Los frutos de arazá maduros luego de ser cosechados, se reciben en la planta de procesamiento donde son inspeccionados visualmente para verificar su estado.

La fruta que es admitida se pesa y coloca cuidadosamente en gavetas para la siguiente etapa del proceso.

4.5.3.2. SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN

La fruta destinada a la elaboración de pulpas es seleccionada de acuerdo a criterios de higiene valiéndose de los sentidos sensoriales de los operadores determinando color, olor y textura, además de la ausencia de daños mecánicos y por insectos.

La fruta seleccionada es clasificada, el objetivo es apartar la fruta lista para el proceso de aquella que no cumple la madurez fisiológica, la cual es almacenada en un ambiente que permita acelerar o retardar la maduración según convenga a la producción.

4.5.3.3. LAVADO Y DESINFECCIÓN

El lavado se lo realizara por aspersión de agua potable a presión para eliminar cualquier elemento extraño de la superficie de la fruta

Para desinfectar los frutos se usara el método de inmersión para la reducción de carga microbiana de la superficie, colocándolos en cestos que se sumergen dentro de una tina de lavado que contiene la solución desinfectante

4.5.3.4. ENJUAGUE

Luego que la fruta es desinfectad, se enjuaga por medio de aspersión de agua potable para eliminar residuo de cloro u otras sustancias.

4.5.4. INDUSTRIALIZACIÓN

La industrialización del arazá permitirá que se logre aprovechar las calidades organolépticas y nutritivas en la obtención de diferentes productos.

4.5.4.1. PELADO

Se realiza de forma manual, debido a lo delicado de la fruta y a su delgada cascara.

4.5.4.2. SEPARACIÓN

Luego del pelado la fruta se procede a separa las semillas y cascara, este proceso facilita las operaciones de despulpado, quienes ejecuten estas labores deben usar guantes para reducir el riesgo de contaminación.

4.5.4.3. DESPULPADO

El despulpado se lleva a cabo en una despulpadora la cual facilita la operación y a la vez que hace un proceso de blanqueamiento el que permite eliminar residuos de germicidas y estabilizar coloración de la pulpa, esta actividad debe hacerse de preferencia en un solo equipo con una malla de entre 0.6 a 0.8mm.

En la pulpa ya refinada se puede agregar una solución para prevenir cambios de coloración y otra para evitar la contaminación de hongos y levaduras.

4.5.4.4. PASTEURIZACIÓN

Consiste en calentar el producto a temperaturas que provoquen la destrucción de los microorganismos patógenos, se recomienda la pasteurización con temperaturas de trabajo de 90°C durante un tiempo de retención 2 minutos para luego ser empacado.

4.5.4.5. EMPACADO Y SELLADO

La pulpa ya elaborada debe ser aislada del medio ambiente a fin de mantener sus cualidades para ello el proceso de empacado y sellado se realizara en polietileno con el peso determinado. El empaque debe estar totalmente limpio y cumplir con características como: resistencia a altas y bajas temperaturas y baja permeabilidad. Esta operación se realizara con un equipo apropiado.

El empaque contara con las siguientes características mismas que permitirán al producto tener imagen propia y posicionarse fácilmente en la mente del consumidor:

- a. **Marca.-** Permitirá al cliente conocer el producto que adquiere y saber de antemano que es un producto de calidad.
- b. **Logotipo.-** La imagen representativa será utilizada en la publicidad para que el cliente identifique con mayor facilidad el producto.
- c. **Slogan.-** Expresión que afirme y fortalezca la marca, resaltando las características y el valor del producto.

PRESENTACIÓN DE ARAZÁ



GRÁFICO No.44

Elabora por: Las Autoras

4.5.4.6. ENFRIADO

El proceso de enfriado de empaques de pulpa se realiza con agua potable fría en movimiento, para que así se logre un choque térmico preciso para una mayor reducción de carga microbiana y detenga la cocción del producto. Los empaques deben estar sellados adecuadamente para evitar una re-contaminación

4.5.4.7. ALMACENAMIENTO

Una vez cumplido el proceso necesario se coloca la pulpa en cámaras de congelación a temperaturas menores a los -20°C para su almacenamiento.

FLUJOGRAMA DE ELABORACIÓN DE PULPA DE ARAZÁ

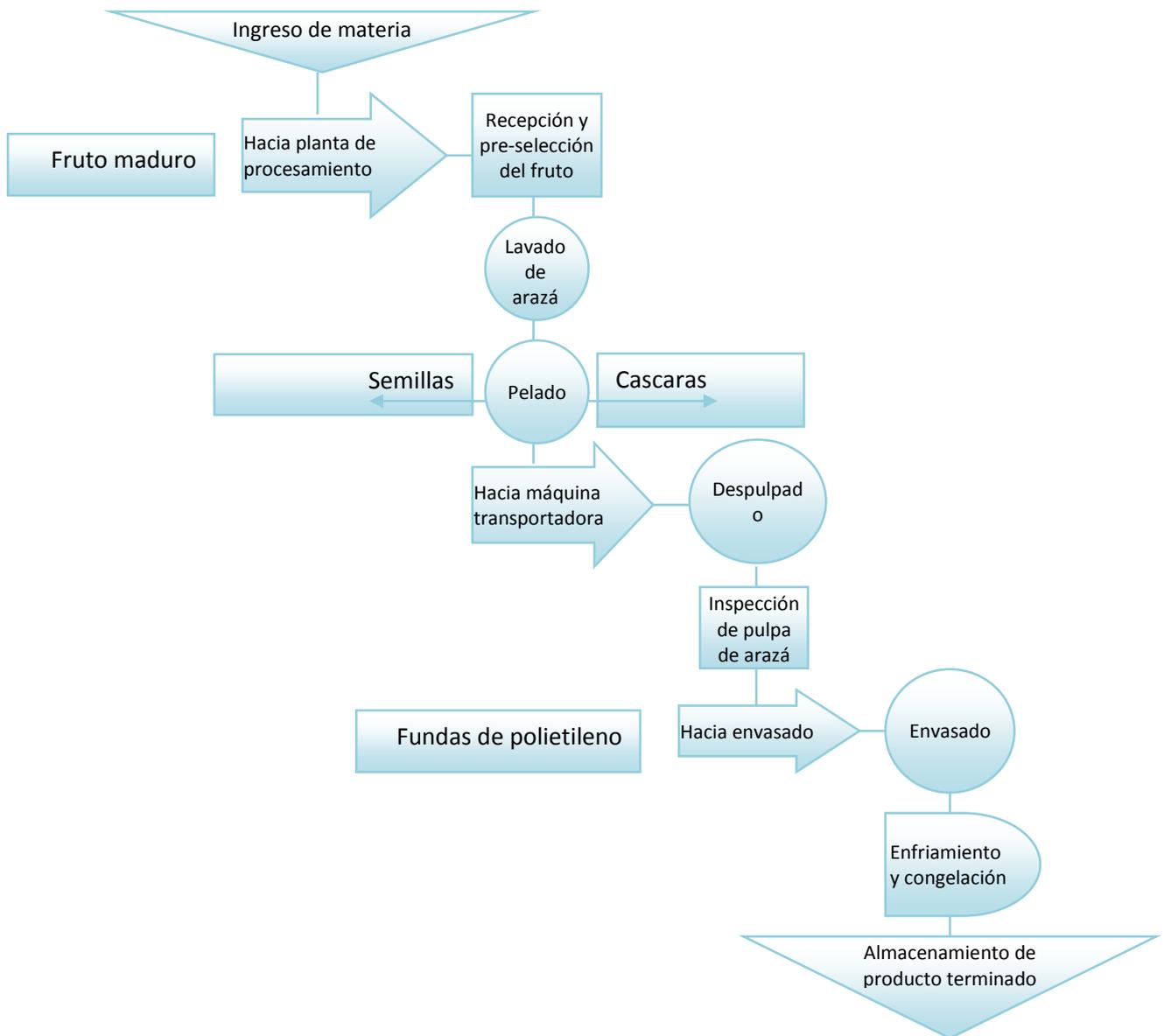


GRÁFICO No. 45

Elaborado por: Las Autoras

4.6. UNIDAD DE PROCESAMIENTO

La planta procesadora de frutos deberá cumplir ciertos requerimientos, mismos que permitirán elaborar adecuadamente el producto.

La unidad de procesamiento deberá contar con las instalaciones necesarias de acuerdo a los procesos de producción, la seguridad necesaria; además debe realizarse una adecuada distribución que permita controlar con facilidad cada proceso.

Las instalaciones necesarias dentro de la planta procesadora son las siguientes:

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

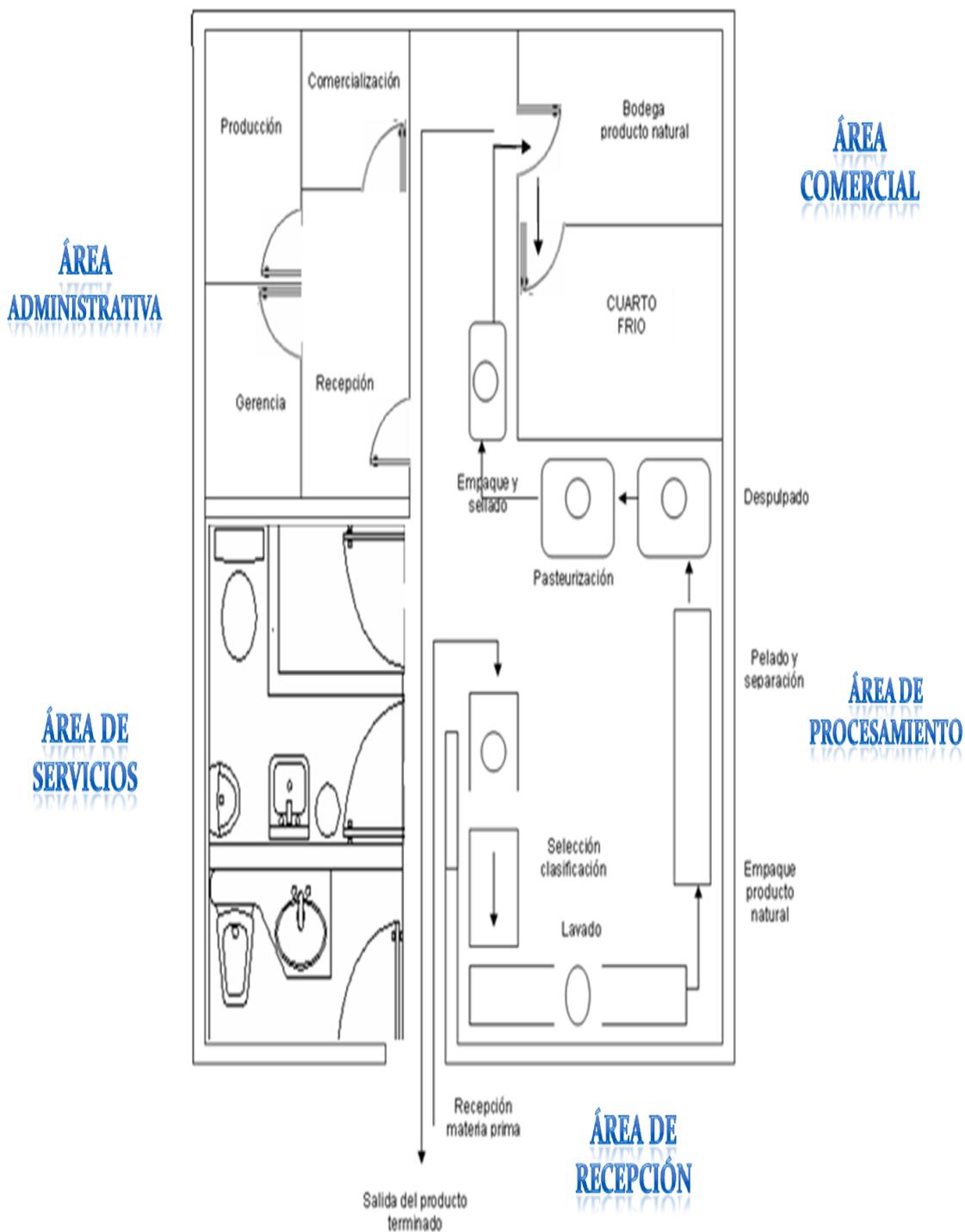


GRÁFICO No. 46

Elaborado por: Las Autoras

4.6.1. NECESIDAD DE PERSONAL

Teniendo en cuenta la capacidad de producción de la planta se requiere para cada actividad del siguiente equipo de trabajo.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

ACTIVIDAD	NO. PERSONAS
Cuidado y mantenimiento de la plantación	1
Recepción de materia prima, selección y clasificación	2
Lavado y desinfección, enjuague, pelado, separación	2
Despulpado, pasteurización, empaçado y sellado	2
Enfriado y almacenamiento	1
TOTAL	8

CUADRO No. 9

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

4.6.2. MAQUINARIAS Y EQUIPOS

A nivel industrial los equipos y maquinarias recomendados son los siguientes:

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

MAQUINARIA Y EQUIPOS	DESCRIPCIÓN
Balanza	Capacidad 500 kilos
Despulpadora	Sistema Horizontal, contiene tamices de 0.4 o 0.6mm que permiten que la pulpa salga libre de desechos. Con motor de 2HP y capacidad de 300Kg/h.
Selladora de fundas	Selladora de alta velocidad con control de temperatura
Unidad de	Intercambiador con temperaturas proceso de -30 a 300°C y

MAQUINARIA Y EQUIPOS	DESCRIPCIÓN
Pasteurización	presiones de 0 a 100bar permiten trabajar con una variedad de productos.
Unidad de lavado	Sistema de lavado por aspersión
Mesas	De acero, 2.44 m de largo, 1.2m de ancho 0.80m de alto y 0.20 de profundidad.
Canastas	Plásticas
Fundas	Polietileno transparente
Unidad de congelamiento	Capacidad 3m de largo, 3m de ancho y 2.4mde alto.

CUADRO No. 10

Fuente: Distribuidora de maquinaria y equipo industrial

Elaborado por: Las Autoras

4.7. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

CRONOGRAMA DEL PROYECTO

ACTIVIDADES	SEMANAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Elaboración de estudio	■									
Constitución de la empresa		■								
tramitación de financiamiento		■	■							
Acondicionamiento de terreno	■	■	■							
Construcción de obra civil			■	■	■	■	■			
Compra de maquinaria y mobiliario							■			
Instalación de maquinas							■	■		
Colocación de mobiliario								■	■	
Inicio de producción										■

CUADRO No. 11

Fuente: Distribuidora de maquinaria y equipo industrial

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INVERSIONES

Las inversiones permiten cubrir los recursos necesarios para construcción de la infraestructura, adquisición de la maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa en sus diferentes procesos como producción, industrialización y comercialización, y el capital de trabajo para iniciar el proyecto.

5.1.1. INVERSIONES FIJAS

5.1.1.1. TERRENO

Para llevar a cabo el proyecto se cuenta con un terreno en Lita de una hectárea y media valorada en el mercado en \$ 6,000 propiedad de las socias

TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Terreno	1	6.000,00	\$ 6.000,00

CUADRO No. 12

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.2. INFRAESTRUCTURA CIVIL

La construcción de la infraestructura es de 150 m², el costo de cada metro cuadrado es de \$ 120,00 de acuerdo a los criterios de los ingenieros civiles de Ibarra por lo que tendrá un costo de \$ 18.000,00.

INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura Civil	18.000,00
TOTAL	\$ 18.000,00

CUADRO No. 13

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.3. VEHÍCULO

Para el funcionamiento de la empresa se requiere de una camioneta usada valorada en el mercado en \$ 10.000, que facilitará la distribución del producto a la ciudad de Ibarra

VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Camioneta	1	10.000,00	\$ 10.000,00

CUADRO No.14

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.4. MAQUINARIA Y EQUIPO

Para la industrialización de la fruta se requiere de maquinaria adecuada, que permita obtener un producto de calidad.

MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Despulpadora	1	1.500,00	1.500,00
Selladora de Fundas	1	2.500,00	2.500,00
Congeladora Grande	1	2.200,00	2.200,00
Congeladora Mediana	1	1.300,00	1.300,00
Intercambiador de Calor de Tubo	1	1.200,00	1.200,00
TOTAL			\$ 8.700,00

CUADRO No. 15

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

Maquinaria y equipos necesarios para el proceso de industrialización y comercialización de la pulpa de arazá.

Para el despulpado se requiere de un equipo que troce, licúe, refine, obteniendo así la pulpa libre de desechos. El sellado de las fundas es con impresión de calidad. El intercambiador de calor tiene un diseño en la entrada, la cual evita el riesgo de bloque por parte de las fibras contenidas en el producto. Por último la cámara de frío y para el local se adquiere una congeladora.

5.1.1.5. HERRAMIENTAS

Para la producción del arazá se requiere de herramientas que faciliten el proceso de producción, a continuación se detallan:

HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Bomba de Fumigar	2	80,00	160,00
Balanzas	2	45,00	90,00
Palas	2	8,00	16,00
Tijeras de Podar	3	7,00	21,00
Barras	3	7,00	21,00
Rastrillos	3	5,00	15,00
Mesas Metálicas	3	110,00	330,00
TOTAL			\$ 653,00

CUADRO No. 16

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.6. MUEBLES Y ENSERES

Para facilitar los procesos administrativos la empresa contará con el mobiliario necesario, los suministros de oficina y el equipo de cómputo adecuado.

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	3	90,00	270,00
Sillones Ejecutivos	3	100,00	300,00
Archivadores	3	70,00	210,00
Sillas	15	25,00	375,00
Mesa de trabajo	1	110,00	110,00
TOTAL			\$ 1.265,00

CUADRO No. 17

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.7. EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Equipo de Cómputo	3	780,00	2.340,00
TOTAL			\$ 2.340,00

CUADRO No. 18

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.8. EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfonos	4	50,00	200,00
Calculadoras	2	10,00	20,00
Grapadoras	2	3,00	6,00
Perforadoras	2	1,50	3,00
TOTAL			\$ 229,00

CUADRO No. 19

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.1.9. PLANTAS DE ARAZÁ

Para empezar el proceso de producción la empresa requiere de 1,000 plantas, que tienen un costo de 0.80 centavos cada una, esto permitirá obtener la fruta para ofrecer al mercado.

PLANTAS DE ARAZÁ

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Plantas	1000	0,80	800,00
TOTAL			\$ 800,00

CUADRO No. 20

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.2. INVERSIONES VARIABLES

5.1.2.1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Se determina los costos que se incurren para la constitución de la empresa.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de Constitución	
Obtención del RUC	20,00
Inscripción en el IEPI	150,00
Constitución de la Compañía	200,00
Otros Gastos	20,00
TOTAL	\$ 400,00

CUADRO No.21

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.3. COSTO DE PRODUCCIÓN

5.1.3.1. MATERIA PRIMA DIRECTA

Se determina los diferentes materiales e insumos como abono orgánico, fertilizantes y biol para los cinco períodos, que se utilizan tres veces al año con el fin de obtener una producción orgánica, sin dañar el medio ambiente y ofrecer al mercado un producto de calidad. Los insumos se adquieren en el Cantón Ibarra. Para los siguientes años, se establece un porcentaje del 4% del precio del primer año, este dato se determina de acuerdo a información de los agricultores y de un ingeniero agrónomo de la ciudad.

COSTO DE MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	2012	2013	2014	2015	2016
Abono Orgánico	3	35,00	105,00	109,2	113,57	118,11	122,84
Fertilizantes	3	8,00	24,00	24,96	25,96	27,00	28,08
Biol	3	20,00	60,00	62,4	64,90	67,49	70,19
TOTAL \$			189,00	196,56	204,42	212,60	221,10

CUADRO No. 22

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.3.2. MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra se distribuye de acuerdo a los requerimientos de la producción, las personas están relacionadas directamente con el proceso productivo, se contrata persona por etapas, es decir de acuerdo a la jornada de trabajo se les cancela para el primer año, el día se les paga siete dólares a cada persona, los siguientes años se toma en cuenta un porcentaje de acuerdo a las indicaciones del ingeniero agrónomo. La gente contratada será de Lita que cumpla con los requisitos que establece la organización.

Para la industrialización de la fruta se contrata personal que consta en la nómina que serán ocho obreros a quienes se les pagará el sueldo básico con los beneficios de ley. Además se considera un jefe de producción quien verifica todos los procesos, tanto de producción como de industrialización para ofrecer un producto de calidad al mercado.

COSTO MANO DE OBRA PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	2012			
	DIAS	OBREROS	COSTO DIARIO	COSTO
Limpieza	2	4	7,00	56,00
Trazado	2	2	7,00	28,00
Hoyado	6	4	7,00	168,00
Trasplante	6	4	7,00	168,00
Fertilización y Abonado	4	3	7,00	84,00
Control de Plagas (3)	2	2	7,00	28,00
Control de Enfermedades	2	2	7,00	28,00
Deshierbas	4	3	7,00	84,00
Podas	2	4	7,00	56,00
Aplicación BIOL (3)	2	3	7,00	42,00
Riegos	4	3	7,00	84,00
TOTAL				\$ 826,00

CUADRO No.23

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

COSTO MANO DE OBRA PRODUCCIÓN

AÑO	TOTAL
2013	\$ 214,76
2014	\$ 257,71
2015	\$ 429,52
2016	\$ 601,33

CUADRO No.24

Fuente: Cuadro No. 21 Costo de Mano de Obra

Elaborado por: Las Autoras

Se considera un aumento del 4% de acuerdo a la inflación del 2010 en la mano de obra, para la producción de acuerdo a la inflación, este porcentaje se aplica para cada año.

MANO DE OBRA PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN

CARGO	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Jefe de Producción	450,00	7.391,10	7.686,74	7.994,21	8.313,98	8.309,98
Obreros 8	264,00	35.561,86	36.273,09	36.998,55	37.738,53	38.493,30
TOTAL \$		7.391,10	7.686,74	7.994,21	8.313,98	8.309,98

CUADRO No. 25

Fuente: Rol de Pagos

Elaborado por: Las Autoras

Para el proceso de industrialización se requiere de un jefe de producción y ocho obreros con el salario básico, más beneficios de ley, e irá incrementándose cada año un 4% de acuerdo a la inflación del 2010.

5.1.3.3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Se determinan aquellos materiales indirectos para ofrecer al consumidor el producto final, aquellos costos de mano de obra indirecta, depreciaciones y demás costos que se incurren.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
MATERIA PRIMA INDIRECTA	13.817,00	14.051,26	14.472,80	14.906,98	15.354,19
PULPA					
Fundas de Poliéster	13.542,00	13.948,26	14.366,71	14.797,71	15.241,64

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
Cajas	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
Gavetas de Plástico	175,00	180,25	185,66	191,23	196,96
MANO DE OBRA INDIRECTA	7.391,10	7.686,74	7.994,21	8.313,98	8.309,98
OTROS GASTOS	1.523,00	870,00	870,00	870,00	870,00
Depreciación Maquinaria	870,00	870,00	870,00	870,00	870,00
Gasto Herramientas	653,00	-	-	-	-
TOTAL \$	22.731,10	22.608,00	23.337,01	24.090,96	24.534,17

CUADRO No.26

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS

5.1.4.1. SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Para iniciar la actividad productiva de la empresa se requiere de un gerente y una secretaria-contadora, los cuales tienen un sueldo más beneficios de ley. Los siguientes años tienen un incremento del 4% de acuerdo a la tasa de inflación del 2010.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Gerente	600,00	9.766,80	10.157,47	10.563,77	10.986,32	10.982,32
Secretaria Contadora	350,00	5.807,30	6.039,59	6.281,18	6.532,42	6.528,42
TOTAL \$		15.574,10	16.197,06	16.844,95	17.518,74	17.510,74

CUADRO No.27

Fuente: Rol de Pagos

Elaborado por: Las Autoras

5.1.4.2. SUMINISTROS DE OFICINA

Se considera todos los recursos necesarios para facilitar las actividades administrativas del personal. Para los siguientes años se establece un porcentaje de crecimiento del 4% de acuerdo a la inflación del año 2010, tomando el primer año para el cálculo.

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	2012	2013	2014	2015	2016
Tinta para Impresora	4	10,00	40,00	41,60	43,26	44,99	46,79
Resma de Papel Bond	4	3,75	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55
Carpetas	10	0,20	2,00	2,08	2,16	2,25	2,34
Esferos	10	0,25	2,50	2,60	2,70	2,81	2,92
Cuadernos	4	1,50	6,00	6,24	6,49	6,75	7,02
TOTAL \$			65,50	68,12	70,84	73,68	76,63

CUADRO No.28

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

5.1.4.3. VESTIMENTA DE TRABAJO

Para ejecutar las diferentes actividades en el proceso de industrialización, el personal debe contar con todos los recursos necesarios, para ello la empresa adquiere la vestimenta de trabajo adecuada, con el fin de cumplir con la seguridad industrial y brindar confianza al trabajador.

Para los siguientes años se estima un porcentaje del 4% que se incrementará el costo de la vestimenta de trabajo de acuerdo a la inflación del país del período anterior.

VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	2012	2013	2014	2015	2016
Mandiles	24	5,00	120,00	124,8	129,79	134,98	140,38
Guantes	2	18,00	36,00	37,44	38,94	40,50	42,11
Gorros	24	1,00	24,00	24,96	25,96	27,00	28,08
Traje Térmico	2	30,00	60,00	62,4	64,90	67,49	70,19
Fajas de fuerza	6	12,00	72,00	74,88	77,88	80,99	84,23
TOTAL \$			312,00	324,48	337,46	350,96	365,00

CUADRO No. 29

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.4.4. SERVICIOS BÁSICOS

De acuerdo a las necesidades de la empresa se estima el valor de agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico e internet, servicios necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, para ello se determina las siguientes cifras para el primer año, en los siguientes períodos se establece un crecimiento del 4% de acuerdo a la inflación.

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Energía Eléctrica	30,00	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Servicio Telefónico	20,00	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Agua Potable	60,00	720,00	748,80	778,75	809,90	842,30
Internet	18,00	216,00	224,64	233,63	242,97	252,69
TOTAL \$		1.320,00	1.372,80	1.427,71	1.484,82	1.544,21

CUADRO No.30

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.4.5. MANTENIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO

MANTENIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Mantenimiento Equipo	20,00	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
TOTAL \$		240,00	249,60	259,58	269,97	280,77

CUADRO No. 31

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

Para los siguientes años se establece el aumento del 4% de acuerdo a la inflación del país para el servicio del mantenimiento de las computadoras con que cuenta la empresa.

5.1.5. GASTOS DE VENTAS

Se considera todos los recursos que se invierten para poder ofrecer el producto final al mercado, a continuación se detalla los gastos incurridos.

5.1.5.1. SUELDO EN VENTAS

Al jefe de comercialización se le contrata en 2012 para que realice todas las actividades necesarias para la venta de la fruta en forma natural y en pulpa, tienen su sueldo con los beneficios de ley, para los siguientes años hay un incremento de acuerdo a la inflación del país.

SUELDO DE VENTAS

CARGO	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Jefe de Comercialización	450,00	7.391,10	7.686,74	7.994,21	8.313,98	8.309,99
Vendedor	264,00	4.445,23	4.623,05	4.807,97	5.000,28	5.200,29
TOTAL \$		11.836,33	12.309,79	12.802,18	13.314,26	13.510,28

CUADRO No. 32

Fuente: Rol de Pagos
Elaborado por: Las Autoras

5.1.5.2. PUBLICIDAD

Se realizará la publicidad en radio, se entregará afiches a los consumidores en la ciudad de Ibarra, donde existe la mayor afluencia de personas y degustaciones con la contratación de impulsadoras e impulsores de venta por horas.

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Publicidad	30,00	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
TOTAL \$		360,00	374,40	389,38	404,95	421,15

CUADRO No. 33

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Para el primer período se establece el costo de 30 dólares mensuales durante los doce meses, para los siguientes años se determina un crecimiento del 4%.

5.1.5.3. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO

Se establece doce meses para el combustible y mantenimiento del vehículo con un costo de \$50 cada mes. Para los siguientes años se considera un incremento de hasta el 4%, se estableció de igual manera los doce meses.

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Combustible y Mantenimiento	50,00	400,00	416,00	408,00	412,00	412,00
TOTAL \$		400,00	416,00	408,00	412,00	412,00

CUADRO No.34

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.5.4. ARRIENDO LOCAL

Para ofrecer el producto en la ciudad de Ibarra la empresa arrienda un local, con un costo de \$150 para los 12 meses, para los siguientes años, se incrementa este valor en un 4%.

ARRIENDO LOCAL

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Arriendo Local	150,00	1.800,00	1.872,00	1.836,00	1.854,00	1.854,00
TOTAL \$		1.800,00	1.872,00	1.836,00	1.854,00	1.854,00

CUADRO No. 35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

5.1.6. CAPITAL DE TRABAJO

Se establece el capital de trabajo para el primer año, recursos que serán utilizados en la empresa para el proceso de producción de la planta de arazá, en la industrialización, es decir la obtención de la pulpa y la etapa de comercialización, la empresa decide que los dos primeros años comprará la producción existente de arazá en Lita, para los siguientes períodos la organización ya contará con su materia prima propia.

Con esta decisión permite ofrecer la pulpa de arazá desde el momento que se constituye la empresa, logrando así posicionarse en el mercado.

Se requiere de un capital para los primeros 6 meses, con el fin de cubrir costos y gastos que genera esta actividad hasta lograr la venta del producto.

A continuación se detalla el capital de trabajo:

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	2012
Materia Prima Directa	989,00
Materia Prima Directa Industrialización	23.800,00
Mano de Obra Directa	2.650,98
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 10.604,05
Materia Prima Indirecta	6.908,50
Mano de Obra Indirecta	3.695,55
Gastos Administrativos	\$ 8.655,09
Gastos Sueldos Personal Administrativos	7.842,34
Gastos Suministros	32,75
Gasto Mant. Equipo de Computo	120,00
Servicios Básicos	660,00
Gastos de Venta	14.396,33
Sueldo de Ventas	5.918,17
Publicidad	180,00
Arriendo Local	900,00
Combustible y Mantenimiento	200,00
SUBTOTAL	\$ 37.295,45
Imprevistos 2%	745,91
TOTAL	\$ 38.041,36

CUADRO No.36

Elaborado por: Las Autoras

5.1.7. RESUMEN DE INVERSIONES

En el siguiente cuadro se detalla todas las inversiones que va a realizar la empresa para iniciar sus actividades y el monto necesario para el financiamiento.

INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	USO DE FONDOS
ACTIVOS FIJOS	\$ 47.187,00
Terreno	6.000,00
Infraestructura Civil	18.000,00
Vehículo	10.000,00
Muebles y Enseres	1.265,00
Equipo de Cómputo	2.340,00
Equipo de Oficina	229,00
Maquinaria	8.700,00
Herramientas	653,00
INVERSION DIFERIDA	\$ 400,00
Gastos de Constitución	400,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 38.041,36
TOTAL	\$ 85.628,36

CUADRO No. 37

Elaborado por: Las Autoras

5.1.8. DEPRECIACIONES

PORCENTAJE DE DEPRECIACIONES

CONCEPTO	VIDA UTIL	PORCENTAJE	VALOR
Infraestructura Civil	20	5%	5,000.00
Muebles y Enseres	10	10%	2,460.00
Equipo de Cómputo	3	33.33%	3,300.00
Equipo de Oficina	10	10%	481.00
Maquinaria	10	10%	13,800.00
Vehículo	5	20%	6,000.00

CUADRO No. 38

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

5.1.8.1. DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016
Infraestructura Civil	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
Muebles y Enseres	126.50	126.50	126.50	126.50	126.50
Equipo de Computo	780.00	780.00	780.00	Reposición	
Equipo de Oficina	\$22.90	22.90	22.90	22.90	22.90
Maquinaria	870.00	870.00	870.00	870.00	870.00
Vehículo	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00

CUADRO No. 39

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

5.1.9. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR INICIAL	AMORTIZACION ANUAL	2012	2013	2014	2015	2016
Gastos de Constitución	\$ 400,00	20%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00

CUADRO No. 40

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

5.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para que la empresa de producción, industrialización y comercialización entre en funcionamiento requiere de un capital total de \$ 85,655. De los cuales el 30% se financiará con recursos propios que serán los aportes de los socios de \$ 25,697 y el 70% restante se obtendrá a través de recursos externos mediante el préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional de \$ 59,959.00.

5.2.1. GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros es el interés que genera el préstamo obtenido a través de la institución financiera a una tasa de interés permanente del 11% anual a 5 años plazo. La amortización de la deuda de \$ 59,994.00 se realiza con pagos mensuales de capital e interés. A continuación se detalla la tabla de amortización:

5.2.1.1. TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN

VALOR DEL PRÉSTAMO \$ 60.000
TASA DE INTERES 11%
TIEMPO 5 AÑOS 60 Meses

PERÍODOS	CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	ACUMULADO	PENDIENTE
1	1304.55	754.55	550.00	754.55	59245.45
2	1304.55	761.46	543.08	1516.01	58483.99
3	1304.55	768.44	536.10	2284.45	57715.55
4	1304.55	775.49	529.06	3059.94	56940.06
5	1304.55	782.59	521.95	3842.53	56157.47
6	1304.55	789.77	514.78	4632.30	55367.70
7	1304.55	797.01	507.54	5429.31	54570.69
8	1304.55	804.31	500.23	6233.62	53766.38
9	1304.55	811.69	492.86	7045.31	52954.69
10	1304.55	819.13	485.42	7864.44	52135.56
11	1304.55	826.64	477.91	8691.07	51308.93
12	1304.55	834.21	470.33	9525.29	50474.71
13	1304.55	841.86	462.68	10367.15	49632.85
14	1304.55	849.58	454.97	11216.72	48783.28
15	1304.55	857.37	447.18	12074.09	47925.91
16	1304.55	865.22	439.32	12939.31	47060.69
17	1304.55	873.16	431.39	13812.47	46187.53
18	1304.55	881.16	423.39	14693.63	45306.37

19	1304.55	889.24	415.31	15582.87	44417.13
20	1304.55	897.39	407.16	16480.25	43519.75
21	1304.55	905.61	398.93	17385.87	42614.13
22	1304.55	913.92	390.63	18299.78	41700.22
23	1304.55	922.29	382.25	19222.08	40777.92
24	1304.55	930.75	373.80	20152.83	39847.17
25	1304.55	939.28	365.27	21092.10	38907.90
26	1304.55	947.89	356.66	22039.99	37960.01
27	1304.55	956.58	347.97	22996.57	37003.43
28	1304.55	965.35	339.20	23961.92	36038.08
29	1304.55	974.20	330.35	24936.12	35063.88
30	1304.55	983.13	321.42	25919.24	34080.76
31	1304.55	992.14	312.41	26911.38	33088.62
32	1304.55	1001.23	303.31	27912.61	32087.39
33	1304.55	1010.41	294.13	28923.03	31076.97
34	1304.55	1019.67	284.87	29942.70	30057.30
35	1304.55	1029.02	275.53	30971.72	29028.28
36	1304.55	1038.45	266.09	32010.17	27989.83
37	1304.55	1047.97	256.57	33058.14	26941.86
38	1304.55	1057.58	246.97	34115.72	25884.28
39	1304.55	1067.27	237.27	35182.99	24817.01
40	1304.55	1077.06	227.49	36260.05	23739.95
41	1304.55	1086.93	217.62	37346.98	22653.02
42	1304.55	1096.89	207.65	38443.87	21556.13
43	1304.55	1106.95	197.60	39550.82	20449.18
44	1304.55	1117.09	187.45	40667.92	19332.08
45	1304.55	1127.33	177.21	41795.25	18204.75
46	1304.55	1137.67	166.88	42932.92	17067.08
47	1304.55	1148.10	156.45	44081.02	15918.98
48	1304.55	1158.62	145.92	45239.64	14760.36
49	1304.55	1169.24	135.30	46408.88	13591.12
50	1304.55	1179.96	124.59	47588.84	12411.16
51	1304.55	1190.78	113.77	48779.62	11220.38
52	1304.55	1201.69	102.85	49981.31	10018.69
53	1304.55	1212.71	91.84	51194.01	8805.99
54	1304.55	1223.82	80.72	52417.84	7582.16
55	1304.55	1235.04	69.50	53652.88	6347.12
56	1304.55	1246.36	58.18	54899.24	5100.76
57	1304.55	1257.79	46.76	56157.03	3842.97
58	1304.55	1269.32	35.23	57426.35	2573.65

59	1304.55	1280.95	23.59	58707.30	1292.70
60	1304.55	1292.70	11.85	60000.00	0.00

CUADRO No. 41

Fuente: Información C.F.N.
Elaborado por: Las Autoras

5.3. COSTO DE OPORTUNIDAD

La inversión propia será del 30% en la actualidad representa el 8% que significa la tasa pasiva y la financiada será del 70%, la misma que tiene una tasa de interés del 11% de acuerdo a la institución financiera elegida por la empresa.

CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACION	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	25.628	30	8	2.4
Inversión Financiada	60.000	70	11	7.7
TOTAL	85,628	100		10.1

CUADRO No.42

Fuente: Datos Originales
Elabora por: Las Autoras

$$TRM = (1 + ck) (1 + if) - 1$$

$$Ck = 10,1\%$$

$$\text{Inflación} = 3,3\%$$

$$TRM = (1 + 0,101) (1 + 0,033) - 1$$

$$TRM = 13,73$$

La tasa del costo de oportunidad es del 13,73%, esto quiere decir que el proyecto debe tener este rendimiento mínimo en condiciones reales.

5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS

Los ingresos del proyecto se estiman de acuerdo a la cantidad de fruta producida cada año, multiplicado por el precio unitario que se incrementará en un 4% cada año.

5.4.1. PRECIO DE VENTA

De acuerdo a las encuestas realizadas a los productores de arazá, el precio de venta del producto está entre 2 y 4 dólares el kilo, dependiendo de la ciudad, por ello la empresa de producción, industrialización y comercialización de pulpa de arazá estableció el precio de un kilo en 3,25 centavos de dólar.

$$CTu = \frac{CP + GA + GV + GF}{Q}$$

$$CTu + \frac{106.608,72 + 19.229 + 16.396,33 + 6.129,26}{54168} = 2,73$$

$$PVu = CTu + Utilidad$$

$$PVu = 2,73 + 20\%$$

$$PVu = 3,25$$

El costo de producción unitario es de 2,73 contempla todos los costos y gastos que incurre la empresa y se suma un 20% que se desea como utilidad dando como resultado el precio final por kilo de pulpa de arazá de 3,25.

5.4.2. CRECIMIENTO DEL PRECIO

El precio se incrementará en un 4% de acuerdo a la inflación del país, para los siguientes años. Cada producto tiene ese crecimiento porcentual.

CRECIMIENTO DEL PRECIO

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
Pulpa de Arazá Kg.	3.25	3.38	3.52	3.66	3.80

CUADRO No.43

Fuente: Estudio de mercado

Elabora por: Las Autoras

5.4.3. PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Como se manifestó anteriormente la empresa de producción, industrialización y comercialización de pulpa de arazá, para los primeros dos años comprará la materia prima a los productores de Lita, con el fin de ofrecer al mercado un producto de calidad y ganar un espacio en el mismo. Luego de este período la organización podrá utilizar su propia materia prima, ya que se cultivará en los primeros años hasta lograr la cosecha.

PRODUCCIÓN COMPRADA

DETALLE	2012	2013
Producción comprada	68,000	75,200
Precio	0.7	0.8
Total	47,600	60,160
Proceso -20%	13,600	15,040
Producción Venta	54,400	60,160

CUADRO. No.44

Fuente: Investigación Directa

Elabora por: Las Autoras

A partir del tercer año la empresa comienza su proceso de cosecha obtenido la siguiente producción de 84,000.00 kilos, de los cuales por el proceso de producción e industrialización sufre diferentes daños en un 20%.

5.4.4. INGRESOS POR VENTA DE PULPA DE ARAZÁ

Se multiplica la producción de pulpa de arazá en kilos para la venta por el precio unitario, obteniendo así los ingresos estimados

INGRESOS POR LA VENTA DE PULPA DE ARAZÁ

PRODUCCION	2012	2013	2014	2015	2016
Pulpa de Arazá	54.168	59.585	65.543	72.098	79.307
Precio	3.25	3.38	3.52	3.66	3.80
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS \$	176.046,00	201.397,30	230.711,36	263.878,68	301.366,60

CUADRO No. 45

Fuente: Cuadros No. 43 y 44

Elabora por: Las Autoras

5.5. PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

PRESUPUESTO Y PROYECCIONES DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
Venta de Pulpa	176.046,00	201.397,30	230.711,36	263.878,68	301.366,60
TOTAL INGRESOS	176.046,00	201.397,30	230.711,36	263.878,68	301.366,60
EGRESOS					
Materia Prima Directa	47.600,00	60.160,00	50.400,00	59.800,00	70.000,00
Materia Prima e Insumos	189,00	196,56	204,42	212,60	221,10
Mano de Obra Directa	35.776,62	36.530,81	37.428,07	38.339,85	39.094,62
Gastos Indirectos de Fabricación					
Materia Prima Indirecta	13.817,00	14.051,26	14.472,80	14.906,98	15.354,19
Mano de Obra Indirecta	7.391,10	7,686,74	7.994,21	8.313,98	8.309,98
Gasto Herramientas	653,00	-	-	-	-
Depreciación Maquinaria	870,00	870,00	870,00	870,00	870,00
Vestimenta de Trabajo	312,00	324,48	337,46	350,96	365,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	106.608,72	119.819,85	111.706,97	122.794,37	134.214,90
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	15.574,10	16.197,06	16.844,95	17.518,74	17.510,74
Suministros de Oficina	65,50	68,12	70,84	73,68	76,63
Servicios Básicos	1.320,00	1.372,80	1.427,71	1.484,82	1.544,21
Patente	200,00	208,00	216,32	224,97	233,97
Gasto Mant. Equipo de Computo	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Depreciación Infraestructura	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Depreciación Muebles y Enseres	126,50	126,50	126,50	126,50	126,50
Depreciación Equipo de Computo	780,00	780,00	780,00	-	-

Continúa...

CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016
Depreciación Equipo de Oficina	22,90	22,90	22,90	22,90	22,90
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	19.229,00	19.924,98	20.648,81	20.621,58	20.695,72
GASTOS DE VENTA					
Sueldos	11.836,33	12.309,79	12.802,18	13.314,26	13.510,28
Arriendo Local	1.800,00	1.872,00	1.836,00	1.854,00	1.854,00
Publicidad	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Combustible y Mantenimiento	400,00	416,00	408,00	412,00	412,00
Depreciación Vehículo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	16.396,33	16.972,19	17.435,55	17.985,21	18.197,42
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	6.129,26	5,027,00	3.797,20	2.425,08	894,18
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	6.129,26	5,027,00	3.797,20	2.425,08	894,18
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
TOTAL EGRESOS	148.443,31	161,824,02	153.668,53	163.906,25	174.082,22
UTILIDAD O PÉRDIDA PROYECTADA	\$ 27.602,69	\$ 39,573,28	\$ 77,042,83	\$ 99,972,43	\$ 127.284,38

CUADRO No. 46

5.6. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El balance general estimado de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá es el siguiente:

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO LARGO PLAZO	
Caja Bancos	<u>38.041,00</u>	Préstamo por Pagar	<u>60.000,00</u>
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	38.041,00	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	60.000,00
ACTIVO FIJO		PATRIMONIO	
Terreno	6.000,00	Aportes Efectuados	<u>25.628,00</u>
Infraestructura Civil	18.000,00	TOTAL PATRIMONIO	25.628,00
Vehículo	10.000,00		
Muebles y Enseres	1.265,00		
Equipo de Cómputo	2.340,00		
Equipo de Oficina	229,00		
Maquinaria	8.700,00		
Herramientas	653,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	47.187,00		
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de Constitución	<u>400,00</u>		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	400,00		
TOTAL ACTIVOS	<u>\$ 85.628,00</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>\$ 85.628,00</u>

5.7. PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIERO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias proyectado presenta los resultados que la empresa va a obtener durante los primeros cinco años.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	176.046,00	201.397,30	230.711,36	263.878,68	301.366,60
(Costo de Producción)	106.608,72	119.819,85	111.706,97	122.794,37	134.214,90
UTILIDAD BRUTA	69.437,28	81.577,45	119.004,39	141.084,31	167.151,70
(Gastos Administrativos)	15.574,10	16.197,06	16.844,95	17.518,74	17.510,74
(Gastos de Ventas)	14.396,33	14.972,19	15.435,55	15.985,21	16.197,42
(Depreciaciones)	4.699,40	4.699,40	4.699,40	3.919,40	3.919,40
(Amortización Gastos de Constitución)	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
UTILIDAD OPERATIVA	34.687,45	45.628,80	81.944,49	103.580,95	129.444,13
(Gastos Financieros Intereses)	6.129,26	5.027,00	3.797,20	2.425,08	894,18
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	28.558,19	40.601,80	78.147,29	101.155,87	128.549,95
(15% Participación Trabajadores y Empleados)	4.283,73	6.090,27	11.722,09	15.173,38	19.282,49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	24.274,46	34.511,53	66.425,20	85.982,49	109.267,46
(25% Impuesto a la Renta)	6.068,62	8.627,88	16.606,30	21.495,62	27.316,86
UTILIDAD NETA PROYECTADA \$	18.205,85	25.883,65	49.818,90	64.486,86	81.950,59

CUADRO No. 47

5.8. FLUJOS DE CAJA

FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	PRE OPERACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
INVERSIÓN	85,628.00					
Préstamo	60,000.00					
Capital Propio	25,628.00					
Ventas		176,046.00	201,397.30	230,711.36	263,878.68	301,366.60
(Costo de Producción)		106,608.72	119,819.85	111,706.97	122,794.37	134,214.90
UTILIDAD BRUTA		69,437.28	81,577.45	119,004.39	141,084.31	167,151.70
(Gastos Administrativos)		15,574.10	16,197.06	16,844.95	17,518.74	17,510.74
(Gastos de Venta)		14,396.33	14,972.19	15,435.55	15,985.21	16,197.42
(Depreciaciones)		4,699.40	4,699.40	4,699.40	3,919.40	3,919.40
(Amortización Gastos de C.)		80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
UTILIDAD OPERATIVA		34,687.45	45,628.80	81,944.49	103,580.95	129,444.13
(Gastos Financieros)		6,129.26	5,027.00	3,797.20	2,425.08	894.18
UTILIDAD ANTES DE REPARTO		28,558.19	40,601.80	78,147.29	101,155.87	128,549.95
(15% Participación Empleados y Trabajadores)		4,283.73	6,090.27	11,722.09	15,173.38	19,282.49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		24,274.46	34,511.53	66,425.20	85,982.49	109,267.46
(25% Impuesto a la Renta)		6,068.62	8,627.88	16,606.30	21,495.62	27,316.86
UTILIDAD NETA		18,205.85	25,883.65	49,818.90	64,486.86	81,950.59
(+) Depreciación		4,699.40	4,699.40	4,699.40	3,919.40	3,919.40
(+) Amortización Gastos de Constitución		80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
(-) Pago Capital		9,525.29	10,627.54	11,857.35	13,229.46	14,760.36
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO		13,459.96	20,035.51	42,740.95	55,256.80	71,189.63

CUADRO No. 48

5.9. INVERSIÓN

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, va a obtener después de haber efectuado la inversión, para lo cual se utiliza las principales técnicas de evaluación.

5.9.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este indicador representa la rentabilidad en términos de dinero, es decir los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión.

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+R)^1} + \frac{FNE}{(1+R)^2} + \frac{FNE}{(1+R)^3} + \frac{FNE}{(1+R)^4} + \frac{FNE}{(1+R)^5}$$

VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS EFECTIVO	FACTOR 13,7%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-60.000			-60.000,00
2012		13.459,96	1,137	11.838,14
2013		20.035,51	1,292769	15.498,13
2014		42.740,95	1,46987835	29.077,88
2015		55.256,80	1,67125169	33.063,12
2016		71.189,63	1,90021317	37.464,02
VAN				\$58.875,38

CUADRO No. 49

El resultado del VAN obtenido es positivo, lo que significa que es un proyecto rentable, porque después de recuperar la inversión inicial se genera \$ 58.875,38 de rentabilidad, es decir lo que el proyecto pretende ganar.

5.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El TIR permite evaluar el proyecto en función de la tasa única de rendimiento por períodos, donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos iniciales. La tasa interna de retorno debe ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión del proyecto sea aceptable. Se trabaja con los flujos de caja descontados.

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS EFECTIVO	FACTOR 42%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	ENTRADAS EFECTIVO	FACTOR 43%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-60000			-60000			-60000
2012		13459.96	1.420	9478.85	13459.96	1.430	9412.56
2013		20035.51	2.016400	9936.28	20035.51	2.044900	9797.79
2014		42740.95	2.863288	14927.23	42740.95	2.924207	14616.25
2015		55256.80	4.065869	13590.40	55256.80	4.181616	13214.22
2016		71189.63	5.773534	12330.34	71189.63	5.979711	11905.20
VAN				\$185.28	VAN		(\$737.04)

CUADRO No. 50

Fuente: Flujo de Caja
Elaborado por: Las Autoras

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 42 + (43 - 42) \frac{185,28}{185,28 - (-737,04)}$$

$$TIR = 42 + (1)(0,200884725)$$

$$TIR = 42,20\%$$

La tasa interna de retorno es del 42,20%, lo que determina que es mayor a la tasa de descuento que es de 13.7%, por lo tanto es un proyecto atractivo, ya que genera una tasa superior.

5.9.3. BENEFICIO COSTO

BENEFICIO COSTO

PERÍODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS 13.7%	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2012	176.046,00	154.833,77	148.443,31	130.557,00
2013	201.397,30	155.787,54	161.824,02	125.176,29
2014	230.711,36	156.959,49	153.668,53	104.545,06
2015	263.878,68	157.892,84	163.906,25	98.073,95
2016	301.366,60	135.130,89	174.082,22	91.611,94
TOTAL		760.604,54		549.964,24

CUADRO No.51

Fuente: Flujo de Caja
Elaborado por: Las Autoras

$$B/C = \sum \text{IngresosActualizados} / \sum \text{EgresosActualizados}$$

$$B/C = 760.604,54 / \sum 549.964,24$$

$$B/C = 1,38$$

Este valor refleja la relación que tiene el proyecto con los beneficios y costos determinándose una rentabilidad de \$ 1,38 por cada dólar invertido, es decir \$ 0.38 de utilidad.

5.9.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

El período de recuperación es un elemento importante de la evaluación financiera porque permite determinar en qué tiempo se recupera la inversión realizada, para ello se trabaja con los flujos de caja.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJO NETO DE EFECTIVO 13.7%	F.N.E. ACUMULADOS DESCONTADOS
0	60.000			
2012		13.459,96	11.838,14	11.838,14
2013		20.035,51	15.498,13	27.336,27
2014		42.740,95	29.077,88	56.414,16
2015		55.256,80	33.063,12	89.477,28
2016		71.189,63	37.464,02	126.941,30

CUADRO No. 52

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: Las Autoras

$$56.414,16 \sum 3 \text{ años} \quad \quad \quad 60.000 \text{ Inversión}$$

$$60.000 - 56.414,16 = 3.585,84$$

$$55.256,80 / 12 = 4.604,73$$

$$3.585,84 / 4.604,73 = 0,78$$

$$0,78 * 30 \text{ días} = 23 \text{ días}$$

La inversión se recupera a los 3 años con 23 días.

5.9.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

En este punto la empresa no gana ni pierde, puede tomar decisiones de acuerdo a los resultados que obtenga. El punto de equilibrio del presente proyecto se detalla a continuación:

$$P.E.Dólares = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E.Dólares = \frac{49.895,69}{1 - \frac{49.782,62}{176.046}} = 69.568,36$$

$$P.E.Kilos = \frac{CostoFijoTotal}{PVu}$$

$$P.E.Kilos = \frac{49.895,69}{3,25} = 21.406$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	
VENTAS	176.046,00
COSTOS FIJOS	49.895,69
Sueldos Administrativos	15.574,10
Sueldo en Ventas	11.836,33
Arriendo Local	1.800,00
Suministros	65,50
Servicios Básicos	1.320,00
Mant. Equipo de Computo	240,00
Publicidad	360,00
Combustible y Mantenimiento	400,00
Intereses	6.129,26
Gastos de Constitución	80,00
Depreciación	4.699,40
Mano de Obra Indirecta	7.391,10
COSTOS VARIABLES	49.782,62
Materia Prima Directa	189,00
Mano de Obra Directa	35.776,62
Materia Prima Indirecta	13.817,00
P.E. DOLARES	\$ 69.568,36
P.E. KILOS	21.406

CUADRO No. 53

Fuente: Estado de Ingresos, costos y gastos

Elaborado por: Las Autoras

La empresa de producción, industrialización y comercialización de pulpa de arazá tiene los siguientes puntos de equilibrio en dólares 69.568,36 y debe producir 21.406 kilos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

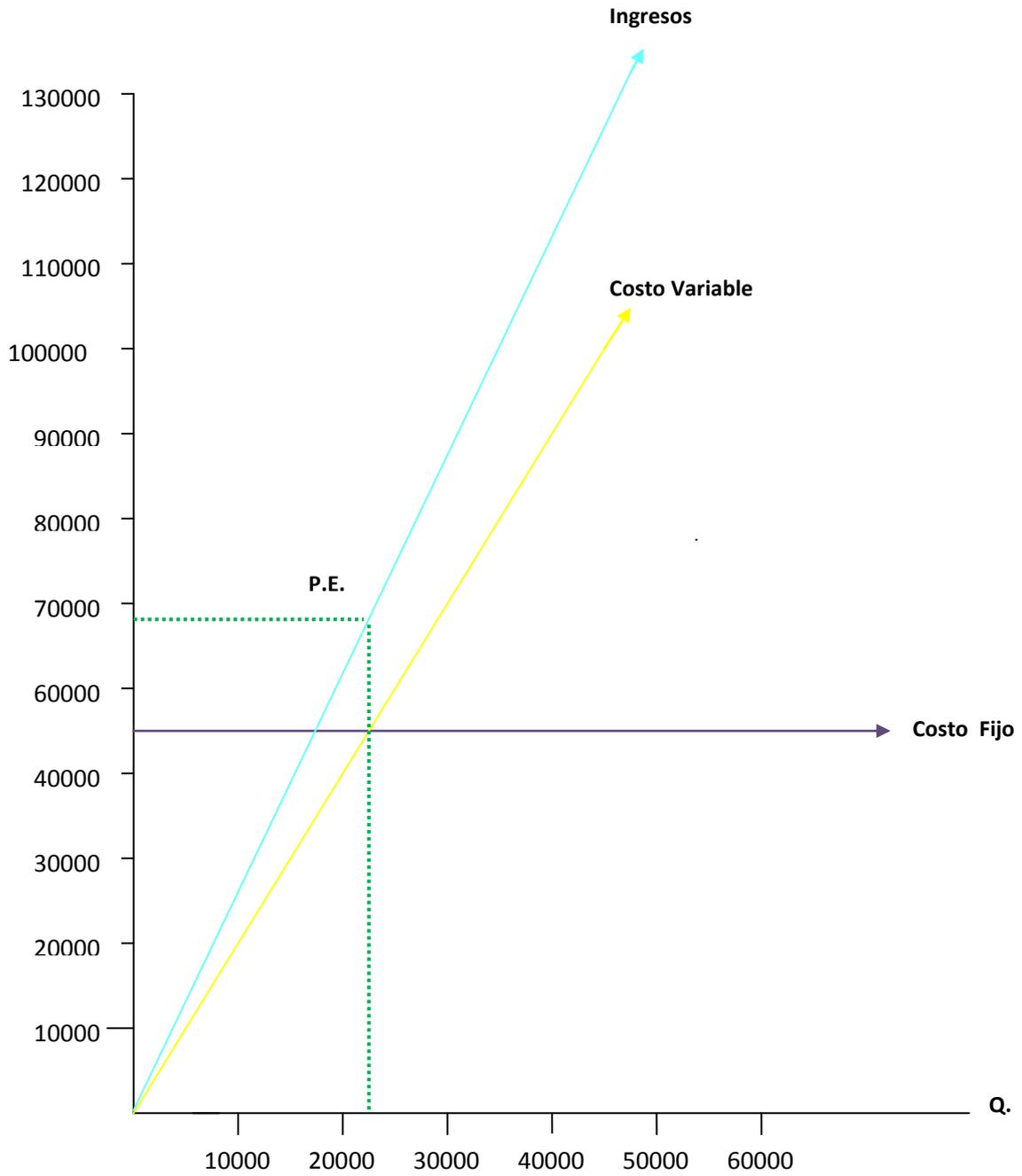


GRÁFICO No. 47

Elaborado por: Las Autoras

5.9.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad del VAN determina hasta donde puede modificarse una variable, para que el proyecto siga siendo rentable. En la evaluación del proyecto se obtuvo un VAN positivo, es por ello que hay que determinar hasta donde puede bajar el precio o el nivel de ventas.

Este análisis de sensibilidad permite medir cuan sensible es el proyecto ante cambios en uno o más parámetros decisivos y como varían los principales indicadores de rentabilidad.

En el proyecto escogimos las variables de precio obteniendo los siguientes resultados:

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

PRECIO	2,80	3,00	3,25	3,50
VAN	-2.144,28	24.898,38	58.875,38	92.505,05
TIR	5,02%	27,21	42,20%	58,31%
BENEFICIO COSTO	1,19	1,28	1,38	1,49

CUADRO No. 54

Elaborado por: Las Autoras

Esto significa que la empresa debe analizar los costos en los que incurre, para que pueda ofrecer el producto a un precio accesible con el fin de mantener las ventas y evitar disminuir el precio, ya que tendría problemas al momento que disminuya el precio ya que no recupera la inversión y la tasa interna de retorno es menor a la tasa de rendimiento medio. En cambio si la empresa aumenta el precio tendrá mayores utilidades y por ende tranquilidad en la toma de decisiones.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

6.1. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La organización como base de la administración se da cuando existe un organismo social, su éxito depende de una buena administración, ya que por medio de ella, se hace buen uso de los recursos materiales, humanos, económicos, etc.

En la empresa es más visible la función administrativa, dependiendo de su tamaño y complejidad, ya que cada departamento que la compone estará a cargo de los procesos administrativos, de producción y movimientos financieros en los cuales actúan el recurso humano, material y económico en función de sus metas y objetivos que persigue

Por ello la estructura organizacional debe contener delineamientos claros para quienes estén a su cargo; así se descartan los conflictos que cause la imprecisión en la concesión de responsabilidades y se logra un sistema de comunicación y toma de decisiones óptimo que refleje los objetivos de la empresa.

6.1.1. MARCO LEGAL

La Empresa se denomina **“FRUTO DE MI TIERRA”**, que estará controlada por la Súper Intendencia de Compañías, inscrita en el Registro Mercantil y se ajustará a la ley vigente de propiedad intelectual de derechos sobre marcas, nombres comerciales de las sociedades bajo su control que incluyan siglas, logotipos etc., debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

6.1.2. CONSTITUCIÓN

De acuerdo al objetivo que persigue la empresa se constituirá como empresa de Producción, Industrialización y comercialización; Para su lega funcionamiento se requiere de los siguientes procedimientos.

6.1.2.1. MINUTA DE CONSTITUCIÓN

Se establece un compromiso social mediante un escrito redactado por un abogado; mismo que contiene:

- a) Redacción de estatutos
- b) Designación de representantes legales
- c) Duración de los cargos de los representantes y sus dependencias
- d) Delimitación de fusiones.

6.1.2.2. ESCRITURA PÚBLICA

El notario público elabora la escritura pública para registrar la minuta de constitución y sus respectivos estatutos; mismos que registrarán los procedimientos administrativos, productivos y comerciales de la empresa.

6.1.2.3. INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

6.1.2.4. REPRESENTANTE LEGAL

La representante legal de la empresa es la señorita. Liliana Figueroa, por ser la accionista con mayor aporte económico para la empresa.

6.1.2.5. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Constituida legalmente la sociedad se procede a solicitar en el Servicio de Rentas Internas (SRI) el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Los siguientes requisitos son:

- a)** Formulario RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado)
- b)** Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil,
- c)** Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)
- d)** Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- e)** Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).

6.1.2.6. OBTENCIÓN DE PATENTE MUNICIPAL

Este documento se tramita en el municipio de Ibarra previo la presentación de los siguientes documentos.

- a) Pago al impuesto predial donde se ubica la actividad productiva
- b) Copia del Ruc.
- c) Copia de la cédula o certificado de votación del representante legal
- d) Nombramiento actualizado del representante legal

6.2. TIPO DE EMPRESA

La empresa será una compañía anónima cuyo capital formado por la aportación de los accionistas estará dividido en acciones negociables, la sociedad limitada, estará sujeta a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

6.3. MISIÓN

Ofrecer al mercado la fruta y pulpa de arazá con grandes beneficios nutricionales y que cumplan los estándares de calidad, llegando a posicionarse en la mente de los consumidores como la primera y mejor opción para alimentarse. Buscar siempre el mejoramiento continuo de los procesos de producción, elaboración y comercialización.

6.4. VISIÓN

Posicionarse como una empresa líder en la producción, procesamiento y comercialización de productos de arazá de alta calidad, en los próximos cinco años, logrando que la producción sea un elemento importante en la alimentación diaria de las familias.

6.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

La empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá tiene los siguientes objetivos:

- 6.5.1.** Ofrecer a los clientes un producto nutritivo y de calidad a un precio accesible
- 6.5.2.** Posicionar la pulpa de fruta en el mercado y en la mente de los consumidores
- 6.5.3.** Contar con el personal idóneo para el logro de los objetivos organizacionales y efectuar capacitaciones permanente con el fin de estar actualizados
- 6.5.4.** Utilizar adecuadamente los recursos que posee la empresa
- 6.5.5.** Incrementar el nivel de ventas para cada año en un 10%
- 6.5.6.** Obtener una rentabilidad que ayude al mejoramiento de la organización

6.6. VALORES

Son las actitudes y formas de ser que tienen las personas en relación al grupo humano, con el que convive y con los demás grupos sociales en donde desarrollan sus actividades.

Estos valores constituyen la plataforma empresarial que aplicado a cada momento conlleva al éxito de la persona.

6.7. POLÍTICAS

6.7.1. PRINCIPIOS

Son las reglas básicas que orientan el trabajo dentro de la organización. A continuación se detallan algunos principios básicos que debe aplicar el talento humano.

6.7.2. RESPONSABILIDAD

Es el cumplimiento a cualquier costo de las funciones encomendadas a una persona. Una actitud responsable conduce al éxito de la persona y su grupo de trabajo. La persona responsable es apreciada, considerada y sobre todo buscada o preferida para realizar trabajos en cualquier actividad. La responsabilidad es la base del trabajo en equipo.

6.7.3. LIDERAZGO

La conducción del grupo social hacia el logro de objetivos comunes. Es la influencia que ejerce una persona en un proceso de comunicación, involucrando a otras en el logro de una o varias metas. El líder se constituye como una persona emprendedora, con iniciativa y la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, desarrollando la capacidad de conducir equipos de trabajo eficientes.

6.7.4. RESPETO

Es la actitud ponderada de consideración y estima de unas personas a otras con referencia a la autoridad que ejercen sobre otra persona. Además se debe respetar la forma de ser de otras personas, sus pensamientos, gustos, preferencias, opiniones, etc., para poder llevar un ambiente adecuado y unas buenas relaciones interpersonales.

6.7.5. JUSTICIA

Es la virtud de dar equitativamente a cada persona lo que se merece tomando en cuenta los principios de equidad, razón y derecho. Dentro de la organización realizar el pago justo y oportuno a los empleados de acuerdo a las actividades y funciones que realicen.

6.7.6. EXCELENCIA

Todas las personas deben tener como un objetivo llegar a ser los mejores, mediante una calidad superior y de resultados óptimos en términos de eficiencia, eficacia y efectividad se llega a la excelencia, todos estos aspectos en beneficio de la organización.

6.7.7. COMPROMISO

Es la actitud que implica comprometerse como actores del proceso hacia el logro de una visión compartida, implica poner en juego las capacidades, para sacar adelante todo aquello que se ha confiado. Todas las personas que conforman la organización deben estar comprometidas para alcanzar los objetivos y el éxito de la organización.

6.8. ESTRUCTURA ORGÁNICA LINEAL

La empresa constituye un sistema de funciones y jerarquías, enlazados entre si y orientados hacia el objetivo común que es producir bienes o productos de calidad. Esta estructura se adapta al tipo de características de la empresa y el ambiente.

Con la determinación de la estructura organizativa, permite a la empresa ubicar a las unidades administrativas, jerarquizar para reducir la confusión

respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las actividades en los puestos.

En la organización lineal la autoridad se indica con claridad, evidenciándose la unidad de mando, también señala la trayectoria formal de comunicación de la organización. Las líneas de autoridad fluyen verticalmente desde la parte superior a la inferior de la estructura de la empresa y tiene diversas funciones asignando a cada director. Además la organización de línea es normalmente adecuada para empresas pequeñas. Cada jefe recibe y transmite todo lo que sucede en su área, ya que las líneas de comunicación se establecen con rigidez y tienen dos sentidos uno orientado hacia arriba que lo une al cargo superior y representa la responsabilidad frente al nivel más elevado y otro orientado hacia abajo que lo une a los cargos de los subordinados y representa su autoridad sobre el nivel más bajo.

6.8.1. NIVEL LEGISLATIVO

El nivel legislativo en la empresa lo constituye la Junta de Accionistas, es el más alto nivel, está integrado por los directivos o altos funcionarios.

Cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, resoluciones, etc., decidir sobre aspectos de mayor importancia de la organización.

6.8.2. NIVEL DIRECTIVO

Este nivel tiene la función primordial de planear, dirigir, y orientar la vida administrativa e interpretar los planes, programas y los transmite a los organismos operativos y auxiliares para su ejecución.

Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Es el segundo grado de autoridad y es el responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando. Puede delegar la autoridad más no la responsabilidad. Está representado por el gerente.

6.8.3. NIVEL ASESOR

Este nivel está integrado por expertos que tienen amplio dominio en determinada área del conocimiento.

Su función principal es de aconsejar, informar, preparar proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable e industrial y más áreas que tengan relación directa con la empresa.

6.8.4. NIVEL AUXILIAR

Es el personal responsable de eficiencia administrativa de los recursos, con que cuenta la empresa. Ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios oportunos.

Las actividades del nivel auxiliar tienen que ver con secretaría, archivo, contabilidad, estadísticas, transporte, seguridad entre otros.

6.8.5. NIVEL OPERATIVO

Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa, es el ejecutor material de las órdenes encomendadas por los niveles legislativo y directivo. Es el nivel inferior de la organización.

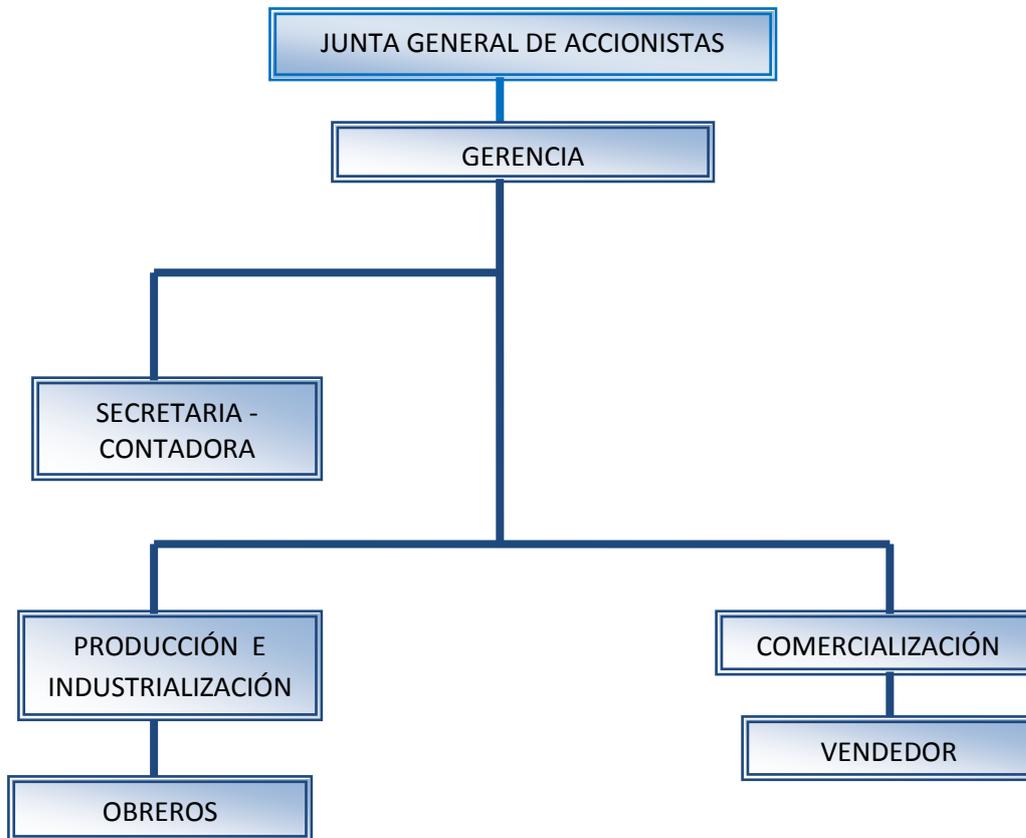
TRIÁNGULO DE NIVELES



CUADRO No. 55

Fuente: Organización Aplicada, Víctor Hugo Vásquez
Elaborado por: Las Autoras

6.9. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.9.1. DEFINICIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

6.9.1.1. GERENTE

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	PERFIL	FUNCIONES
GERENTE	<ul style="list-style-type: none">• Estudios Superiores en Administración de Empresas o carreras afines• Experiencia mínima de un año	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad administrativa y de gestión• Liderazgo y motivación• Habilidad para interrelacionarse con las personas• Responsabilidad• Habilidad para solucionar conflictos• Ética• Confiabilidad• Honradez	<ul style="list-style-type: none">• Responsable legal de la organización• Responsable por el manejo administrativo, operativo y financiero de la empresa• Utilizar la información disponible para la toma de decisiones• Realizar toda clase de gestiones, actos y contratos• Definir y hacer cumplir las políticas, lineamientos y normas para el funcionamiento de la empresa• Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos y orientar al logro de resultados• Realizar estrategias para el cumplimiento de las metas• Analizar y presentar los informes de las diferentes áreas• Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal, analizando la eficiencia del departamento• Administrar de manera adecuada los recursos• Coordinar la programación de actividades• Procurar un ambiente cordial entre el talento humano

6.9.1.2. JEFE DE PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	PERFIL	FUNCIONES
JEFE DE PRODUCCIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico o Ingeniero en Agronomía o Agroindustrias • Experiencia mínima de un año en actividades similares 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Tener buenas relaciones humanas • Honestidad • Ética • Don de Mando • Tener iniciativa en el trabajo • Actitud en trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la producción y la calidad del producto • Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan eficientemente • Supervisar al personal operativo en las labores del cultivo • Administrar la bodega de materiales e insumos • Elaborar el presupuestos de recursos materiales, insumos agrícolas y personal para el cultivo • Tomar medidas para la optimización del talento humano, de los recursos materiales y de producción • Analizar los costos de producción, sin disminuir la calidad • Llevar las estadísticas de producción • Realizar un plan de adquisición de materia prima • Investigar otros métodos de producción

6.9.1.3. JEFE DE COMERCIALIZACIÓN

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	PERFIL	FUNCIONES
JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnólogo o Ingeniero en Mercadotecnia • Experiencia mínima de un año 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Tener buenas relaciones humanas • Honestidad • Honradez • Dinámico • Tener iniciativa en el trabajo • Actitud de trabajo en equipo • Creativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la calidad del producto • Abrir nuevas plazas para el producto • Cumplir puntualmente con los pedidos • Organizar los documentos de soporte de la venta • Promover la imagen de la empresa • Planificar, dirigir y coordinar la venta del producto • Atender amable y cordialmente a los clientes • Realizar estudios de mercado • Mantener actualizada la información del mercado • Gestionar canales de comercialización adecuados • Crear el logotipo o mejorar la marca

6.9.1.4. SECRETARIA –CONTADORA

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	PERFIL	FUNCIONES
SECRETARIA-CONTADORA	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Contabilidad • Tener conocimiento de Secretariado • Experiencia mínima de un año • Manejar algunos paquetes contables • Conocimiento de Tributación 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad comprobada • Tener buenas relaciones humanas • Sentido de puntualidad • Confiabilidad • Objetividad • Ética y moral • Honradez • Capacidad de trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar informes contables • Realizar las obligaciones tributarias a tiempo • Dirigir las operaciones de la contabilidad general • Identificar y analizar los ingresos, egresos y gastos de la empresa e informar periódicamente al nivel ejecutivo • Llevar un registro de las transacciones en el libro diario general • Registrar las facturas, notas de venta, recibos y otros documentos • Analizar la cuenta de inventarios • Planificar las actividades necesarias para el cierre oportuno de la información contable • Liquidar el estado de pérdidas y ganancias • Mantener informados a los organismos de control sean internos o externos • Realizar los pagos de los servicios básicos puntualmente • Planificar las actividades del departamento para obtener los balances y estados financieros • Atender a los clientes y demás personas que visiten la empresa • Llevar al día la agenda del gerente • Llevar el libro de actas • Recibir y efectuar llamadas telefónicas • Programar citas con los clientes • Realizar cotizaciones de suministros • Tener el archivo general ordenado • Ordenar toda la documentación que se genera en su área • Acudir a las reuniones

6.9.1.5. VENDEDOR

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	PERFIL	FUNCIONES
VENDEDOR	<ul style="list-style-type: none"> • Egresado en Mercadotecnia o carrera afines • Experiencia mínima de un año 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Tener buenas relaciones humanas • Honestidad • Ética • Tener iniciativa en el trabajo • Actitud de trabajo en equipo • Poseer don de convencimiento • Ser dinámico • Creativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover las ventas en el local de distribución • Establecer contactos con los consumidores • Realizar la entrega oportuna del producto • Proporcionar la atención adecuada los clientes • Efectuar un plan de entrega del producto • Coordinar las actividades de venta con el jefe de comercialización • Promover una buena imagen de la empresa • Organizar los documentos que se generen en el punto de distribución • Entregar la información necesaria que solicite el jefe del departamento o el gerente • Tener el punto de venta en condiciones adecuadas para brindar una buena imagen • Llenar los registros de salida del producto final • Enviar los informes de ventas diariamente, semanal y mensualmente • Entregar afiches a los consumidores

6.9.1.6. OBREROS

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITOS	PERFIL	FUNCIONES
OBREROS	<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimientos en actividades agrícolas • Experiencia en el cultivo de Arazá 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable en las actividades que realiza • Puntual • Actitud de trabajo en equipo • Colaborador • Dinámico 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir responsablemente las actividades encomendadas • Realizar labores de fertilización, poda, cosecha, poscosecha entre otras. • Efectuar el mantenimiento básico de las herramientas de la planta • Distribuir el abono en las plantas en el tiempo necesario • Recepción y empleo de la materia prima, para la elaboración de la pulpa • Manejar adecuadamente los equipos, maquinaria y herramientas • Limpieza de las plantas • Verificar el proceso de almacenamiento y empaque de la fruta • Transportar el producto terminado

6.10.SISTEMA DE CONTABILIDAD APLICABLE A LA EMPRESA

La empresa para llevar la contabilidad debe tener un plan de cuentas, libros de registros y políticas de control, que permitan tener la información oportunamente.

6.10.1. POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO

El control interno de contabilidad se orienta hacia la protección de los bienes de la empresa y sus recursos financieros, para obtener informes contables y financieros de mayor confiabilidad. Además el control de transacciones es fundamental, ya que son los elementos básicos que originan los registros contables y debe pasar por autorización, aprobación, ejecución y registros. La empresa debe aplicar estos instrumentos de acuerdo a sus necesidades.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS MATRIZ DE VALORACIÓN

Con el objetivo de analizar en forma cuantitativa y cualitativamente se determina la matriz de valoración, en la cual se indica el valor positivo y negativo de la siguiente manera:

VALOR	SIGNIFICADO
-3	Negativo Nivel Alto
-2	Negativo Nivel Medio
-1	Negativo Nivel Bajo
0	Ni Negativo, Ni Positivo
1	Positivo Nivel Bajo
2	Positivo Nivel Medio
3	Positivo Nivel Alto

Con la matriz permite crear los criterios para cada impacto del proyecto.

7.1 IMPACTO SOCIAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de fuentes de trabajo							X
Mejoramiento de la calidad de vida							X
Progreso continuo						X	
Imagen empresarial						X	
Estabilidad familiar						X	
TOTAL						6	6

Fuente: Datos Originales

Elaborado por: Las Autoras

Impacto Social = **12/5**
 Impacto Social = **2.4**
 Nivel de Impacto: **Medio Positivo**

7.1.1 ANÁLISIS

La creación de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, está orientada a generar fuentes de trabajo en el área agrícola, industrial y comercial, para las personas que viven en la zona de Lita y sus alrededores, mejorará la calidad de vida de los trabajadores debido a que tendrán mayores ingresos, logrando de esta manera la estabilidad familiar evitando que las personas tengan que salir a otras ciudades. Además el poner en marcha este proyecto ayudará a que la zona tenga un progreso significativo y continuo ante las demás ciudades y crear una imagen empresarial.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Nivel de ingresos						X	
Generación de empleo							X
Desarrollo de la actividad agrícola, industrial y comercial						X	
Rentabilidad						X	
TOTAL						6	3

Fuente: Datos Originales
 Elaborado por: Las Autoras

Impacto Económico = **9/4**
 Impacto Económico = **2.2**
 Nivel de Impacto: **Medio Positivo**

7.2.1 ANÁLISIS

La implantación de este proyecto permite generar fuentes de empleo y por ende mejorar los niveles de ingresos de las familias que directa e indirectamente están vinculadas en los procesos de producción, industrialización y comercialización de la fruta, con lo cual se crea un ambiente de desarrollo de estas actividades, logrando que la organización y quienes la integran obtengan una rentabilidad con el adecuado uso de los recursos tanto humano, material, ambiental y económico.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Desarrollo de la actividad productiva							X
Manejo de desechos						X	
Contaminación del aire					X		
Preservación del suelo						X	
Explotación de recursos naturales						X	
TOTAL					1	6	3

Fuente: Datos Originales

Elaborado por: Las Autoras

Impacto Ambiental = **10/5**

Impacto Ambiental = **2**

Nivel de Impacto: **Medio Positivo**

7.3.1 ANÁLISIS

El cultivo, proceso y la venta de arazá permite desarrollar la actividad productiva, cumpliendo con parámetros de calidad y evitando la contaminación, para ello la empresa contará con un adecuado manejo de

desechos, con el fin de preservar el suelo utilizando abono orgánico, disminuyendo la aplicación químicos y en mínima cantidad los fungicidas con medidas de seguridad que garanticen la no contaminación del ambiente. La explotación de los recursos naturales se realizará en forma adecuada cumpliendo con las disposiciones del ministerio del ambiente.

7.4 IMPACTO GENERAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						X	
Impacto Económico						X	
Impacto Ambiental						X	
TOTAL						6	

Fuente: Datos Originales

Elaborado por: Las Autoras

Impacto General = **6/2**

Impacto General = **2**

Nivel de Impacto: **Medio Positivo**

7.4.1 ANÁLISIS

Por todo lo expuesto en los impactos referentes al presente proyecto, indica que tendrá un impacto medio positivo, lo cual representa que resulta beneficiosa la creación de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá en la zona de Lita.

CONCLUSIONES

- En la provincia de Imbabura en la parroquia de Lita, existen productores de esta fruta, quienes la comercializan en forma natural y esperan que sus beneficios nutricionales se difunda en la región norte.
- De acuerdo a la investigación de campo, la pulpa de arazá, tienen aceptación en la zona urbana de Ibarra, en cafeterías, restaurantes y consumidor final. Por ello con la industrialización de la fruta de arazá, se ofrece al mercado un producto de calidad, nutritivo, llamativo por sus características orgánicas y así aportar a una alimentación sana.
- La localización de la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, es en la parroquia de Lita, lugar idóneo para su cultivo y donde se encuentra la materia prima necesaria para el proceso productivo.
- De acuerdo al estudio económico financiero, se requiere de una inversión de \$ 85.628, del cual el 70% será financiado por la Corporación Financiera Nacional. Obteniendo resultados favorables en el VAN de \$ 58.875,38; TIR de 42,20% y un período de recuperación de 3 años, concluyendo que es un proyecto atractivo y rentable.
- La empresas debe contar con el talento humano adecuado, que posea las competencias adecuadas, para el logro de objetivos y el éxito de la organización, cubriendo las expectativas en el mercado
- Con la implementación del proyecto, se considera que tiene efectos positivos en el ambiente, ya que se utiliza técnicas apropiadas en las diferentes etapas productivas

RECOMENDACIONES

- Trabajar conjuntamente con los agricultores de Lita, para intensificar la producción con el fin de ofrecer la pulpa de fruta al Cantón.
- Por ser un producto nuevo se debe realizar un plan de marketing, con el objetivo de dar a conocer los beneficios y valores nutricionales que posee la pulpa de arazá, para garantizar las ventas de la empresa.
- Realizar degustaciones en los lugares de mayor afluencia, con el fin de posicionar el producto en la mente de los consumidores. Además efectuar diagnósticos continuos para conocer la aceptación del producto, el grado de competencia, las necesidades, exigencias de los consumidores y las nuevas oportunidades en otras ciudades.
- Crear la empresa de producción, industrialización y comercialización de arazá, que brinde al mercado un producto de calidad, competitivo y que pueda satisfacer la necesidad de los consumidores al momento oportuno.
- Contar con el servicio de profesionales especializados en las tres etapas de la empresa, para alcanzar los objetivos de la organización.
- Cumplir con las disposiciones del Ministerio del Ambiente, ofrecer un producto orgánico y disminuir el uso de químicos

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁGUEDA, E; CONSUEGRA, D; MILLÁN, A; Introducción al Marketing. Editorial Ariel S.A. España. 2008

ANZOLA, S; Administración de Pequeñas Empresas. Segunda Edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana. México 2007

BACA, G; Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. McGraw-Hill-Interamericana. México 2006

BRAVO, M; Contabilidad General. Novena Edición. Editorial Nuevo día. Quito 2009

CÓRDOBA, M; Formulación y Evaluación de Proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá 2009

COULTER, R; Administración. Décima Edición. Editorial Pearson Educación. México, 2010

GARCÍA, J; Ambientes con Recursos Tecnológicos. Primera Edición. Editorial Universidad Estatal a Distancia. San José Costa Rica. 2004

HERNÁNDEZ, M; BARRERA; J; CARRILLO, M; Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas (Sinchi), Arazá, Bogotá –Colombia, 2006

HERNÁNDEZ, S Y RODRÍGUEZ; Administración Teoría, Proceso, Áreas y Estrategias para la competitividad. Segunda Edición. 2008

INSTITUTO AMAZÓNICO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS, Aspectos biológicos y conservación de frutas promisorias de la Amazonia Colombiana, Editorial Produmedios, Bogotá, DC-Colombia, 2004

JÁCOME, W; Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. Editorial Universitaria. Ibarra, 2005

Kloter, P; y Armostrong, G; Principios de Marketing. Editorial Pearson Prentice Hall. Madrid 2008

KRUGMAN, P. y WELLS, R; Introducción a la Economía: Microeconomía. Editorial Reverte S.A. Barcelona-España. 2007

MONTEROS, E; Manual de Gestión Microempresarial. Editorial Universitaria. Ibarra 2005

REINOSO, V; El Proceso Administrativo y su Aplicación en las Empresas. Ed. Pedagógica Freire. Riobamba-Ecuador.

SECRETARÍA PRO TEMPORE, FAO VENEZUELA; Manual técnico, Araza (Eugenia Stipitata) Cultivo y utilización, editorial A& C Impresores, Venezuela, 1999

SUQUILANDA, M; Arazá Manual para la producción orgánica, Editorial

FUNDAGRO, UPS; Quito, 1995.

VÁSQUEZ, V; Organización y Métodos. Segunda Edición. Quito, 2002

ZAPATA, P; Contabilidad General, Editorial McGraww Interamericana, México, 2008

LINCOGRAFÍA

www.agroinformacion.com

www.gestiopolis.com

www.monografias.com

www.sica.gob.ec

www.mitecnologico.com

www.bolsaamazonia.com

www.inec.gob.ec

www.ecuadorexporta.org

AMEXOS

Anexo 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A CAFETERÍAS y RESTAURANTES DE IBARRA

OBJETIVO

Identificar la demanda de pulpa de arazá en el Cantón Ibarra.

Datos Informativos

Nombre del Establecimiento

Cafetería ()

Restaurante ()

1. Para la preparación de jugos utiliza pulpa de frutas

Siempre

Rara vez

Casi siempre

Nunca

2. ¿Cual es la presentación que usualmente compra de pulpa?

250 gr.

450 gr.

500 gr.

3. ¿Con que frecuencia compra pulpa?

Diario

Quincenal

Semanal

Mensual

4. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la presentación que usualmente compra?

1,00-1,50

1,51-2,00

Más de 2,00

5. ¿Cuántas presentaciones de pulpa compra habitualmente?

1 a 3

4 a 6

Más de 7

6. ¿Cuáles son las características que considera más importantes al momento de comprar la pulpa?

Aroma

Color

Sabor

Consistencia

Envase

Precio

7. De acuerdo a su criterio que tipo de presentación prefiere

Envase de Vidrio

Sachet

Fundas

Otros

8. Estaría dispuesto a comprar pulpa de arazá

Si

No

Por

qué.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A PEQUEÑOS PRODUCTORES DE ARAZÁ EN LITA

1. **¿Qué tiempo lleva en el cultivo de Arazá?**
1 a 2 años 3 a 5 años Más de 6 años
2. **¿Qué extensión de terreno utiliza para la producción de Arazá?**
1/2 a 1 hectárea 1 1/2 a 2 hectárea 3 a 6 hectárea
3. **¿Cuántas plantas de Arazá tiene cultivadas?**
1 a 50 Plantas 51 a 100 Plantas Más de 100 Plantas
4. **¿Qué tiempo tiene de vida útil la planta de Arazá?**
1 a 5 años 6 a 10 años Más de 11 años
5. **¿A qué tiempo empieza a producir la planta de Arazá?**
1 a 2 años 2 a 5 años
6. **¿Con qué frecuencia cosecha el Arazá?**
Diario Semana Mensual
7. **¿Cuántos kilos de Arazá produce cada planta?**
1 a 30 Kg 31 a 50 Kg Más de 51 Kg
8. **¿Con cuántas personas cuenta para el cultivo?**
1 a 2 Personas 3 a 4 personas Ninguna
9. **La mano de obra que utiliza para la producción de Arazá es:**
Calificado Poca Calificado
10. **¿Cómo se realiza la producción de Arazá?**
Tradicional Tecnificada
11. **¿Cuál es la forma de transportar el Arazá?**
Cajas Fundas Otros
12. **¿Cuánto tiempo dura la fruta después de su cosecha?**
1 a 4 días 5 a 8 días

13. ¿De qué forma vende el Arazá?

Natural Procesado

14. ¿Quiénes son sus principales compradores?

Pobladores Turistas Intermediarios

15. Considera usted que la producción de Arazá es: muy rentable o poco rentable.

Muy Rentable Poco Rentable

16. ¿Con qué tipo de financiamiento cuenta para la producción del Arazá?

Propio Inst. Financieras Otros

17. ¿Utiliza algún tipo de químico para la producción?

Mucho Poco Nada

18. ¿A qué precio vende usted el kilo de Arazá?

0,80 a 1,00 usd 1,25 a 1,50 usd

19. ¿Cómo vendería la fruta que usted produce?

Directo al Consumidor Intermediarios

20. ¿Cree necesario que exista una empresa que industrialice el Arazá?

SI NO

Porqué.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTAS REALIZADAS A CONSUMIDORES FINALES DE LA CIUDAD DE IBARRA

1. ¿Compra usted pulpa de frutas?

SI NO

2. ¿Según su criterio a qué se debe el consumo de pulpa?

Sabor Nutrición Precio calidad

3. ¿Dónde compra usted la pulpa de frutas?

Supermercado Tiendas Productores Otros

4. ¿Con qué frecuencia adquiere la pulpa?

Una vez al mes Una vez en quince una vez por semana

5. ¿Cuántos kilos de pulpa compra?

1 a 5 Kg 6 a 10 Kg Más de 10 Kg

6. ¿Conoce usted la fruta de arazá?

Mucho Poco Nada

7. ¿Tiene conocimiento del valor nutritivo del arazá?

Mucho Poco Nada

8. ¿Le gustaría comprar pulpa de arazá?

SI NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4

PROCESO DE PRODUCCIÓN



PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN



PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



Anexo 5

ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

No.	CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL REMUNERACIÓN 2012	2013	2014	2015
1	Gerente	600.00	7,200.00	802.80	600.00	600.00	264.00	300.00	9,766.80	10,157.47	10,563.77	10,986.32
2	Secretaria Contadora	350.00	4,200.00	468.30	350.00	350.00	264.00	175.00	5,807.30	6,039.59	6,281.18	6,532.42
3	Jefe de Producción	450.00	5,400.00	602.10	450.00	450.00	264.00	225.00	7,391.10	7,686.74	7,994.21	8,313.98
4	Jefe de Comercialización	450.00	5,400.00	602.10	450.00	450.00	264.00	225.00	7,391.10	7,686.74	7,994.21	8,313.98
5	Vendedor	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.05	4,807.97	5,000.28
TOTAL									\$ 30,356.30	\$ 31,570.55	\$ 32,833.37	\$ 34,146.71

ROL DE PAGOS PERSONAL OPERATIVO

No.	CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL REMUNERACIÓN 2012	2013	2014	2015
1	Obrero 1	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
2	Obrero 2	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
3	Obrero 3	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
4	Obrero 4	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
5	Obrero 5	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
6	Obrero 6	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
7	Obrero 7	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
8	Obrero 8	264.00	3,168.00	353.23	264.00	264.00	264.00	132.00	4,445.23	4,623.04	4,807.96	5,000.28
TOTAL									\$ 35,561.86	\$ 36,273.09	\$ 36,998.55	\$ 37,738.53