



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**EXPORTACIÓN DE PULPA DE ARAZÁ A MIAMI – ESTADOS EN  
APORTE AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA PERIODO  
2015.**

**TUTOR:**

**MSC. JOSE LUIS GONZALEZ**

**AUTOR:**

**JULIO CÉSAR ALBURQUERQUE RAMBAY**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> EXPORTACIÓN DE PULPA DE ARAZÁ A MIAMI – ESTADOS UNIDOS EN APORTE AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA PERIODO 2015	
<b>AUTOR:</b> JULIO CÉSAR ALBURQUERQUE RAMBAY	<b>REVISORES:</b> MsC. JOSE LUIS GONZALEZ
<b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD LAICA “VICENTE ROCAFUERTE” DE GUAYAQUIL	<b>FACULTAD</b> ADMINISTRACIÓN
<b>CARRERA:</b> COMERCIO EXTERIOR	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>No. DE PÁG(s):</b> 108
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Comercio Exterior	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Exportación, pulpa, arazá, demanda, oferta, factibilidad.	
<b>RESUMEN:</b> Las exportaciones representan el principal rubro de ingresos en las economías de los países en vías de desarrollo, que tratan de aprovechar sus recursos propios para comercializar bienes al extranjero, que le reditúan por el trabajo realizado en el territorio nacional, por ello se planteó como objetivo general determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos en el período 2015, para lo que se aplicó la metodología deductiva, descriptiva, cuantitativa, de campo y bibliográfica, con uso de la encuesta aplicada a los productores y a los clientes potenciales del mercado meta, obteniéndose como hallazgos del estudio de mercado que la demanda insatisfecha de pulpa de arazá proyectada para el 2017 será 214.689,09 Kg., con captación esperada de 7% y ocupación plena del 80% de capacidad de producción (60.113 Kg.), incentivando a clientes potenciales con las estrategias de Marketing 4 P’s, de tipo promocional, publicitario y comercialización a través de canales de distribución adecuados, apoyándose en las herramientas de Marketing y tecnología informática, para captar el interés de los extranjeros radicados en otros países, mediante redes sociales, videoconferencia y otros recursos de difusión de publicidad y promoción de los beneficios que ofrece el arazá para los consumidores, en nutrición y sabor agradable, con requerimientos de producción de 4.277 Kg. a 5.465 Kg. de pulpa de arazá, estimándose que la consecución de los recursos se recuperará en 3 años y 10 meses, con una tasa TIR de 33,21%, VAN de \$232.350,64 que supera la inversión inicial de \$106.220,66, en conclusión se determinó la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos, con un aporte significativo al buen vivir.	
<b>No. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>No. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Julio Cesar Alburquerque Rambay	<b>Teléfono:</b> 0997568115
	<b>E-mail:</b> juliojcar@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Msc. Rosa Hinojosa de Leimberg, Decana
	<b>Teléfono:</b> 2596500 Ext. 201 Decana <b>E-mail:</b> <a href="mailto:rhinojosal@ulvr.edu.ec">rhinojosal@ulvr.edu.ec</a>

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante egresado, Julio Cesar Alburquerque Rambay, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabiliza con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el tema: Exportación de Pulpa de Arazá a Miami – Estados Unidos en Aporte al Cambio de la Matriz Productiva Periodo 2015

---

Julio Cesar Alburquerque Rambay

C.I. 0919250993

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación Exportación de Pulpa de Arazá a Miami – Estados en Aporte al Cambio de la Matriz Productiva Periodo 2015.

Nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

**CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Exportación de Pulpa de Arazá a Miami – Estados en Aporte al Cambio de la Matriz Productiva Periodo 2015, presentado por el estudiantes Julio Cesar Alburquerque Rambay como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Licenciado en Comercio Exterior encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

---

MSC. JOSE LUIS GONZALEZ

C.I. 0920144661

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitivamente a Dios, quien me la dado la vida protección y fuerza para culminar mi carrera. Lo que a mi punto de vista me parecía una misión imposible. Él lo hizo realidad.

A mis padres que me ayudaron y me guiaron el mi vida universitaria, en este retoñar de mi vida profesional está dedicado todo el esfuerzo que ellos implementaron en mi bienestar.

A mi esposa e hija, que durante estos años de carrera han sabido apoyarme para continuar y nunca renunciar, gracias por su amor incondicional y por su ayuda en mi proyecto.

A mis hermanas, que con sus consejos me han ayudado afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

A todos los profesores por su enseñanzas e instruirme con sus conocimientos, experiencias y consejos impartidos a lo largo de mi vida estudiantil.

De igual manera agradecer a mi tutor de Investigación José Luis González por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

## **DEDICATORIA**

Dedico este esfuerzo y logro universitario principalmente a Dios que me dio la fortaleza y sabiduría necesaria para llegar hasta estas instancias en donde estoy a punto de concluir mi carrera Universitaria.

No podría dejar de mencionar a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora he conseguido. Su constancia y lucha incansable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

También dedico este proyecto a mi esposa Noemí Casanova y a mi hija Bianka Valentina Albuquerque, compañeras inseparable de cada jornada. Ellas representaron mi gran esfuerzo y firmeza.

A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

# ÍNDICE GENERAL

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	7
Tabla No. 2: COMPOSICIÓN DEL ARAZÁ Y DEL PRODUCTO .....	17
Tabla No. 3: DISTRIBUCIÓN DEL CULTIVO DEL ARAZÁ.....	18
Tabla No. 4: EDAD .....	25
Tabla No. 5: GÉNERO .....	26
Tabla No. 6: ACEPTARÍA CULTIVAR EN MAYOR PROPORCIÓN .....	27
Tabla No. 7: RENTABILIDAD DE CULTIVAR ARAZÁ.....	28
Tabla No. 8: DESAPROVECHAMIENTO DEL ARAZÁ.....	29
Tabla No. 9: EXISTENCIA DE DESPERDICIO.....	30
Tabla No. 10: APROVECHAMIENTO DE ARAZÁ PARA EXPORTACIÓN.....	32
Tabla No. 11: POTENCIAL PROTEICO Y DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL.....	33
Tabla No. 12: CONSERVACIÓN DEL ARAZÁ.....	34
Tabla No. 13: GENERACIÓN DE TRABAJO .....	35
Tabla No. 14: GENERACIÓN DE DIVISAS .....	36
Tabla No. 15: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN.....	37
Tabla No. 16: EDAD .....	44
Tabla No. 17: GÉNERO .....	45
Tabla No. 18: NIVEL ACADÉMICO .....	46
Tabla No. 19: CONOCIMIENTO DEL ARAZÁ .....	47
Tabla No. 20: CONSUMO DEL ARAZÁ AL CONOCER SUS BENEFICIOS .....	48
Tabla No. 21: FRECUENCIA DE CONSUMO DE PULPA DE ARAZÁ .....	49
Tabla No. 22: PREFERENCIA DE PRESENTACIÓN DEL ARAZÁ.....	50
Tabla No. 20: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN.....	51
Tabla No. 24: DISPOSICIÓN A PAGAR POR PULPA DE 250 GR.....	52
Tabla No. 25: LUGARES PARA LA COMPRA DE LA PULPA DE ARAZÁ.....	53
Tabla No. 26: MEDIO DE PROPAGACIÓN DE BENEFICIOS DEL ARAZÁ.....	54
Tabla No. 27: PROMOCIÓN DE PULPA DE ARAZÁ.....	55

Tabla No. 28: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA OBTENCIÓN DE MEDIA PONDERADA.....	56
Tabla No. 29: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA OBTENCIÓN DE MEDIA PONDERADA.....	57
Tabla No. 30: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE ARAZÁ EN KG..	58
Tabla No. 31: OFERTA HISTÓRICA DE PULPA DE ARAZÁ.....	59
Tabla No. 32: PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PULPA DE ARAZÁ EN KG.....	60
Tabla No. 33: DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	60
Tabla No. 34: DEMANDA A CAPTAR. ....	61
Tabla No. 35: VOLUMEN DE PRODUCCIÓN ESPERADO DEL PROYECTO EN KG. DE PULPA DE ARAZÁ .....	61
Tabla No. 36: PRECIOS DE PULPA DE FRUTAS EN EL MERCADO LOCAL.....	65
Tabla No. 37: RESUMEN PLAN DE PRODUCCIÓN. KG. PULPA DE ARAZÁ. PRIMER AÑO.....	67
Tabla No. 38: PLAN DE DISTRIBUCIÓN SEMANAL A CANALES DE COMERCIALIZACIÓN. EN KG. DE PULPA DE ARAZÁ. PRIMER AÑO. ....	68
Tabla No. 39: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN ANUAL.....	69
Tabla No. 40: INVERSIÓN FIJA.....	75
Tabla No. 41: TERRENOS Y CONSTRUCCIONES.....	76
Tabla No. 42: MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	77
Tabla No. 43: ACTIVOS INTANGIBLES.....	78
Tabla No. 44: EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA.....	78
Tabla No. 45: COSTOS DE OPERACIÓN ANUAL.....	79
Tabla No. 46: MATERIALES DIRECTOS.....	79
Tabla No. 47: MANO DE OBRA DIRECTA.....	80
Tabla No. 48: GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	80
Tabla No. 49: MATERIALES INDIRECTOS.....	81
Tabla No. 50: DEPRECIACIONES, SEGUROS, REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.....	82
Tabla No. 51: SUMINISTROS DE FABRICACIÓN.....	83
Tabla No. 52: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	83
Tabla No. 53: SUELDOS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	84
Tabla No. 54: GASTOS GENERALES.....	85
Tabla No. 55: COSTOS DE VENTAS.....	85
Tabla No. 56: SUELDOS AL PERSONAL DE VENTAS.....	86

Tabla No. 57: GASTOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN. ....	86
Tabla No. 58: INVERSIÓN TOTAL.....	87
Tabla No. 59: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.....	88
Tabla No. 60: CUADRO DE INTERESES ANUALES QUE SE DEBE ABONAR A LA ENTIDAD FINANCIERA.....	89
Tabla No. 61: PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS POR VENTAS.....	90
Tabla No. 62: DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	91
Tabla No. 63: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	93
Tabla No. 64: BALANCE ECONÓMICO DE FLUJO DE CAJA.....	94
Tabla No. 65: DETERMINACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS.....	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1: ZONAS DE CULTIVO	16
Figura No. 2: DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE CULTIVO DEL ARAZÁ.	18
Figura No. 3: EDAD	26
Figura No. 4: GÉNERO	27
Figura No. 5: ACEPTARÍA CULTIVAR	28
Figura No. 6: RENTABILIDAD DE CULTIVAR ARAZÁ	29
Figura No. 7: DESAPROVECHAMIENTO DEL ARAZÁ	30
Figura No. 8: EXISTENCIA DE DESPERDICIO	31
Figura No. 9: APROVECHAMIENTO DE ARAZÁ PARA EXPORTACIÓN	32
Figura No. 10: POTENCIAL PROTEICO Y DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	33
Figura No. 11: CONSERVACIÓN DEL ARAZÁ	34
Figura No. 12: GENERACIÓN DE TRABAJO	35
Figura No. 13: GENERACIÓN DE DIVISAS	36
Figura No. 14: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN	37
Figura No. 15: EDAD	44
Figura No. 16: GÉNERO	45
Figura No. 17: NIVEL ACADÉMICO	46
Figura No. 18: CONOCIMIENTO DEL ARAZÁ	47
Figura No. 19: CONSUMO DEL ARAZÁ AL CONOCER SUS BENEFICIOS	48
Figura No. 20: FRECUENCIA DE CONSUMO DE PULPA DE ARAZÁ	49
Figura No. 21: PREFERENCIA DE PRESENTACIÓN DEL ARAZÁ	50
Figura No. 22: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN	51
Figura No. 23: DISPOSICIÓN A PAGAR POR PULPA DE 250 GR.	52
Figura No. 24: LUGARES PARA LA COMPRA DE LA PULPA DE ARAZÁ	53
Figura No. 25: MEDIO PUBLICITARIOS DE BENEFICIOS DEL ARAZÁ	54
Figura No. 26: PROMOCIÓN DE PULPA DE ARAZÁ	55
Figura No. 27: MARCA, LOGOTIPO Y ESLÓGAN.	62
Figura No. 28: DISEÑO DEL ENVASE Y ETIQUETA.	63
Figura No. 29: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.	64
Figura No. 30: CANALES DE DISTRIBUCIÓN.	66

Figura No. 22: PLAN DE PRODUCCIÓN EN KG. DE PULPA DE ARAZÁ. PRIMER AÑO.	67
Figura No. 32: PROCESO DE ELABORACIÓN DE PULPA DE ARAZÁ.	70
Figura No. 33: ORGANIGRAMA.	73
Figura No. 34: GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.	92

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1. ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DEL ARAZÁ PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD TÉCNICA DE PROVEER LA FRUTA PARA LA EXPORTACIÓN A LOS MERCADOS INTERNACIONALES.....	104
Anexo No. 2. ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES ECUATORIANOS DEL ARAZÁ EN MIAMI.....	105
Anexo No. 3. CRONOGRAMA DE TRABAJO .....	108

## RESUMEN

Las exportaciones representan el principal rubro de ingresos en las economías de los países en vías de desarrollo, que tratan de aprovechar sus recursos propios para comercializar bienes al extranjero, que le reedituen por el trabajo realizado en el territorio nacional, por ello se planteó como objetivo general determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos en el período 2015, para lo que se aplicó la metodología deductiva, descriptiva, cuantitativa, de campo y bibliográfica, con uso de la encuesta aplicada a los productores y a los clientes potenciales del mercado meta, obteniéndose como hallazgos del estudio de mercado que la demanda insatisfecha de pulpa de arazá proyectada para el 2017 será 214.689,09 Kg., con captación esperada de 7% y ocupación plena del 80% de capacidad de producción (60.113 Kg.), incentivando a clientes potenciales con las estrategias de Marketing 4 P's, de tipo promocional, publicitario y comercialización a través de canales de distribución adecuados, apoyándose en las herramientas de Marketing y tecnología informática, para captar el interés de los extranjeros radicados en otros países, mediante redes sociales, videoconferencia y otros recursos de difusión de publicidad y promoción de los beneficios que ofrece el arazá para los consumidores, en nutrición y sabor agradable, con requerimientos de producción de 4.277 Kg. a 5.465 Kg. de pulpa de arazá, estimándose que la consecución de los recursos se recuperará en 3 años y 10 meses, con una tasa TIR de 33,21%, VAN de \$232.350,64 que supera la inversión inicial de \$106.220,66, en conclusión se determinó la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos, con un aporte significativo al buen vivir.

**Palabras claves:** Exportación, pulpa, arazá, demanda, oferta, factibilidad.

## ABSTRACT

Exports will represent the main item of income in the economies of the developing country, trying to exploit their own resources to market goods abroad, which reditúen for work done in the country, so they settled the objective General determine the feasibility of exporting pulp arazá to Miami - United States in the period 2015 to what deductive, descriptive, quantitative, field and literature methodology was applied with use of the survey of producers and potential customers of the target market, obtaining as market research findings that the unmet demand for pulp arazá projected for 2017 will be 214,689.09 Kg., with expected uptake of 7% and 80% occupancy full production capacity ( 60113 Kg.), encouraging potential customers with marketing strategies 4 P's, promotional, advertising and marketing through appropriate channels of distribution type, based on the marketing tools and information technology, to capture the interest of foreigners living in other countries, through social networks, videoconferencing and other resources for the dissemination of advertising and promotion of the benefits arazá for consumers, nutrition and palatability, with production requirements of 4,277 kg. to 5.465 Kg. of pulp arazá estimated that achieving the resources will be recovered in 3 years and 10 months, with a rate of 33.21% IRR, NPV of \$ 232,350.64 which exceeds the initial investment of \$ 106,220.66, in conclusion determined the feasibility of export pulp arazá to Miami - United States, with a significant contribution to good living.

**Keywords:** Export, pulp, arazá, demand, supply, feasibility.

## INTRODUCCIÓN

La actividad de la exportación es una de las más relevantes para las economías de los pueblos, tanto así que la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) la estableció como una de las estrategias claves dentro de su estrategia para el progreso sostenido de los países en vías de desarrollo.

Si bien es cierto, el desarrollo económico de los países en vías de desarrollo se sustenta en las exportaciones de los recursos naturales que explota, especialmente aquellos inmersos en la actividad agrícola, la escasa industrialización de los mismos ha incidido para que no se marque el progreso deseado en estas naciones.

Ecuador es un país que ha basado el desarrollo de su economía en la actividad petrolífera y en el sector agrícola, ambos ramos económicos exportan productos crudos en la mayoría de los casos, por ello el Estado debe promover la agroindustria para fomentar un mayor progreso de las diferentes localidades que no han podido alcanzarlo con la producción y comercialización internacional de bienes no elaborados.

El arazá es otro de los productos originarios del oriente ecuatoriano que no han sido explotado adecuadamente, razón por la cual existe una gran cantidad de desperdicio de esta fruta en el sector rural, esto generó la idea que dio origen a la estructuración de la presente investigación que tuvo el objetivo de determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos, en aporte al cambio de la matriz productiva periodo 2015.

Mediante la aplicación de los criterios técnicos y científicos recomendados por las autoridades universitarias y de la unidad académica correspondiente, se estructuró la presente investigación que se refiere a las exportaciones de pulpa de

aráz a Miami – Estados Unidos en aporte al cambio de la matriz productiva periodo 2015 en cuatro capítulos.

La primera unidad abordó tópicos generales como es el caso del planteamiento del problema, que establece la importancia de aprovechar el arazá que se desperdicia en la actualidad en los lugares donde se los cultiva, así como la justificación, los objetivos y la hipótesis, de donde también se obtienen las variables.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico de la investigación, donde se describe las principales teorías correspondientes a las exportaciones y a la pulpa de arazá, que son las principales del estudio, que encierran a su vez el estudio de factibilidad, la determinación de la demanda, la oferta y las oportunidades existentes en el mercado que faciliten la identificación de la viabilidad del proyecto.

La tercera unidad extrajo los principales aspectos metodológicos, entre los cuales se citan los tipos de métodos teóricos y empíricos, la selección de la muestra poblacional y la aplicación de las técnicas e instrumentos con los cuales se pudo recopilar los datos esenciales para el desarrollo de las etapas de la propuesta, incluyendo la contratación de la hipótesis.

En la última unidad se desarrolló la propuesta que constó de tres fases que fueron el estudio de mercado donde se determinó la demanda insatisfecha, la etapa técnica que consistió en la identificación de los recursos físicos, humanos, técnicos, materiales y tecnológicos para la puesta en marcha del proyecto, así como la última fase donde se evaluó la factibilidad económica y financiera.

La investigación culmina con el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones generales, a la que prosiguieron los anexos y las referencias bibliográficas.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA A INVESTIGAR

### 1.1. Título

Exportación de pulpa de arazá. Miami – Estados Unidos en aporte al cambio de la matriz productiva periodo 2015

### 1.2. Planteamiento del problema

El arazá es una fruta originaria del Ecuador que es desaprovechada en los sectores rurales donde por lo general nace sin que prime ninguna técnica de cultivo, debido a que no se le ha dado la importancia necesaria porque no se ha creado un método adecuado para su conservación.

En el país se cultivan alrededor de 222 hectáreas de la fruta, con un rendimiento de 2.320 Kg./ha./año, obteniéndose una producción aproximada de 515 toneladas, de las cuales más de las tres cuartas partes se pierde en calidad de desperdicio y solo menos de una cuarta parte se utiliza para el autoconsumo o para la comercialización artesanal.

El problema que se evidenció en los sectores rurales ecuatorianos donde se cultiva el arazá, es que tenía que ser regalado y en la mayor parte de los frutos caen del árbol ya maduros y se pudren en menos de tres días, lo que significa que los productores de esta fruta, sembrada con mayor frecuencia en huertos familiares de los hogares ubicados en los cantones localizados en la línea limítrofe que divide la sierra y la costa, no le sacan provecho a este bien vegetal, cuyo contenido es rico en proteínas, minerales y vitaminas, además que tiene un rico sabor, que bien podría convertirse en un producto de potencial comercialización tanto interno como de exportación.

A su vez se pudo apreciar que el Ecuador fundamenta su economía en una actividad primaria, exportando productos tradicionales del sector agrícola en calidad de bien crudo, es decir, sin que se realice procesamiento alguno a los recursos que proporciona la tierra.

La limitada estrategia para promover las inversiones y las exportaciones en el país, aprovechando los recursos originarios del Ecuador, fue la causa para que en los años 2008 al 2010, las importaciones crezcan en mayor medida que las exportaciones, incluso con una balanza comercial que estaba tendiendo a un pronóstico negativo en algún periodo anual, por ello el Estado promulgó el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) e incrementó los aranceles de importación de algunos productos, para proteger la industria nacional y evitar que la balanza comercial sea negativa.

La promoción de las exportaciones es la única vía por medio de la cual el país puede fomentar la creación de empresas y la generación de fuentes de trabajo, que reduzcan la brecha de la pobreza.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cuál es la factibilidad para la exportación de pulpa de arazá a Miami – Estados Unidos, en aporte al cambio de la matriz productiva periodo 2015?

#### **1.3.1. Sistematización del problema**

- ¿Cómo realizar un estudio de mercado para la determinación de la demanda potencial insatisfecha de la pulpa de arazá en el mercado objetivo de Miami?
- ¿Cuáles son las estrategias de Marketing para la promoción del consumo de la pulpa de arazá en la población objetivo?
- ¿Cómo desarrollar un estudio técnico y de procesos de comercio exterior, para la determinación de los recursos requeridos que cubran las necesidades de la demanda a captar?

- ¿Cómo evaluar la propuesta para la verificación de su viabilidad?

#### **1.4. Delimitación del problema**

- **Campo:** Comercio Exterior.
- **Área:** Exportación.
- **Aspectos:** Exportación, Factibilidad, Pulpa, Arazá.  
**Tema:** La exportación de pulpa de arazá. Miami – Estados Unidos. en aporte al cambio de la matriz productiva periodo 2015
- **Delimitación geográfica – espacial:** Cantón Bucay de la Provincia del Guayas.
- **Delimitación temporal:** Año 2016.

#### **1.5. Justificación de la investigación**

La selección del presente tema de investigación nace de la necesidad de explotar recursos naturales originarios del Ecuador, que tienen alto potencial de convertirse en un producto de exportación, que generen fuentes de empleo y desarrollo económico, los cuales no han sido aprovechados de manera apropiada hasta la actualidad.

La importancia de la investigación radica en que con los resultados del proyecto se puede utilizar el arazá para la elaboración de pulpa de exportación, debido a su sabor y características propias, que pueden satisfacer las necesidades alimenticias de los consumidores de la localidad, generar empleo para la población y riquezas para el emprendedor y para el Estado, más aún cuando se conoce que la mayor parte de la producción de la fruta se desperdicia.

Los beneficiarios de la presente investigación serán entonces la población ecuatoriana, debido a que se fomentarán mayores fuentes de empleo con la creación de una empresa en el cantón Bucay para la producción de la pulpa de

aráz, además que se generarán divisas para el erario nacional y los emprendedores también se beneficiarán a través de las utilidades y la rentabilidad de este proyecto investigativo.

### **1.6. Objetivo general**

Determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de aráz, para la comercialización de este producto a los ecuatorianos radicados en Miami – Estados Unidos, en aporte al cambio de la matriz productiva período 2015.

### **1.7. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado utilizando instrumentos investigativos como la encuesta y el cuestionario a través de la videoconferencia, para la determinación de la demanda potencial insatisfecha de la pulpa de aráz en el mercado objetivo.
- Identificar las estrategias de Marketing con base en un estudio de las 4 P's en el mercado meta, para la promoción del consumo de la pulpa de aráz en la población objetivo.
- Desarrollar un estudio técnico y de procesos de comercio exterior, con el uso de diagramas y planes, para la determinación de los recursos requeridos que cubran las necesidades de la demanda a captar.
- Evaluar la propuesta con base en el cálculo de los indicadores económicos TIR, VAN, Pay Back, para la verificación de su viabilidad.

**Tabla No. 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>ÁMBITOS DE ANÁLISIS</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Independiente:</b>  Exportación	Proceso en el cual se comercializa bienes a destinos internacionales, ya sea a través de intermediarios o por medio propio, debiendo cumplir con todos los requisitos formales y legales para que se concrete esta actividad.	Aspectos técnicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de bondades nutricionales del arazá</li> <li>• Precio de pulpa de arazá</li> </ul>
		Aspectos legales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estándares internacionales</li> <li>• Aranceles</li> </ul>
		Plaza o Canal de distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agente exportador</li> <li>• Mayoristas y minoristas internacionales</li> </ul>
		Promoción y Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de audiencia de publicidad de pulpa de arazá.</li> <li>• Campaña de promociones de la pulpa de arazá.</li> <li>• Importancia del consumo de la vitamina A y C para la población infantil.</li> </ul>
<b>Dependiente:</b>  Consumo de pulpa de arazá	Su fruto tiene vitaminas A y B1, destacándose Vitamina C, tiene un elevado índice de Potasio y en menor grado Calcio, Magnesio y Fósforo; también aporta carbohidratos; es apto para producir jugos, mermeladas, helados; pulpa congelada, fruta disecada y obtener aromas para perfumes	Caracterización de la población objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• País</li> <li>• Cultura</li> <li>• Edad</li> <li>• Sexo</li> <li>• Instrucción</li> <li>• Actividad laboral</li> </ul>
		Demanda internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de consumo de pulpa de arazá</li> <li>• Cantidad de arazá que utiliza cada vez que consume</li> <li>• Cualidad que más le gusta del arazá</li> </ul>
		Oferta internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Países competidores</li> <li>• Tipos de productos</li> <li>• Presentaciones</li> </ul>

Fuentes: Propia.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Marco referencial

El marco referencial contiene los estudios relacionados con las variables de la producción y comercialización de arazá, en este caso referida a las exportaciones y la factibilidad de planificar esta actividad con presupuestos viables, motivo por el cual se realizó la búsqueda del estado del arte a través de las investigaciones que guardan relación con este tópico.

La tesis de grado de (Valenzuela, 2012), tuvo el objeto de determinar la factibilidad de la implementación del negocio correspondiente a la exportación de la pulpa de arazá, aplicando la metodología descriptiva y explicativa, empleando la encuesta, a través de los resultados siguientes: donde se pudo evidenciar que la riqueza agrícola del Ecuador permite la producción y exportación de exportaciones nuevas de productos no tradicionales, de modo que al realizar el análisis de mercado se pudo evidenciar una demanda superior a los 50.000 litros, con la generación de una tasa TIR de 33%, con un retorno de la inversión en 3 años y 4 meses aproximadamente, lo que significa que el proyecto es viable desde el punto de vista descriptiva.

(Macías, 2014), describió el estudio que tuvo como objeto el desarrollo de un plan de negocios para la exportación de pulpa de arazá, con aplicación de la metodología deductiva, descriptiva, enfocándose en el análisis cuantitativo, para sustentar en los hallazgos, que con la aplicación de las estrategias de mercado se pudo comercializar alrededor de 45.000 Kg. de pulpa de arazá, lo que supone una inversión superior a los \$180.000,00 para la obtención de una tasa TIR del 30% con una recuperación de capital en aproximadamente 3 años y 8 meses, es decir, que el plan de negocios es viable desde el punto de vista económico y de mercado.

La tesis de grado de (Aguirre & Sánchez, 2013) quien realizó un estudio con el objeto de determinar la factibilidad de producir y comercializar jugos naturales con base en el arazá, la implementación del negocio correspondiente a la exportación de la pulpa de arazá, aplicando la metodología descriptiva y explicativa, con base en la encuesta y datos cuantitativos, mediante los cuales se expresaron los siguientes resultados: se evidenció la existencia de un mercado considerable con una demanda superior a 60 mil litros, con la estrategia de diferenciación del producto, contando con recursos de alta tecnología y personal altamente capacitado, generando una inversión de \$129.226,24 en equipos, de \$12.600,00 en equipos de oficina, \$45.000,00 en vehículos y \$1.812,00 en permisos, una tasa TIR de 39,47% y un retorno del capital en 3 años, concluyéndose que el proyecto es factible.

Las investigaciones antecedentes demostraron que el arazá puede ser industrializado y comercializado tanto a nivel local, nacional, como también hacia los destinos internacionales, generando un rápido retorno de la inversión de acuerdo a lo que menciona la teoría económica relacionada con los planes de negocios, avalando de esta manera el desarrollo del presente proyecto.

## **2.2. Fundamentación teórica**

Los antecedentes investigativos resultan de gran importancia para la fundamentación de la investigación, sin embargo, los fundamentos teóricos destacan además de las conceptualizaciones de mayor relevancia, el nexo que vincula a la variable independiente con la dependiente.

Al respecto, se toma la teoría más relevante acerca del arazá como recursos original proveniente de la región amazónica ecuatoriana y el plan de negocios, en este caso referido a las exportaciones que es uno de los componentes del comercio exterior, tomado como base para el desarrollo de este apartado.

### **2.2.1. Exportación**

El comercio exterior es una carrera que tiene afinidad con las ciencias administrativas, se trata del mismo comercio que se mantiene entre proveedores, fabricantes y clientes, pero con alcance al ámbito internacional, donde uno de sus componentes es la exportación de bienes.

En el siguiente apartado se pone énfasis en los principales conceptos de las exportaciones, aclarando su importancia en el contexto nacional e internacional, tomando como referencia además, aspectos relacionados con el plan de negocios y con la población ecuatoriana que se encuentra en el extranjero.

### **2.2.2. Concepto de Exportación**

Desde la antigüedad, los individuos dedicados a la actividad comercial, exportaron diversidad de productos hacia comunidades extranjeras, inclusive la historia relata que habitantes de todo el mundo iban hacia la Fenicia para comprar diversos bienes que no había en el territorio de sus comarcas.

(Hernández, 2012), conceptualiza la exportación como “el proceso en el cual se comercializa bienes a destinos internacionales, ya sea a través de intermediarios o por medio propio, debiendo cumplir con todos los requisitos formales y legales para que se concrete esta actividad”. (p. 66).

En el comercio exterior el exportador es aquel que produce, transporta y comercializa los bienes a los diferentes destinos internacionales donde se ha concretado una transacción económica entre el fabricante o distribuidor ubicado en el país de origen y el comprador que se encuentra localizado en el extranjero.

(Amanajas, 2014), refiere que la exportación “forma parte del contexto del comercio internacional, que representa el movimiento de bienes y servicios que se comercializan fuera del territorio nacional, por las vías legales”.

El movimiento comercial hacia destinos del extranjero, involucra el cumplimiento de diversos requisitos por parte de los fabricantes y distribuidores, inclusive de las agencias navieras que transportan estas mercaderías, debido a que el mercado de los países desarrollados es muy exigente.

### **2.2.3. Importancia de las exportaciones en el contexto macroeconómica**

Las exportaciones tienen gran relevancia en el contexto macroeconómico, debido a que es un componente que puede tener un impacto directo en los indicadores de desarrollo de la región, especialmente en los países latinoamericanos que son más bien consumidores de productos industrializados de origen extranjero y comerciantes de bienes primarios al exterior.

(Boixados, 2015), considera que los “países que ponen mayor énfasis en la exportación son aquellos que tienen mayor desarrollo, debido a que generan fuentes de trabajo para su población y de esta manera la riqueza se queda en sus territorios”. (p. 107).

Todos los países del orbe mundial ponen mayor énfasis a las exportaciones antes que a las importaciones, porque las primeras tienen un impacto significativo en la balanza comercial, debido a que este último indicador es la diferencia entre las primeras menos las segundas en mención.

(García A. , 2014), expresa que “las exportaciones tienen gran relevancia en el contexto nacional, porque generan inversiones en el mismo país de origen, generando trabajo indirecto para los proveedores de servicios y materiales, además de fuentes de empleo, lo que redundará en el crecimiento económico”. (p. 89).

La condición de la fórmula de la balanza comercial, pone en evidencia que las exportaciones deben ser mayores que las importaciones para asegurar que el

indicador macroeconómico en mención sea positivo y denote una buena salud económica del país en cuestión, caso contrario, se demostrará el subdesarrollo.

#### **2.2.4. Plan de Negocio**

Al hacer referencia al concepto del plan de negocio, es necesario definir que el término plan proviene de una planificación ya sistematizada, realizado con estrategias de diversas actividades empresariales, la obtención de datos es muy importantes para tomar acciones y encaminar con el proyecto en mente con las respectivas inversiones para que el producto sea estable en su comercialización.

En el siguiente apartado, hace referencia a las teorías relacionadas al plan de negocio y a ciertas vinculaciones como lo es el análisis del mercado y a la evaluación técnica y económica que está relacionada con el problema.

#### **2.2.5. Concepto de Plan o Planificación**

La ciencia establece métodos propios de cada carrera, mientras que la planificación pertenece a las funciones referentes a la Administración de Empresas, pero que también son intrínsecas a las demás carreras profesionales, pero que están fundamentadas en los principios del Management o a la gestión administrativa.

(Ibarra & Castillo, 2016), expresa que “el plan es una lista detallada de actividades que se sistematizan de manera coherente, para promover acciones exitosas en cualquier ámbito empresarial, profesional o personal”. (p. 56).

El plan o planificación en un estudio para la realización de proyectos de inversiones, también pertenece al área de la Administración de Empresas, por lo que concierne a los sistemas de gestión y la metodología aplicable para determinar la factibilidad de los negocios, ya sea por emprendimiento o por mejoramiento.

Para (Velásquez, 2011), el plan se refiere a “un modelo sistemático de acciones desarrolladas de manera coherente, con una lógica secuencial, para apoyar a la consecución de ciertos propósitos que son comunes a la misión y visión organizacional”. (p. 190).

En consecuencia, el plan tiene el objetivo de establecer las diferentes actividades que se deben entrelazar de manera secuencial, para minimizar el desperdicio de recursos y de tiempo, de modo que se pueda optimizar el desarrollo de la gestión administrativa y de cualquier operación productiva.

#### **2.2.6. Concepto de Plan de Negocios**

Al abordar la problemática del plan de negocios, se debe hacer hincapié en los conceptos que se detallaron acerca de la planificación como función administrativa, que es afín al tópico del emprendimiento y de las inversiones, esto significa que se definirá también este término asociado al comercio exterior.

Al igual que la planificación gerencial, el plan de negocios según (De La Vega, 2011), “hace referencia a aquellos procesos en los cuales se determinan las actividades y recursos secuencialmente, para instalar por primera vez un establecimiento económico o lanzar un nuevo producto en el mercado actual o nuevo”. (p. 22).

Todos los planes de negocios necesitan que se lleven a cabo procesos de mercado y técnicos, donde se deben optimizar los recursos desde el inicio de la actividad, es decir, desde la planificación del mismo, así como posterior al estudio y a la implementación del futuro establecimiento productivo.

En el plan de negocios, de acuerdo al criterio de (Almoguera, 2015), “se establecen todos los presupuestos y acciones que pueden manifestar la factibilidad de una actividad económica, a través de las investigaciones en el mercado y en el ambiente política, social y económico”. (p. 30).

El referente del plan de negocios tiene relevancia con el uso adecuado y óptimo de los recursos, con la sistematización de los procesos, con la identificación de oportunidades, con el éxito en la gestión administrativa y del emprendimiento, así como con todos los indicadores que pueden referir la factibilidad de la nueva empresa.

### **2.2.7. Arazá.**

El arazá es una fruta exótica del Ecuador que contiene vitaminas al igual que otras frutas, será de mayor importancia como materia prima para llevar a cabo la presente investigación sobre la exportación de la pulpa de arazá. En proyectos ya realizados mencionan que esta fruta solo se cultiva en regiones de climas templados y que la mayor parte proviene de las zonas amazónicas y aquellas que se encuentran en las zonas limítrofes ubicadas entre la costa y la sierra.

Cabe destacar, según (Vizcarra, 2011), que “el arazá se lo utiliza para preparar bebidas, su pulpa es rica en proteínas, el cultivo de arazá se la produce a nivel nacional dependiendo de las condiciones climáticas de cada región, sin embargo su origen se encuentra en la zona selvática del Amazonas”. (p. 6).

Sin embargo, este fruto no es aprovechado al máximo por los agricultores, haciendo que se desperdicien en los lugares que lo cultivan, el arazá se asemeja a la testa de un durazno y es similar a la guayaba, contiene vitaminas como C y A que ayuda al crecimiento y reparación de los tejidos del cuerpo.

#### **2.2.7.1. Concepto y origen del arazá.**

Por lo general, el arazá es un fruto que se lo encuentra en el oriente ecuatoriano, tales como en Sucumbíos, El Coca, El Puyo y otros lugares de la amazonia de los países de Sudamérica. El arazá es un fruto de escasa producción ya que los agricultores nacionales no cuentan con el mayor conocimiento y su uso es de poca relevancia industrial, a pesar de su enorme caudal nutritivo.

La (Secretaría Pro Tempore de Venezuela y el Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos, 2013), como producto de sus investigaciones, manifestaron que “el arazá es un arbusto con altura aproximada de 3 metros, que por lo general presenta ramificaciones desde sus propios cimientos”. (p. 2).

Es importante destacar que el arbusto del arazá crece en ciertas zonas del país donde el clima favorece su desarrollo, por esta razón, su fruto no es conocido en varias regiones del país, como por ejemplo en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca, que a pesar de tener amplios mercados, un gran porcentaje de sus habitantes no han probado este fruto.

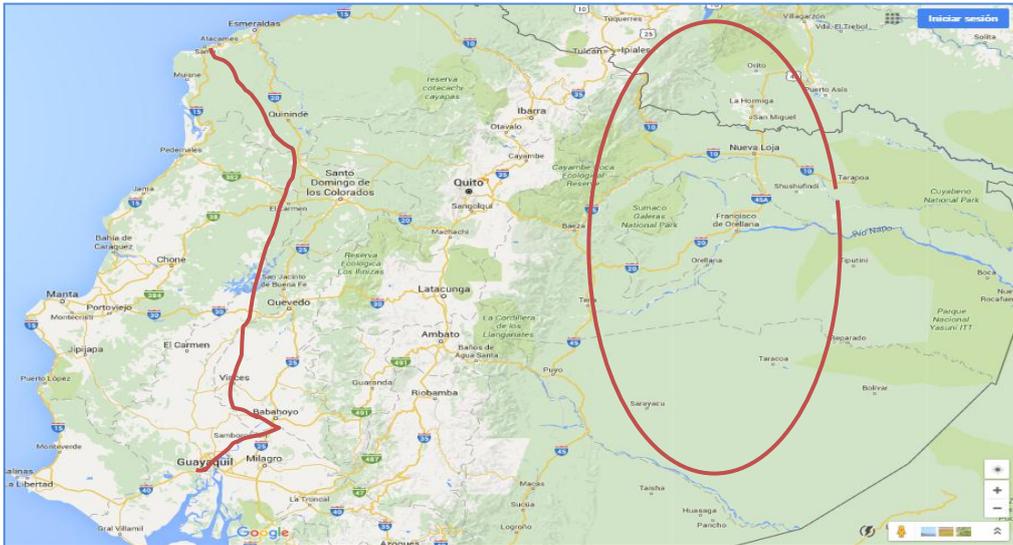
Según (Picón & Ramírez, 2010), el fruto del arazá puede ser descrito como una “baya esferoidal, de color verde en estado inmaduro y ligeramente amarillento cuando alcanza la madurez, exquisita, muy aromática, tiene hasta 10 cm. de diámetro y su peso promedio aproximado es de 100 g, pero puede pesar desde 50 g. hasta 250 g”. (p. 12).

El fruto del arazá es originario del Amazonas, donde crece en estado silvestre, aunque también puede crecer en sectores de clima algo templado, como aquellos que se encuentran entre los límites de la Sierra y la Costa, por lo general, tienen un clima agradable algo templado y de menor calidez.

#### **2.2.7.2. Diagnóstico de la Estructura Actual (País). Principales zonas de cultivo del arazá**

Los principales sembríos del arazá son producidos la mayor parte en la amazonia, las investigaciones realizadas por Picón y Ramírez N. (2014), expresa que “el cultivo de este fruto también puede ser implementados en casas, como huertos caseros, sin embargo, el fruto ha sido expandido a regiones que cuenta con un estado meteorológico estables para este tipo de cultivo”. Se puede tomar en referencia ciertos cantones como: La Troncal, Bucay, Quinindé, como se puede apreciar en el esquema:

**Figura No. 1: ZONAS DE CULTIVO**



Fuentes: Google Map.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

A pesar, que el fruto es originario de zonas específicas como la Amazonia de los países sudamericano. La presente gráfica que pertenece a Ecuador, se observa que el fruto se ha distribuido en regiones como Costa y Sierra, donde estudios realizados por el (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2010) alega que su productividad ha llegado a hasta un 45%, pero en la parte de la Amazonía llega hasta un 55%.

Cabe destacar que si bien es cierto, el arazá nace originalmente en la Región Amazónica, desde donde se tomaron muestras de la fruta, inclusive en las áreas de la selva de Brasil y de Perú, sin embargo, se ha difundido su cultivo en las zonas limítrofes de las regiones Interandinas y del Litoral, lo que significa un aspecto de gran importancia para el presente proyecto.

### **2.2.7.3. Valor nutricional (composición) del arazá.**

Por otro lado, los investigadores han realizados los debidos experimentos de la fruta las cuales descubrieron que su contenido es nutritivo se recalcó que su importancia es útil para la comunidad haciendo que la mayor parte del grupo infantil y de las personas mayores sean beneficiarias.

La mayoría de los autores indican que “el arazá tiene vitaminas A y C, además de ser una fruta que al igual que el kiwi tiene gran contenido de potasio y magnesio en su composición interna”, de acuerdo a la Secretaría Pro Tempore de Venezuela y el Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos (2010), que realizó investigaciones conjuntas acerca de este fruto.

Tomando como referencia lo dicho por (Mcvaugh, 2010), expresa que “el arazá contiene un alto índice de Magnesio (Mg) y Potasio (K), que hace que esta fruta tenga valores nutritivos muy importantes para la alimentación sana y saludable a la población, a continuación se presenta la composición del arazá:

**Tabla No. 2: COMPOSICIÓN DEL ARAZÁ Y DEL PRODUCTO**

Composición	%
Agua	90% – 94%
Vitamina A	10 mg
Vitamina B1 (Tiamina)	15 mg
Vitamina C	50 mg / 100g
Proteínas	1,2 g
Hidratos de carbono	14,5 g
Potasio	13,5 mg
Calcio	5,3 mg
Magnesio	1,3 mg
Fósforo	7,7 mg

Fuentes: Secretaría Pro Tempore de Venezuela y Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos (2008).  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

La (Secretaria Pro Tempore de Venezuela y el Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos, 2013), manifiestan que “las propiedades del fruto son cítricos por lo que contiene vitamina C, su testa es muy fina, el color de la pulpa es amarilla y de olor fuerte”. (p. 56). La pulpa del arazá contiene propiedades cítricos, este fruto se diferencia en su olor y sabor. El valor nutritivo del arazá es aprovechado en temperaturas de – 15°C a -20°C para que esta no se desperdicie y se mantenga estable.

#### 2.2.7.4. Zonas productoras del arazá

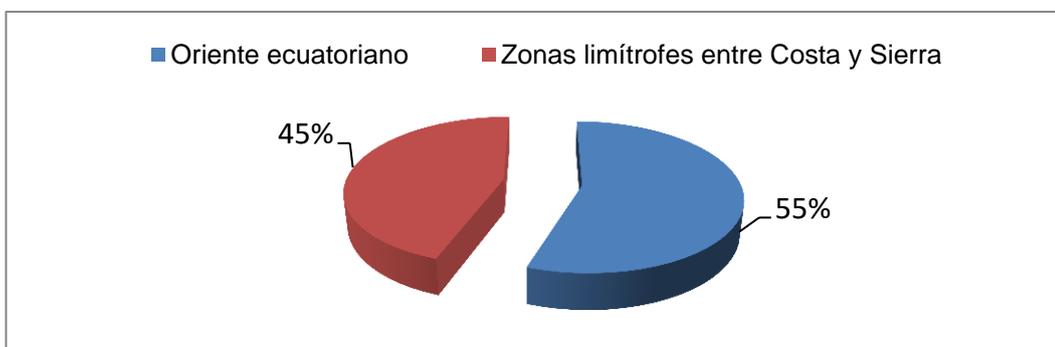
De acuerdo a los datos proporcionados por el Censo Agrario realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en cooperación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la región amazónica produce el 55% del arazá ecuatoriano, mientras que los cantones ubicados en la zona limítrofe de las Regiones Litoral e Interandina, como Bucay, Montalvo, La Maná, Quinindé, Santo Domingo, entre otros, participan con el 45% de los sembríos de la fruta.

**Tabla No. 3: DISTRIBUCIÓN DEL CULTIVO DEL ARAZÁ**

Provincias	Hectáreas	%
Oriente ecuatoriano	123	55%
Zonas limítrofes entre Costa y Sierra	99	45%
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>

Fuentes: Ministerio de Agricultura y Ganadería, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Censo Agrario.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 2: DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE CULTIVO DEL ARAZÁ.**



Fuentes: Ministerio de Agricultura y Ganadería, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Censo Agrario.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

En el siguiente gráfico se demuestra que el cultivo del arazá no es netamente provechoso por los pobladores, se expresa que un 15% utilizado para obtener una elaboración de diversos bienes que contribuye a la productividad del sector y la respectiva comercialización del fruto, por lo concerniente se demuestra que en el actual plan de negocios, se puede sacar provecho del arazá ya que sus beneficios son óptimos para la salud de las personas.

### **2.2.7.5. Proveedores**

Para la elaboración de la conserva su materia prima es el arazá, la cual se encuentra en el Ecuador, específicamente en la región amazónica, esta fruta se lo puede encontrar muy pocos en regiones de la Costa y Sierra ya que el cultivo debe contar con las condiciones óptimas para el desarrollo y su debida comercialización.

La mayor parte donde se realiza el cultivo del arazá en la región Costa se ubica en las siguientes provincias Guayas, Esmeraldas y Santo Domingo. Y por otro lado en la región Sierra son las zonas de Cañar, Bolívar y Cotopaxi.

Los proveedores del arazá serán entonces los agricultores que cultivan este fruto, lo que evitará que se desperdicie la misma en las zonas donde se siembra esta arbusto, de modo que la población agrícola dedicada a esta actividad pueda obtener mayores réditos económicos, generando también fuentes de trabajo en los cantones que tienen menor nivel de desarrollo, lo que puede contribuir al logro sistemático de los principios del buen vivir.

### **2.3. Marco legal**

Con relación al marco legal, se citan entre las más importantes aquellas que detallan las normativas correspondientes a la producción y al régimen de desarrollo establecido en la Constitución de la República, como parte de la evolución económica de la nación, que debe alcanzar los máximos niveles de prosperidad.

Cabe destacar que todo plan de negocios debe cumplir con diversos requisitos legales, más aún los productos de exportación que tienen un tratamiento especial en la ley, debido a que para exportar bienes se deben cumplir ciertos requisitos legales que establecen los países compradores de los mismos.

### **2.3.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Carta Magna establece las principales normativas jurídicas desde el Art. 275 al 288, que se fundamentan en el eje axiológico del régimen de desarrollo económico, que a su vez se sustenta en el apoyo al emprendimiento y a los pequeños productores, con un axioma de que el ser humano es primero y el capital después.

El apoyo a la producción y el crecimiento continuo y sostenido de la matriz productiva, término creado en la (Asamblea Constituyente, 2008), que dio origen al Plan del Buen Vivir y al Código de la Producción en vigencia, constituye el fundamento legal para el proyecto para la exportación de conserva de arazá.

Además, el artículo 52 de la Constitución establece que todos los consumidores de bienes o servicios, deben percibir calidad en los productos que ingiere para su alimentación o para el desarrollo de otras funciones orgánicas, así como también aquellos que utiliza para satisfacer otros tipos de necesidades, aunque en este caso está referida a la nutrición y/o al consumo industrial.

### **2.3.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones**

El Código de la Producción cita las normativas correspondientes a la exportación de bienes a destinos internacionales, desde el Art. 71, sin embargo, en el Art. 84 refiere acerca de las normas de origen en referencia a la norma técnica ecuatoriana NTE INEN 2337 referente a las disposiciones para la elaboración de jugos, pulpas y concentrados de frutas.

Además, los clientes del extranjero pueden visitar las instalaciones de los suministradores de los bienes de exportación ubicados en el territorio nacional, para determinar mediante sus criterios y de los expertos, si se cumplen los parámetros para asegurar la inocuidad y la calidad del producto, con base en los manuales, documentación, que establezcan parámetros concretos acerca del estudio en referencia.

### **2.3.3. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2337:2008**

La Norma NTE INEN 2337 (2008) establece las normas de calidad que deben cumplir los productores de pulpas de frutas, inclusive del arazá, para garantizar la inocuidad de sus productos al cliente y asegurar localización del producto, bajo estos parámetros, se deben aplicar las Buenas Prácticas de Manufactura y enfocar el producto hacia la satisfacción de los clientes.

Esta normativa nacional no solo está asociada al cumplimiento de las BPM en el ámbito ecuatoriano e internacional, sino que también especifica los requisitos físicos – químicos y microbiológicos acerca de la pulpa de arazá, estableciendo los parámetros mínimos para la elaboración del mismo.

También se debe destacar que la norma técnica nacional del INEN, establece los mecanismos para mantener los productos en buen estado con empleo de preservantes naturales, que no tengan ningún tipo de efecto de intoxicación en la población nacional, menos aún en la internacional.

### **2.3.4. Plan Nacional del Buen Vivir**

El Plan del Buen Vivir fue creado en el año 2008 en conjunto con el texto constitucional, destacándose la importancia de la generación de fuentes de empleo, del mantenimiento de un aparato productivo sólido, así como también la relevancia que tiene el consumo de alimentos sanos y nutritivos en la población.

Las exportaciones representan una actividad esencial para la contribución con el desarrollo de los pueblos, porque generan fuentes de empleo, que a su vez permiten que los habitantes obtengan ingresos y puedan utilizarlos para el mejoramiento de su calidad de vida, acorde a los principios del buen vivir.

## 2.4. Marco conceptual

**Arazá (arbusto).** – La (Secretaría Pro Tempore de Venezuela y el Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos, 2013), como producto de sus investigaciones, manifestaron que “el arazá es un arbusto con altura aproximada de 3 metros, que por lo general presenta ramificaciones desde sus propios cimientos”. (p. 2).

**Arazá (fruto).** – Según (Picón & Ramírez, 2010), el fruto del arazá puede ser descrito como una “baya esferoidal, de color verde en estado inmaduro y ligeramente amarillento cuando alcanza la madurez, exquisita, muy aromática, tiene hasta 10 cm. de diámetro y su peso promedio aproximado es de 100 g, pero puede pesar desde 50 g. hasta 250 g”. (p. 12).

**Balanza comercial.** – (Boixados, 2015), considera que este indicador macroeconómico es la “diferencia entre las exportaciones e importaciones realizadas en un mismo territorio o país”. (p. 42).

**Exportación.** – (Hernández, 2012), conceptualiza la exportación como “el proceso en el cual se comercializa bienes a destinos internacionales, ya sea a través de intermediarios o por medio propio, debiendo cumplir con todos los requisitos formales y legales para que se concrete esta actividad”. (p. 66).

**Plan.** – Para (Velásquez, 2011), el plan se refiere a “un modelo sistemático de acciones desarrolladas de manera coherente, con una lógica secuencial, para apoyar a la consecución de ciertos propósitos que son comunes a la misión y visión organizacional”. (p. 190).

**Plan de negocios.** – Al igual que la planificación gerencial, el plan de negocios según (De La Vega, 2011), “hace referencia a aquellos procesos en los cuales se determinan las actividades y recursos secuencialmente, para instalar por primera vez un establecimiento económico o lanzar un nuevo producto en el mercado actual o nuevo”. (p. 22).

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Métodos de investigación

El diseño planteado en el presente proyecto será una investigación de tipo descriptiva.

La investigación descriptiva se realiza para caracterizar cualquier fenómeno, del cual se mantiene la expectativa de identificar las causas que lo ocasionan y las consecuencias que genera, para determinar la solución más factible para la erradicación o minimización del impacto negativo de la problemática, por ello es de gran utilidad el desarrollo de este tipo de investigación, debido a que los hallazgos que se encuentren, servirán para contribuir a la solución del problema a través de una propuesta factible en el aspecto de mercado, técnico, económico y financiero.

Por lo general, se utilizan las investigaciones de tipo descriptivo en el desarrollo de proyectos de inversión, porque se profundiza acerca de una problemática relevante en el orden nacional, para determinar cómo se comportan los elementos involucrados en la misma, para ello es necesario la recopilación de información cuantitativa y cualitativa, que será analizada e interpretada, previo a la verificación de la hipótesis, para contar con un criterio que permita el planteamiento de la propuesta.

Su objetivo es caracterizar la problemática referida a la producción del arazá y al consumo de yogurt en la población de la localidad, identificando las causas del desperdicio de la cosecha de la fruta y las consecuencias que genera, además de definir el comportamiento de la demanda del extranjero, para determinar si es factible la producción de la conserva de arazá, definiendo el comportamiento que tendrá el bien en el mercado extranjero, para que el emprendedor verifique la

hipótesis de la investigación y pueda asegurar que el producto tendrá éxito en el mercado.

La investigación descriptiva se lleva a cabo, cuando el objetivo es examinar en un problema que no ha sido estudiado antes, precisamente por ello, se ha escogido este tipo de investigación, porque este tema no ha sido estudiado antes.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, con ayuda de un modelo estadístico numérico, porcentual, que contribuya a la verificación de la hipótesis formulada al inicio del estudio. Se utiliza también los métodos deductivo – inductivo, el cual parte de la problemática general del desperdicio de la producción del arazá y se particulariza a través de un estudio de campo para determinar si es factible su exportación.

### **3.2. Población y muestra**

La población de la investigación se refiere a los productores del arazá que suman alrededor de unas 30 familias o agricultores que siembran el producto en el cantón Bucay de la provincia del Guayas.

La muestra poblacional es igual al universo de 30 agricultores por ser esta población menor a 100 elementos.

### **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se aplican en la presente investigación son los siguientes:

- **Encuesta:** aplicada a los productores del arazá para determinar la factibilidad técnica de proveer la fruta para la exportación a los mercados internacionales.

### 3.4. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de la información se aplicó la técnica de la encuesta a los productores de arazá, estos resultados posteriormente fueron tabulados siguiente los siguientes procesos:

- Se recopilaron y clasificaron los resultados obtenidos.
- Se ingresó los resultados tabulados en la hoja de cálculo del Programa Excel.
- Se obtuvo los porcentajes de los resultados de cada pregunta.
- Se obtuvo la representación gráfica con sus respectivos porcentajes.
- Se realizó el análisis de los resultados obtenidos.

### 3.5. Análisis y resultados

Tomando en consideración la información obtenida se procedió a realizar el análisis e interpretación de los resultados, como se presenta en el siguiente apartado.

#### 3.5.1. Análisis de la encuesta aplicada a los productores de arazá

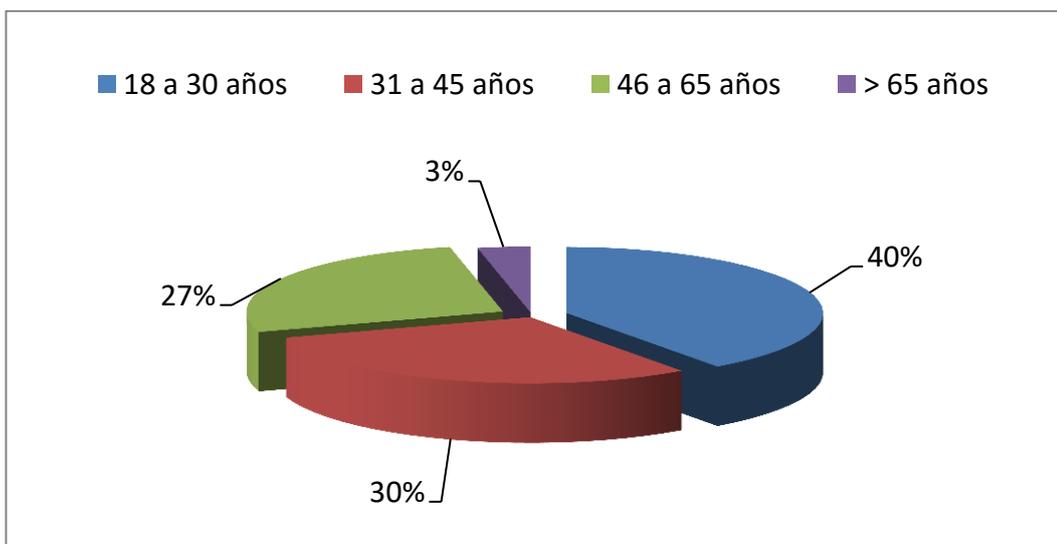
##### a. Edad

**Tabla No. 4: EDAD**

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
18 a 30 años	12	40%
31 a 45 años	9	30%
46 a 65 años	8	27%
> 65 años	1	3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 3: EDAD**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Concerniente a la edad de los productores de arazá se obtiene que el 40% tienen entre 18 a 30 años, el 30% se encuentra entre los 31 a 45 años, el 27% tienen entre 46 a 65 años de edad y el 3% de los productores son mayores de 65 años. La edad de los productores de arazá va desde los 18 años hasta personas adultas mayores, debido a que este fruto no requiere de cuidados especiales para su cultivo, siendo las principales zonas productoras dentro del país la región amazónica con un 55% de la producción nacional.

#### **b. Género**

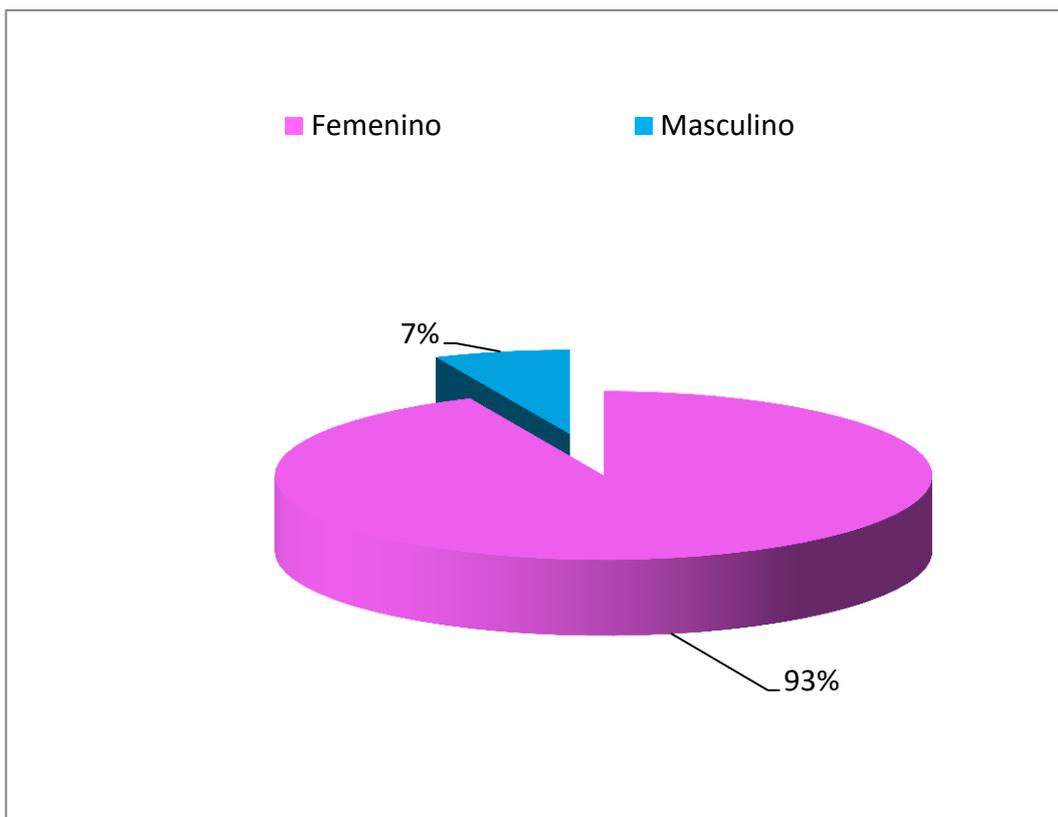
**Tabla No. 5: GÉNERO**

Descripción	Frecuencia	%
Femenino	2	7%
Masculino	28	93%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 4: GÉNERO**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Respecto al género de los productores del fruto, se obtiene que el 93% representan el género masculino y el 7% al género femenino. Los resultados obtenidos evidencian que en las zonas de la amazonia, costa y sierra donde se cultiva el fruto los encargados de la producción son la población masculina, por lo tanto los proveedores del arazá serán los agricultores que cultivan este fruto, quienes a su vez generan fuentes de trabajo para la población del sector.

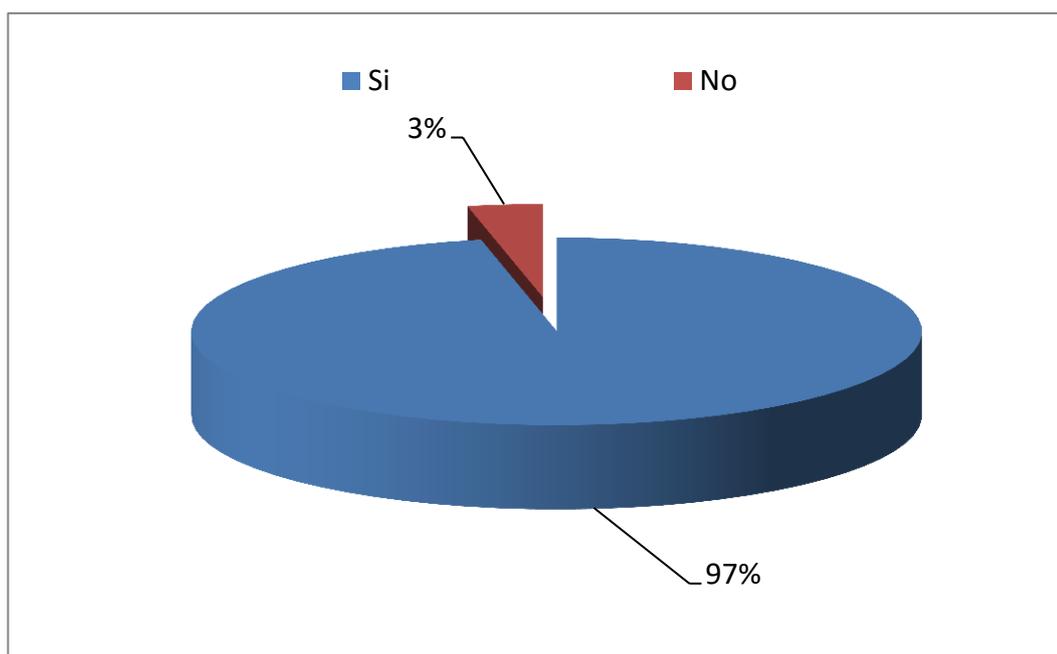
**1. ¿Aceptaría usted cultivar el arazá en mayor proporción si tuviera un cliente que le compraría el producto periódicamente?**

**Tabla No. 6: ACEPTARÍA CULTIVAR EN MAYOR PROPORCIÓN**

Descripción	Frecuencia	%
Si	29	97%
No	1	3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 5: ACEPTARÍA CULTIVAR EN MAYOR PROPORCIÓN**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Se consultó a los productores si aceptaría cultivar el arazá en mayor proporción en caso que existiera un cliente que le compraría el producto periódicamente, obteniendo que el 97% estarían dispuestos a cultivar bajo estas condiciones, mientras que el 3% opina lo contrario. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede conocer que los productores de arazá están dispuestos a cultivar el arazá en mayor proporción si tuviera un cliente que le compraría el producto periódicamente, por lo tanto es necesario que se establezca un canal de comercialización directo para que los productores aumente su producción.

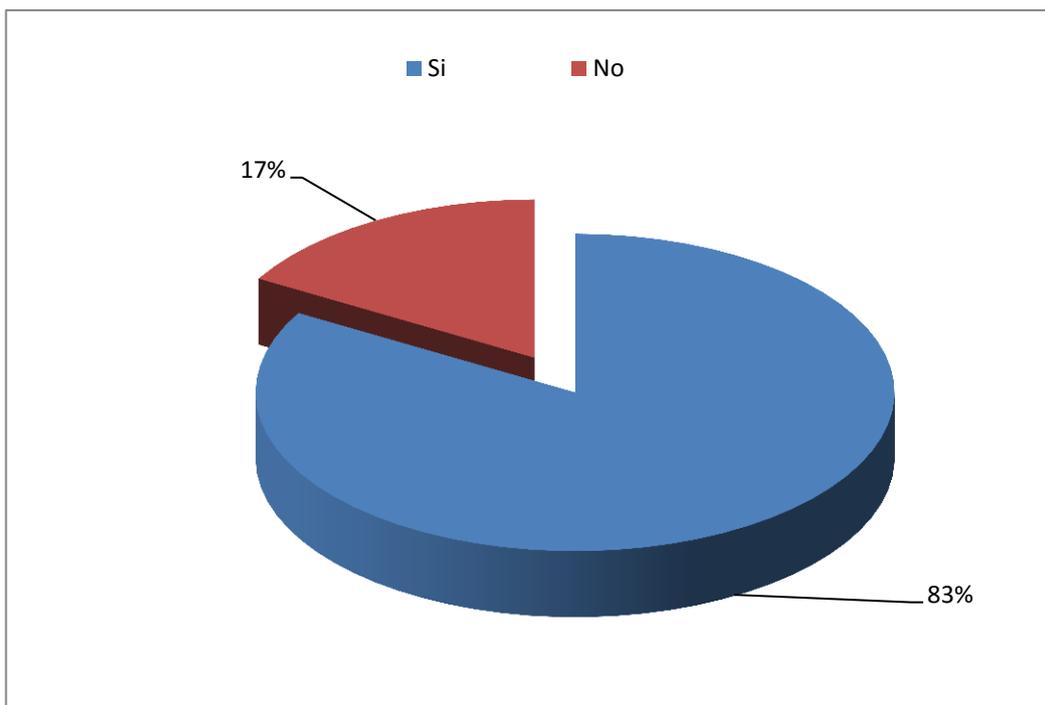
## 2. ¿Cree usted que es rentable cultivar el arazá?

**Tabla No. 7: RENTABILIDAD DE CULTIVAR ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Si	25	83%
No	5	17%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 6: RENTABILIDAD DE CULTIVAR ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Los productores del arazá consideran que no es rentable cultivar este fruto (83%), mientras que un porcentaje menor (17%) señala que es rentable el cultivo de la fruta. Los resultados obtenidos ponen de evidencia que a criterio de los productores no es rentable cultivar el arazá, esto se debe a que no cuentan con compradores de la fruta, lo que ha ocasionado que se maduren en los árboles y se pudran en pocos días, además que no se han establecido estrategias para promover las inversiones.

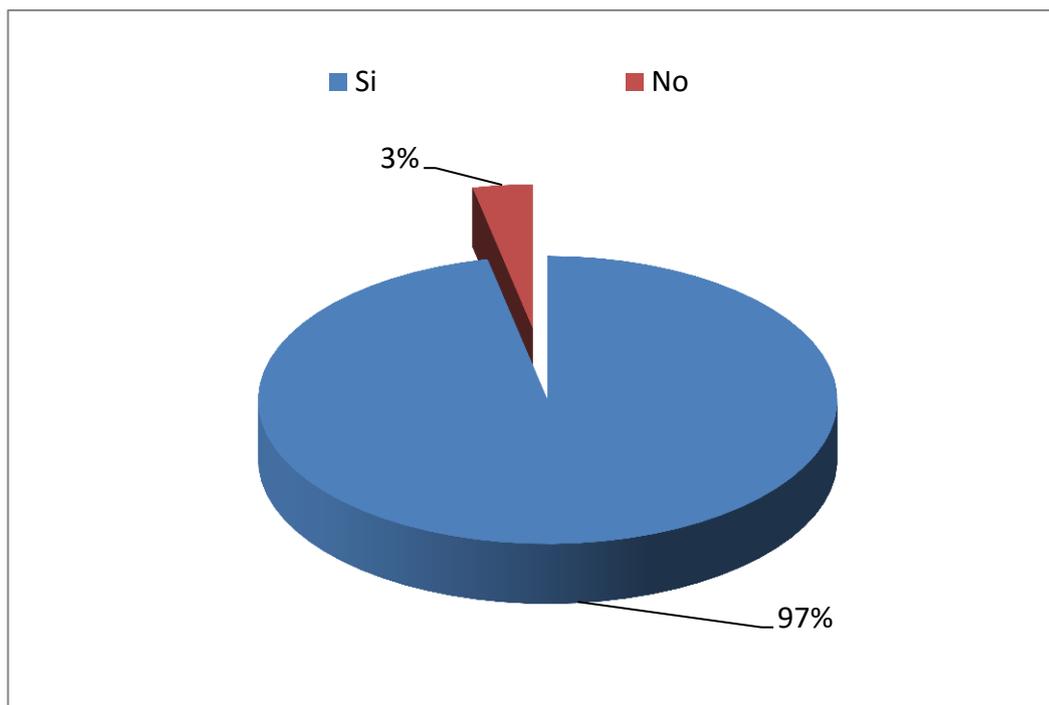
### **3. ¿Considera que se está desaprovechando actualmente la producción del arazá?**

**Tabla No. 8: DESAPROVECHAMIENTO DEL ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Si	29	97%
No	1	3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 7: DESAPROVECHAMIENTO DEL ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Referente al aprovechamiento de la producción del arazá, se obtiene que el 97% consideran que se desaprovecha la producción, mientras que un 3% señalan lo contrario. Los resultados evidencian que en el país no se está aprovechando la producción de arazá, este fruto en muchas de las provincias se cultiva sin considerar algún tipo de esfuerzo, en total se estima que 515 toneladas de las cuales más de tres cuartas partes se pierde en calidad de desperdicio y solo menos de una cuarta parte se utiliza para el autoconsumo y la comercialización artesanal.

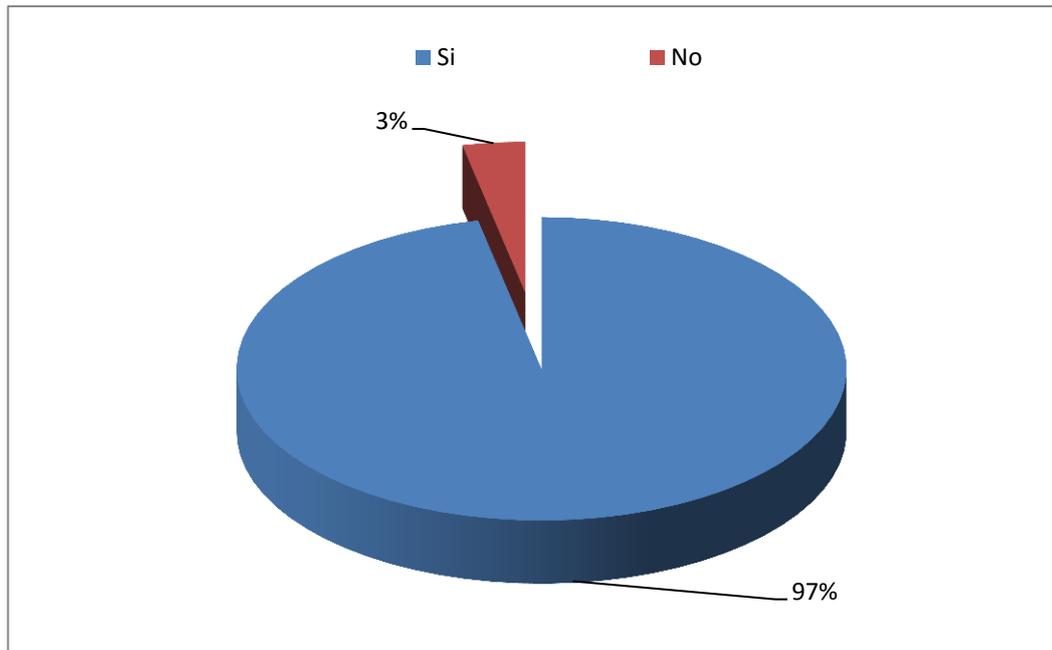
#### **4. ¿Existe desperdicio de la fruta en los lugares donde se lo cultiva?**

**Tabla No. 9: EXISTENCIA DE DESPERDICIO**

Descripción	Frecuencia	%
Si	29	97%
No	1	3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 8: EXISTENCIA DE DESPERDICIO**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Referente al desperdicio de la fruta en los lugares donde se lo cultiva, se obtiene que el 97% consideran que se presenta el desperdicio, mientras que el 3% señala que no existe desperdicio. La información obtenida permite corroborar lo señalado en la pregunta anterior, existe la presencia de desperdicio de la fruta en los lugares donde se lo cultiva, señalando que más de las tres cuartas partes se pierde, siendo más evidente este problema en los sectores rurales donde se lo cultiva, que en muchas ocasiones debe ser regalado porque se maduran y caen de los árboles en calidad de desperdicio.

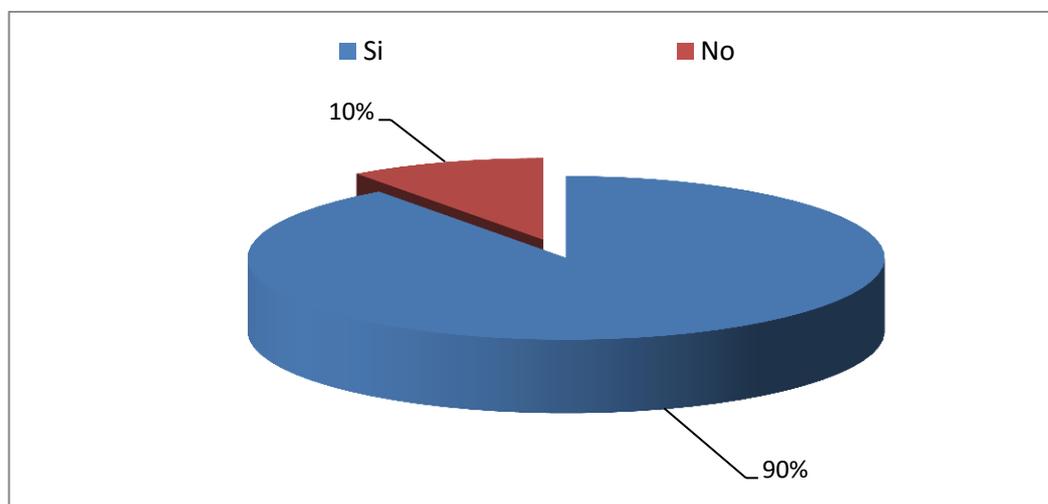
**5. ¿Se puede aprovechar la producción de arazá para la fabricación de bienes de exportación?**

**Tabla No. 10: APROVECHAMIENTO DE ARAZÁ PARA EXPORTACIÓN**

Descripción	Frecuencia	%
Si	27	90%
No	3	10%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 9: APROVECHAMIENTO DE ARAZÁ PARA EXPORTACIÓN**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Con relación a la producción de arazá para la fabricación de bienes de exportación, se obtiene que el 90% consideran que es posible aprovecharla, mientras que el 10% opina lo contrario. Los resultados evidencian que la producción de arazá se la puede aprovechar, para generar fuente de empleo, ingresos por concepto de exportaciones, entre otras ventajas para para los productores de las zonas donde en la actualidad se desperdician y no se aprovecha los vegetales que son ricos en proteínas, minerales y vitaminas por lo que podrían convertirse en un producto de potencial comercialización para el mercado interno y las exportaciones.

## 6. ¿Tiene potencial proteico y de comercialización internacional el arazá?

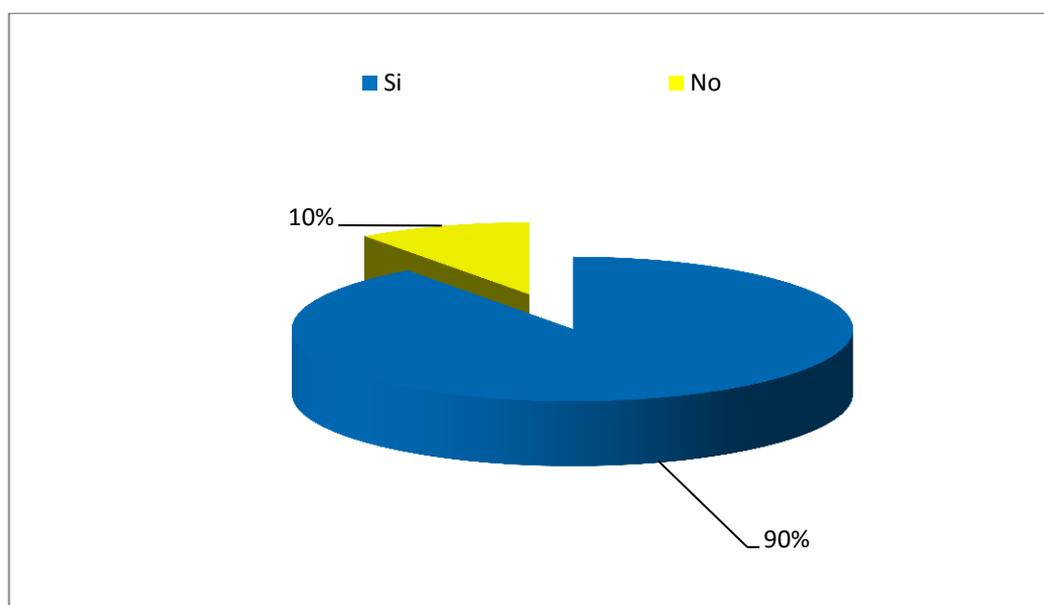
**Tabla No. 11: POTENCIAL PROTEICO Y DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL**

Descripción	Frecuencia	%
Si	27	90%
No	3	10%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 10: POTENCIAL PROTEICO Y DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

El 90% de los productores del arazá señalan que tienen potencial proteico y de comercialización internacional, mientras que el 10% señalan lo contrario. Los resultados obtenidos evidencian que a criterio de los productores el arazá es un fruto que tiene vitaminas A y C, además de ser una fruta que al igual que el kiwi tiene gran contenido de potasio y magnesio en su composición interna, además de propiedades cítricas que pueden ser aprovechadas a temperaturas de  $-15^{\circ}\text{C}$  a  $-20^{\circ}\text{C}$  para que esta no se desperdicie y se mantenga estable, conservando sus características nutricionales.

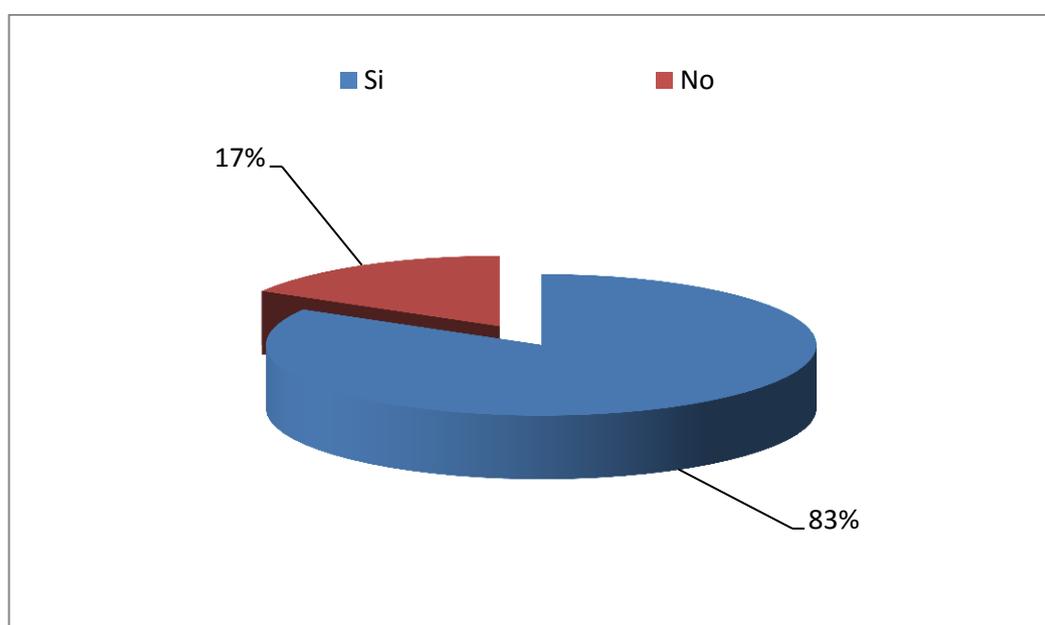
7. ¿Es posible conservar el arazá por más de dos meses bajo refrigeración?

**Tabla No. 12: CONSERVACIÓN DEL ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Si	25	83%
No	5	17%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 11: CONSERVACIÓN DEL ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Referente a la conservación del arazá en refrigeración, se obtiene que el 83% señala que puede permanecer refrigerada por más de dos meses y el 17% manifiesta que no es posible que se mantenga. De acuerdo al criterio de los productores de la fruta se evidencia que esta puede mantenerse en buen estado siempre que permanezca refrigerada, por lo expuesto es posible mantener las propiedades nutricionales de la fruta mediante el tratamiento oportuno del vegetal, por lo expuesto el actual plan de negocios puede ser provechoso para evitar el desperdicio ya que sus beneficios pueden ser óptimos para la salud de las personas.

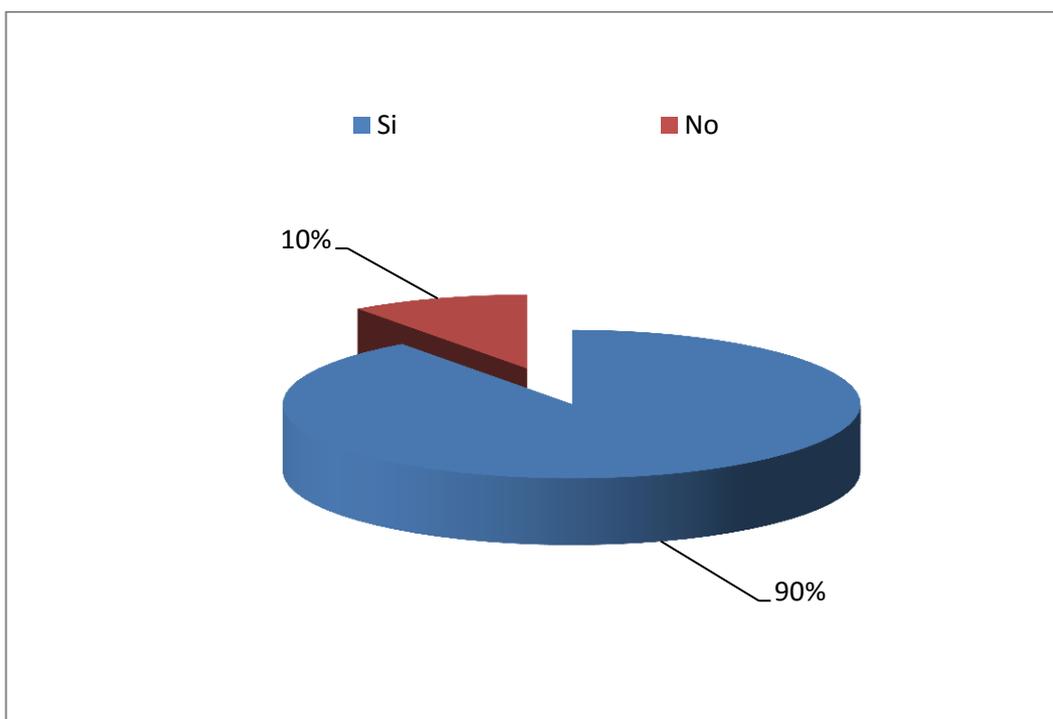
8. ¿La producción del arazá puede generar fuentes de trabajo?

**Tabla No. 13: GENERACIÓN DE TRABAJO**

Descripción	Frecuencia	%
Si	27	90%
No	3	10%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 12: GENERACIÓN DE TRABAJO**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Concerniente a la generación de fuentes de trabajo que puede generar la producción del arazá, obteniendo que el 90% considera que la producción de arazá genera fuentes de trabajo, mientras que el 10% opina lo contrario.

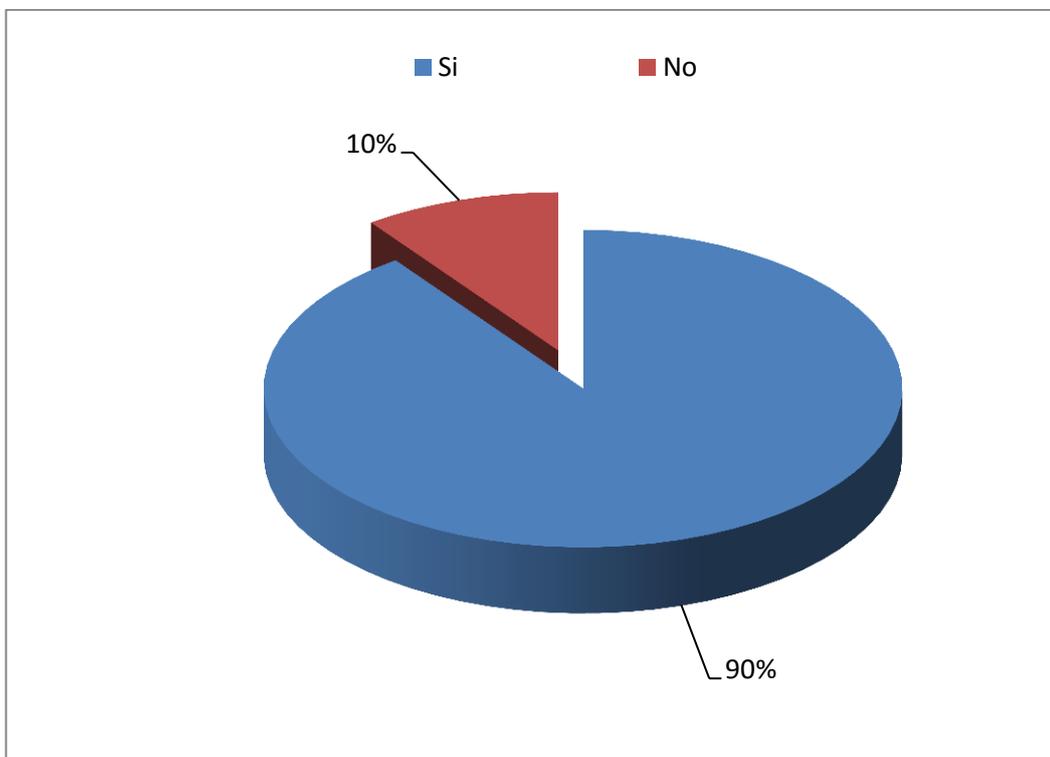
**9. ¿La producción de arazá puede generar divisas para el erario nacional?**

**Tabla No. 14: GENERACIÓN DE DIVISAS**

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	27	90%
No	3	10%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 13: GENERACIÓN DE DIVISAS**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Referente a la producción de arazá y la generación de divisas para el erario nacional, se obtiene que el 90% consideran que genera ingresos, mientras que el 10% señala que no puede generar divisas.

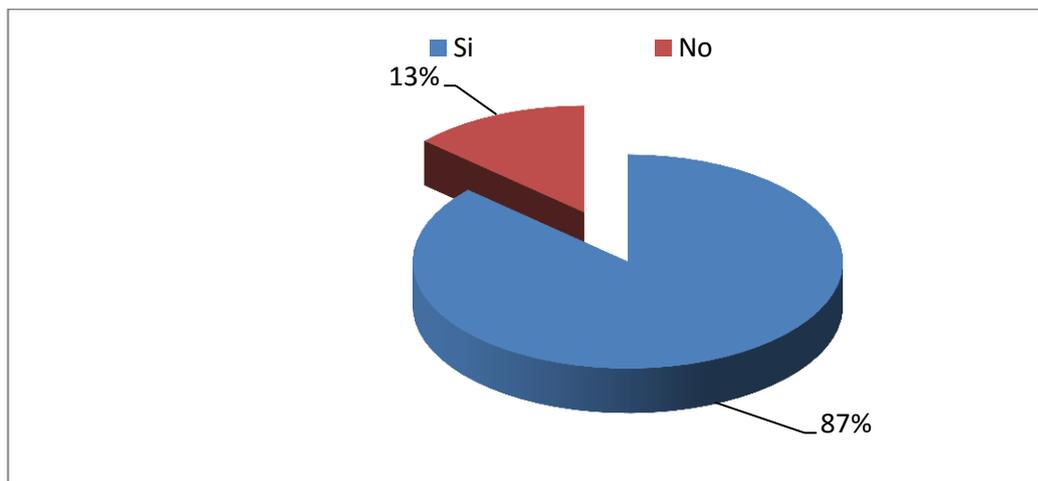
**10. ¿Existen los medios disponibles para la comercialización internacional del arazá?**

**Tabla No. 15: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN**

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	26	87%
No	4	13%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 14: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN**



Fuente: Encuesta aplicada a los productores de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Se consultó la existencia de medios disponibles para la comercialización internacional del arazá, obteniendo que el 87% manifiestan que existen los medios, mientras que el 13% señala que no cuenta con los medios disponibles. De acuerdo a los resultados obtenidos se obtiene que a criterio de los productores de arazá se presentan en la actualidad el apoyo del estado para propiciar la comercialización de los frutos, de esta manera es posible que se beneficie a la comunidad de productores de las zonas de cultivo, así como la generación de empleo y divisas contribuyendo a la productividad del sector.

### **3.6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Uno de los mayores problemas de los productores de arazá, es que por ser este fruto desconocido en el ámbito agroindustrial y comercial, no tiene suficiente compradores que puedan satisfacer las necesidades de la cosecha de la fruta, por esta razón, el 97% de los agricultores manifiesta que sembraría este vegetal solamente si tuvieran clientes fijos o un mercado donde comercializarlo.

A pesar que el arazá es un producto poco conocido, debido a que no se lo ha difundido en los mercados locales, sin embargo, los agricultores opinaron que por la calidad proteica de la fruta y lo sabroso que son los alimentos preparados con este bien agrícola, puede ser rentable la producción de la misma en los sectores geográficos donde el vegetal crece de manera natural.

En la actualidad existe un alto porcentaje de arazá que se desperdicia en los sectores rurales donde se cultiva la fruta, por esta razón, los agricultores opinaron que existe desperdicio de este vegetal que bien pudiera servir para la generación de fuentes de trabajo para las poblaciones locales.

Esta situación llevó a que el 90% de los agricultores opine que se puede aprovechar el arazá para la exportación de bienes manufacturados en el país que bien se pueden comercializar a los mercados extranjeros, especialmente en Miami Estados Unidos, donde existe un alto número de ecuatorianos radicados.

Los agricultores en el 90% de los casos, opinaron que el arazá tiene potencial proteico que lo hace viable para la producción de bienes de exportación en los mercados internacionales, que inclusive puede ser difundido como beneficioso para la nutrición de los infantes.

Una de las oportunidades del proyecto para la producción de bienes con base en el arazá, es que se puede conservar en refrigeración por más de dos meses si es que se mantiene a temperatura de -20°C aproximadamente, lo que permitirá

evitar su descomposición a sabiendas de que se trata de una fruta perecedera que después que cae del árbol en el mismo día se pudre.

El aprovechamiento del arazá para la agroindustria y la exportación de bienes no tradicionales, pueden aportar con la consecución de los objetivos del buen vivir, debido a que está asociado a la generación de las fuentes de trabajo para la población local y también generaría divisas para el erario nacional.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. PROPUESTA**

#### **4.1. Título de la propuesta**

Estudio técnico – económico para determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos en aporte al cambio de la matriz productiva periodo 2015

#### **4.2. Justificación de la propuesta**

La exportación del arazá como un producto industrializado, está asociada a la generación de fuentes de trabajo para la población nacional y a la generación de divisas, debido a que se crean nuevas empresas tanto en el agro como en la manufactura, potencializando a la administración tributaria y a la entidad aduanera que pueden recaudar divisas a través de impuestos y aranceles, a la vez que el Ecuador se hace conocer por concepto de la comercialización de otros bienes que pueden ser degustados en el mercado internacional y fortalecer la imagen de la industria nacional.

Esto significa que la exportación del arazá contribuye al desarrollo económico de la nación y también a la evolución de la sociedad ecuatoriana, razón por la cual los agricultores desearían que no se desaproveche la oportunidad de industrializar el arazá con base en la conservación de su pulpa, para obtener un producto de exportación que cumpla con los estándares internacionales y que pueda potencializar la balanza comercial.

#### **4.3. Objetivo general de la propuesta.**

Realizar el estudio técnico y económico para determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá y su comercialización a los ecuatorianos radicados

en Miami – Estados Unidos en el periodo del 2016, con base en un estudio de mercado, técnico y económico.

#### **4.4. Objetivos específicos de la propuesta.**

- Realizar el estudio de mercado con base en métodos de pronóstico y la estrategia de las 4 P's enfocada a la población de ecuatorianos radicados en Miami.
- Establecer los factores técnicos para que sea viable la producción de la pulpa de arazá.
- Determinar mediante criterios financieros, la viabilidad económica para la exportación de arazá.

#### **4.5. Lista de contenido y flujo de la propuesta.**

Para la realización de la propuesta del presente proyecto se han tomado en cuenta la siguiente lista de contenido que representa las fases que deben analizadas para determinar la viabilidad del producto.

Por lo tanto se consideran las siguientes etapas:



El desarrollo de cada una de las fases como el estudio de mercado, técnico y económico permite fundamentar la viabilidad de la producción de la pulpa de arazá con énfasis a la exportación y así el cumplimiento de los objetivos propuestos para el proyecto.

#### **4.6. Desarrollo de la propuesta.**

La propuesta consta de tres fases: el estudio de mercado donde se determinará la demanda y la oferta de la fruta, el estudio técnico que se fundamenta en la selección de la tecnología y recursos para la producción del bien, para finalmente realizar la evaluación económica con base en criterios financieros.

##### **4.6.1. Estudio de mercado**

La fase correspondiente al estudio de mercado tiene como objeto determinar cuál es la demanda insatisfecha que existe en el mercado de Miami, en donde se enfoca la comercialización de la pulpa de arazá, para definir el mercado meta y diseñar las herramientas del Marketing que fortalecerán la captación del mismo.

La primera fase del estudio del mercado consiste en la aplicación de técnicas para determinar la demanda, para lo que se aplicó la encuesta con el instrumento del cuestionario, aplicando los mismos pasos de la investigación descriptiva.

Para la recopilación de la información acerca de la demanda del mercado de Miami, Estados Unidos, se captó a los potenciales consumidores de la pulpa de arazá, a través del Internet (redes sociales) como el Facebook y el Twitter, donde la muestra seleccionada pudo emitir sus impresiones acerca de la probabilidad de consumir un bien producido con una fruta ecuatoriana.

##### **4.6.1.1. Determinación de la población y la muestra**

El Diario Las Américas (27/03/2015) destaca que la población de Miami es igual a 19.893.297 habitantes, con una tasa de crecimiento del 3,4% anual, mientras que el censo realizado por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) & FLACSO (2010), señala que los ecuatorianos en territorio norteamericano ascienden a 101.006 personas, la mayoría de ellos en Nueva York

y Miami – Florida, en este último Estado habitan alrededor de 32.098 habitantes ecuatorianos, es decir, el 32% de los ecuatorianos que migraron a USA.

La muestra poblacional solo se calculó para el universo de 32.098 ecuatorianos radicados en Miami, Estados Unidos, aplicando la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde la simbología representa la siguiente información:

- n = Tamaño poblacional
- N = Universo = 32.098 habitantes
- Z = Nivel de confianza = 1,96
- P = Probabilidad de éxito = 50%
- Q = Probabilidad de fracaso = 50%
- d = error muestral = 5%

Desarrollando la ecuación muestral:

$$n = \frac{32.098 \times 1,96 \times 50\% \times 50\%}{0,05 \times (32.098 - 1) \times 1,96 \times 50\% \times 50\%}$$

$$n = \frac{30.826,92}{81,20}$$

$$n = 379,63 = 380 \text{ encuestas}$$

Se aplicará 380 encuestas para la población de ecuatorianos radicados en Miami Estados Unidos.

#### 4.6.1.2. Encuesta aplicada a ecuatorianos consumidores de arazá en Miami

En las siguientes tablas y figuras se expone la realidad actual del mercado de Miami Estados Unidos, con relación al consumo potencial de la pulpa de arazá.

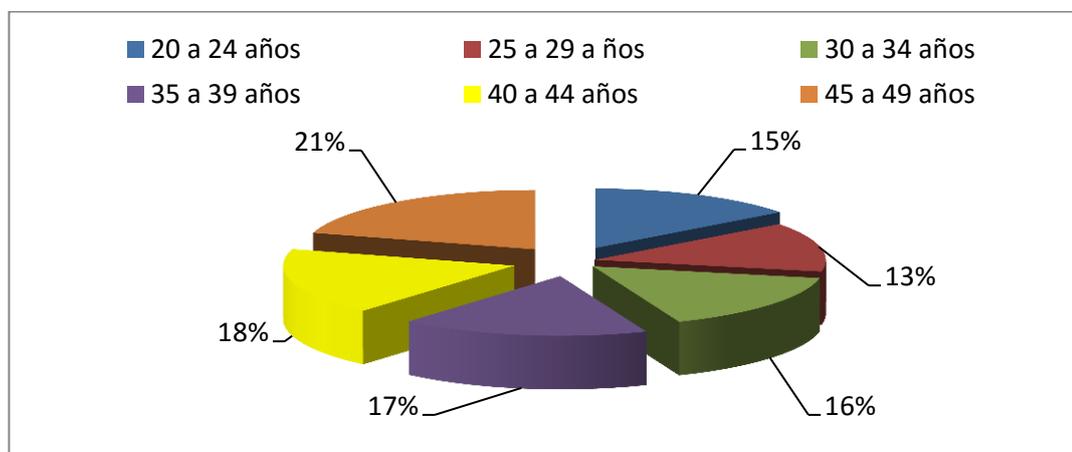
##### a. Edad

**Tabla No. 16: EDAD**

Descripción	Frecuencia	%
20 a 24 años	56	15%
25 a 29 años	51	13%
30 a 34 años	60	16%
35 a 39 años	66	17%
40 a 44 años	69	18%
45 a 49 años	78	21%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 15: EDAD**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Referente a la edad de los consumidores ecuatorianos en Miami, se obtiene que el 21% tiene entre 45 a 49 años de edad, el 18% señala que tiene entre 40 a 44 años, el 17% manifiesta que se encuentra en un rango de 35 a 39 años de edad, el 16% se encuentra entre los 30 a 34 años y el 15% se encuentran entre los 20 a 24 años. Esta información evidencia que la edad de los consumidores encuestados va desde los 20 años hasta los 49 años.

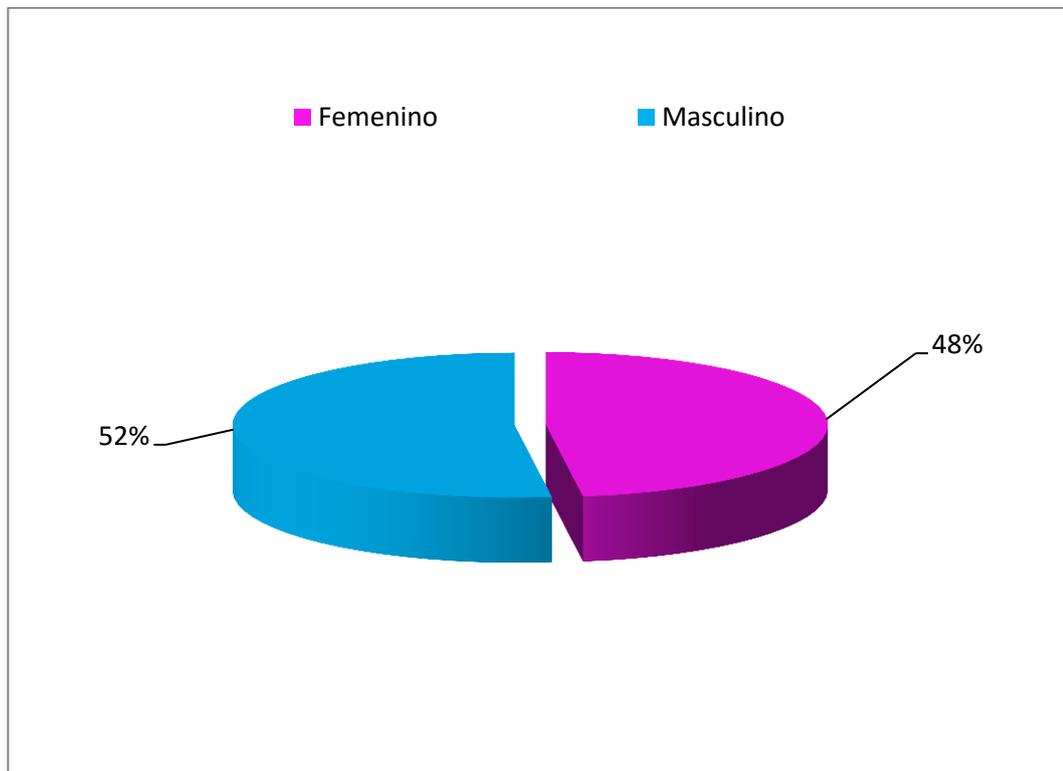
## Género

**Tabla No. 17: GÉNERO**

Descripción	Frecuencia	%
Femenino	182	48%
Masculino	198	52%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 16: GÉNERO**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Con relación al género de los consumidores se obtiene que el 52% representan al género masculino y el 48% corresponden al género femenino. Esta información permite conocer que para obtener información que permita cumplir con el objetivo de determinar la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, se han considerado las opiniones tanto de los consumidores hombres y mujeres.

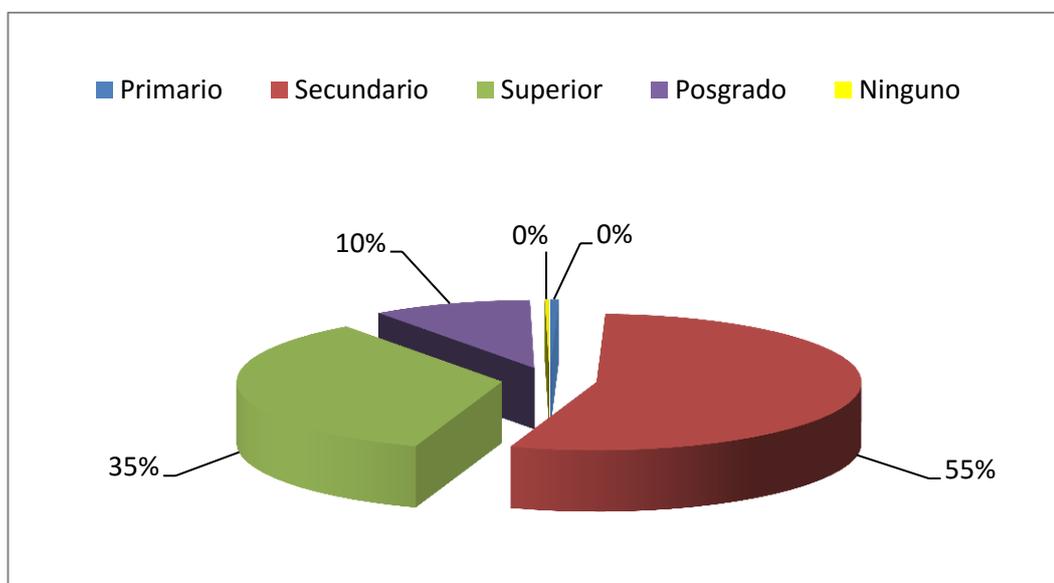
## b. Nivel Académico

**Tabla No. 18: NIVEL ACADÉMICO**

Descripción	Frecuencia	%
Primario	2	1%
Secundario	208	55%
Superior	132	35%
Posgrado	37	10%
Ninguno	1	0%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 17: NIVEL ACADÉMICO**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Concerniente al nivel académico de los consumidores se puede conocer que el 55% tienen nivel de instrucción secundaria, el 35% nivel educativo superior, mientras que el 10% manifiesta que tiene título de Postgrado. La información obtenida evidencia que los consumidores consultados tienen nivel secundario y un porcentaje menor ostentan título de tercer y cuarto nivel, siendo un mercado con mayores conocimientos sobre los beneficios nutricionales necesarios para su salud y adecuada alimentación.

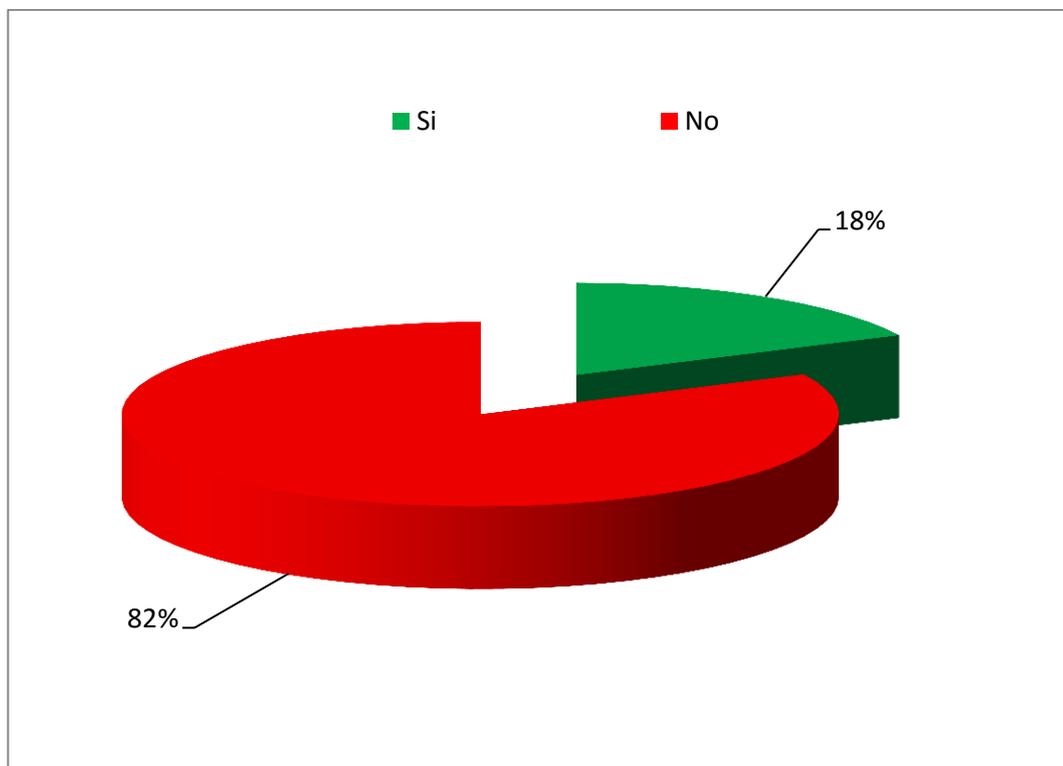
## 1. ¿Conoce el arazá?

**Tabla No. 19: CONOCIMIENTO DEL ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Si	68	18%
No	312	82%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 18: CONOCIMIENTO DEL ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

El 82% señala que conoce sobre el arazá, mientras que el 18% manifestó que no tiene conocimiento sobre este fruto. Los resultados obtenidos evidencian que la mayoría de consumidores potenciales de arazá desconoce sobre este fruto, esto se debe a que dicho vegetal no ha sido explotado en las zonas donde se lo cultiva, lo que ha ocasionado que se desaproveche y en muchos casos se pierda después del proceso de maduración.

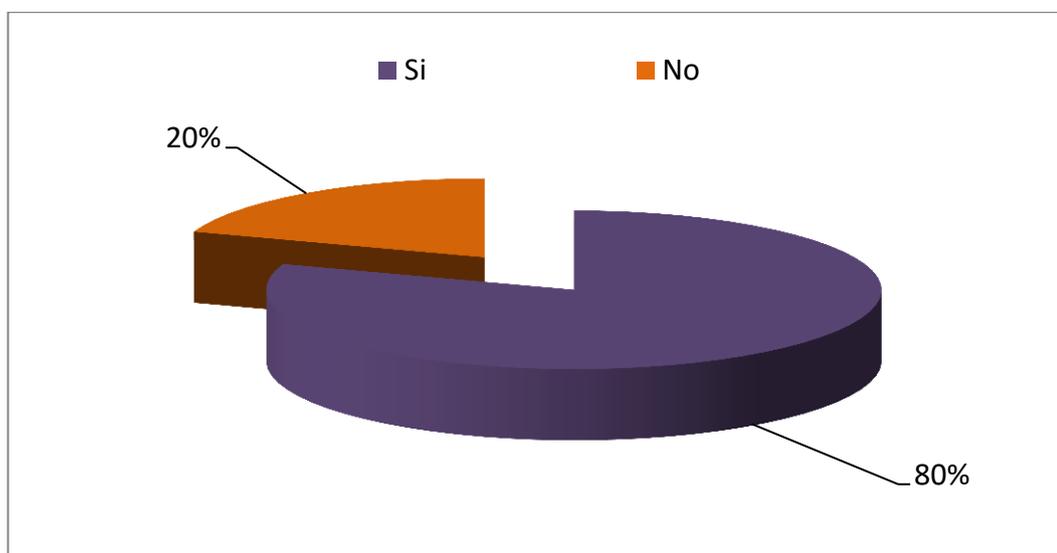
## 2. Al conocer los beneficios del arazá ¿consumiría pulpa de arazá?

**Tabla No. 20: CONSUMO DEL ARAZÁ AL CONOCER SUS BENEFICIOS**

Descripción	Frecuencia	%
Si	305	80%
No	75	20%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 19: CONSUMO DEL ARAZÁ AL CONOCER SUS BENEFICIOS**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

A los consumidores se les consultó si estarían dispuestos a consumir el arazá al conocer los beneficios de la fruta, obteniendo que el 80% afirma que lo consumiría, mientras que el 20% señala lo contrario. De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia que los consumidores luego de conocer los beneficios nutricionales que este ofrece han manifestado que lo consumirían, debido a que el arazá contiene vitaminas A y C, potasio, magnesio lo que contribuye a la alimentación sana y saludable.

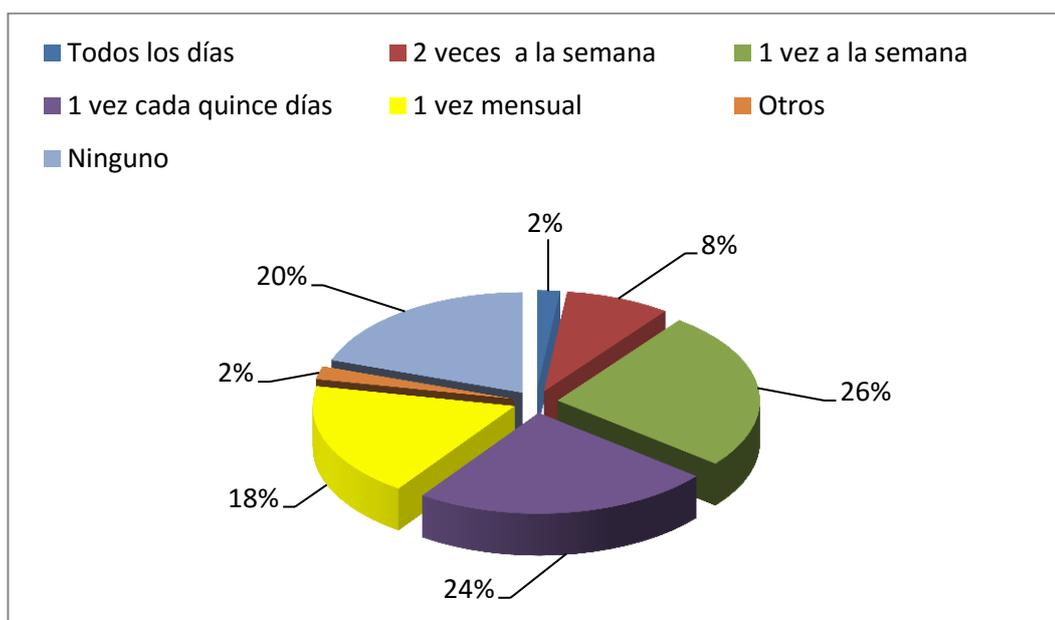
### 3. ¿Cuál es la frecuencia con que consumiría pulpa de arazá?

**Tabla No. 21: FRECUENCIA DE CONSUMO DE PULPA DE ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Todos los días	7	2%
2 veces a la semana	32	8%
1 vez a la semana	97	26%
1 vez cada quince días	91	24%
1 vez mensual	70	18%
Otros	8	2%
Ninguno	75	20%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 20: FRECUENCIA DE CONSUMO DE PULPA DE ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Referente a la frecuencia de consumo de la pulpa de arazá, se obtiene que el 26% lo consumiría una vez a la semana, el 24% estaría dispuesto a consumirlo una vez cada quince días, el 20% no lo consumiría, el 18% una vez al mes. Los consumidores señalan que consumirían la pulpa de arazá con frecuencia semanal, debido a que es una fruta con un delicioso sabor que puede ser preparado en diferentes formas como batidos, jugos y yogurt de acuerdo al gusto de cada consumidor, lo que se complementa con sus beneficios nutricionales.

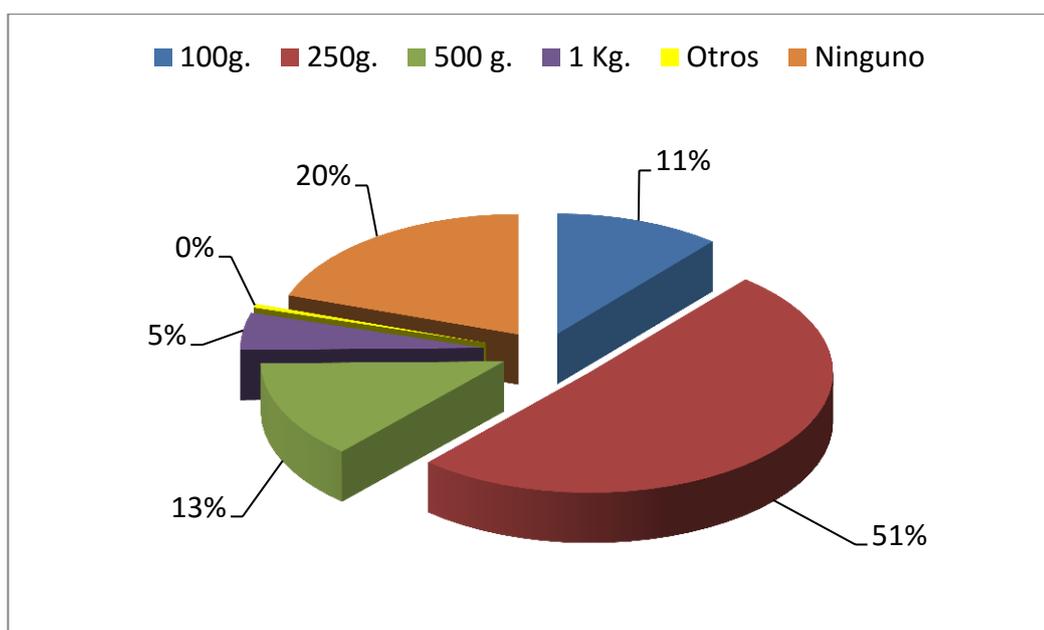
#### 4. ¿En qué presentación consumiría pulpa de arazá?

**Tabla No. 22: PREFERENCIA DE PRESENTACIÓN DEL ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
100g.	42	11,1%
250g.	192	50,5%
500 g.	50	13,2%
1 Kg.	19	5,0%
Otros	2	0,5%
Ninguno	75	19,7%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 21: PREFERENCIA DE PRESENTACIÓN DEL ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Con relación a la presentación en cantidad que prefiere consumir la pulpa de arazá, se obtiene que el 51% lo consumiría la presentación de 250g., el 13% la presentación de 500g., el 11% la presentación de 100g., y el 5% en la presentación de 1 kg. Los resultados obtenidos evidencian que los consumidores potenciales de arazá prefieren la presentación de 250g., por lo tanto se considerará este criterio para la presentación que se ofrecerá a los clientes.

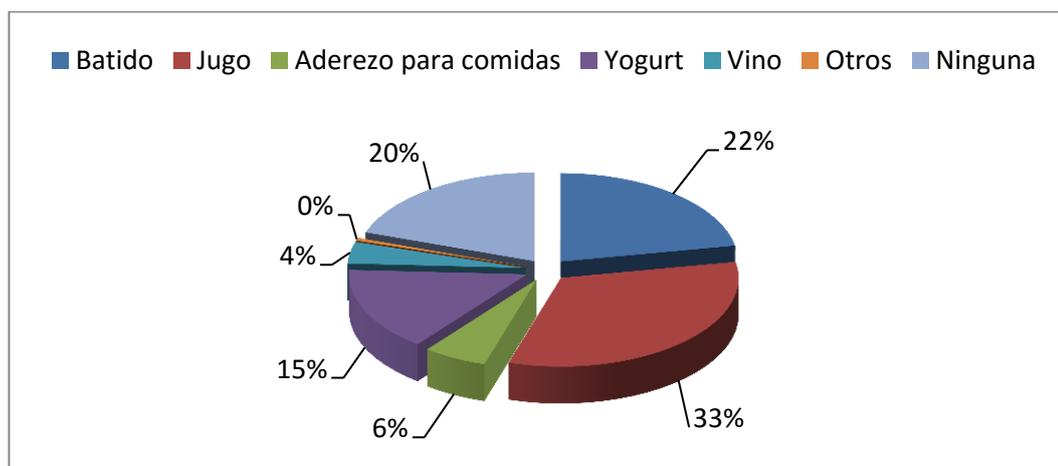
## 5. ¿Qué alimento prepararía con la pulpa de arazá?

**Tabla No. 23: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN**

Descripción	Frecuencia	%
Batido	84	22%
Jugo	124	33%
Aderezo para comidas	22	6%
Yogurt	58	15%
Vino	15	4%
Otros	2	1%
Ninguna	75	20%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

**Figura No. 22: EXISTENCIA DE MEDIOS DISPONIBLES PARA LA COMERCIALIZACIÓN**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Se consultó a los consumidores ecuatorianos en Miami que alimentos estaría dispuesto a preparar con la pupa de arazá, obtenido que el 33% estaría dispuesto a preparar jugos, el 22% prepararía batidos, el 15% prepararía yogurt, el 6% está dispuesto a preparar aderezo para comidas. De acuerdo al criterio de los consumidores es posible conocer que el arazá se lo prepararía en diferentes formas, para aprovechar todas sus propiedades y variarlo, para el desarrollo del sector productor y exportador.

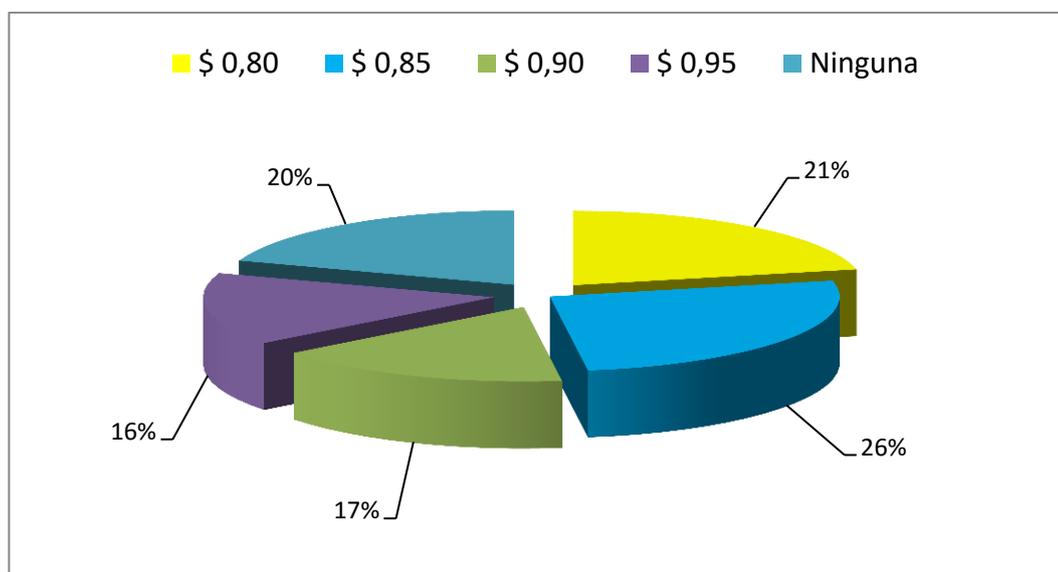
6. ¿Cuánto pagaría por la pulpa de arazá de 250 gramos?

**Tabla No. 24: DISPOSICIÓN A PAGAR POR PULPA DE 250 GR.**

Descripción	Frecuencia	%
\$ 0,80	82	22%
\$ 0,85	100	26%
\$ 0,90	63	17%
\$ 0,95	60	16%
Ninguna	75	20%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 23: DISPOSICIÓN A PAGAR POR PULPA DE 250 GR.**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Respecto al precio que los consumidores estarían dispuestos a cancelar por la pulpa de arazá, tomando como referencia la presentación de 250g., que es la de mayor aceptación de acuerdo a los resultados señalados anteriormente, obteniendo que el 26% pagaría \$0,85, el 17% estaría dispuesto a pagar \$0,90, mientras que el 16% pagaría \$0,95. Los resultados evidencian que los consumidores estarían dispuestos a cancelar entre \$0,80 a \$0,95 por la presentación de pulpa de arazá de 250g., por lo tanto se realizará un cálculo promedio de estos montos para el precio de venta al público del producto.

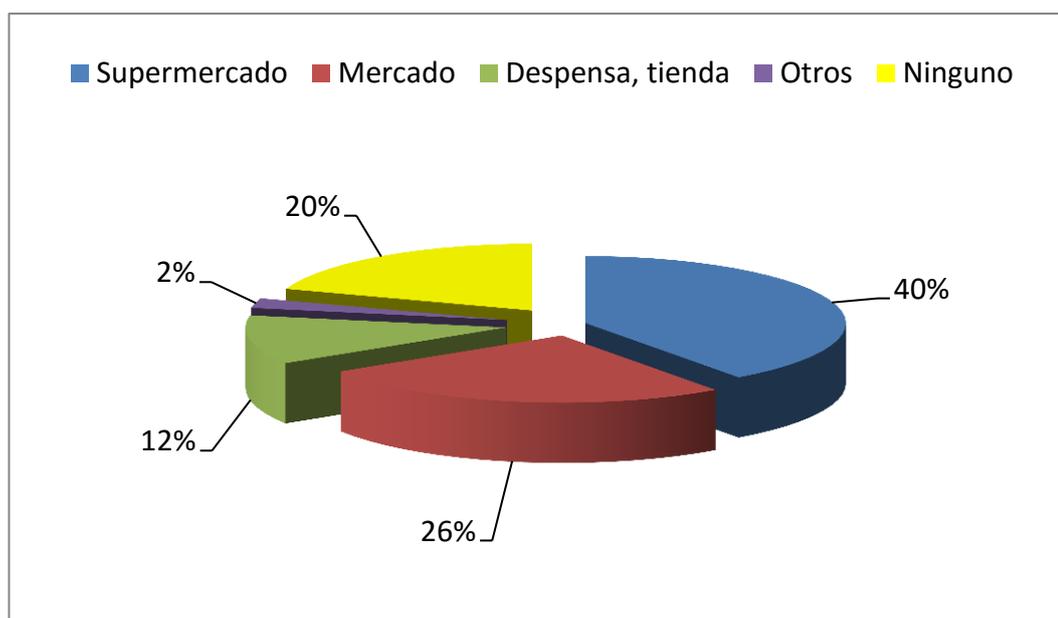
## 7. ¿En dónde compraría la pulpa de arazá?

**Tabla No. 25: LUGARES PARA LA COMPRA DE LA PULPA DE ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Supermercado	152	40%
Mercado	99	26%
Despensa, tienda	45	12%
Otros	9	2%
Ninguno	75	20%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 24: LUGARES PARA LA COMPRA DE LA PULPA DE ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Referente al lugar donde los consumidores estarían dispuestos a consumir la pulpa de arazá, se obtiene que el 40% acudiría a los supermercados, el 26% en los mercados, el 12% lo consumiría en las despensas / tiendas, mientras que el 2% indicó otros lugares. Esta información evidencia que los consumidores están dispuestos a adquirir la pulpa de arazá en diferentes lugares como supermercados, despensas entre otros, por lo tanto es preciso que se lo comercialice en lugares de frecuente concurrencia por los potenciales clientes del producto.

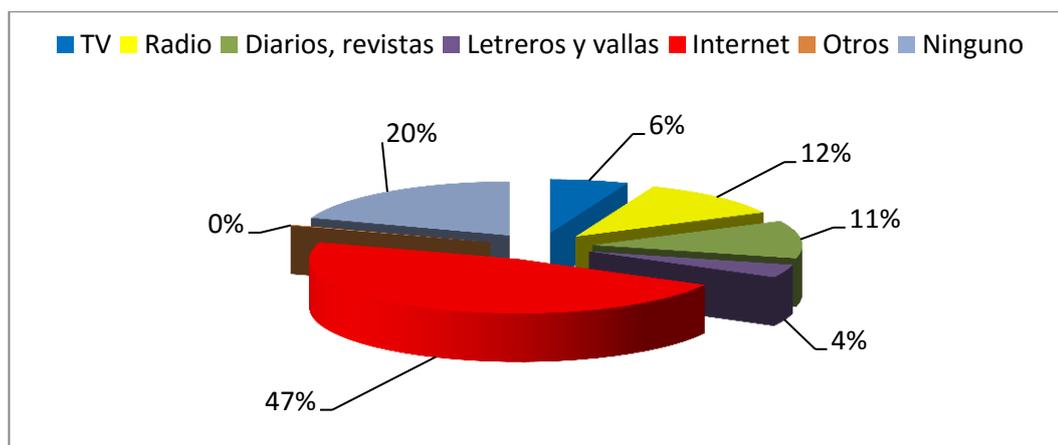
8. ¿En qué medio publicitario le gustaría escuchar hablar sobre los beneficios del arazá?

**Tabla No. 26: MEDIO DE PROPAGACIÓN DE BENEFICIOS DEL ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
TV	23	6%
Radio	44	12%
Diarios, revistas	43	11%
Letreros y vallas	15	4%
Internet	179	47%
Otros	1	0%
Ninguno	75	20%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

**Figura No. 25: MEDIO PUBLICITARIOS DE BENEFICIOS DEL ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Concerniente a los medios publicitarios que le gustaría hablar sobre los beneficios del arazá, se obtiene que el 47% prefiere el internet, el 12% en la radio, el 11% en diarios, revistas, el 6% en canales de televisión y el 4% prefiere los letreros y vallas publicitarias. Está información evidencia que los consumidores prefieren adquirir la pulpa de arazá en un medio publicitario que en la actualidad se utiliza con frecuencia como es el internet, por lo tanto se puede considerar a creación de una página web o una cuenta en una red social para dar a conocer los beneficios del arazá.

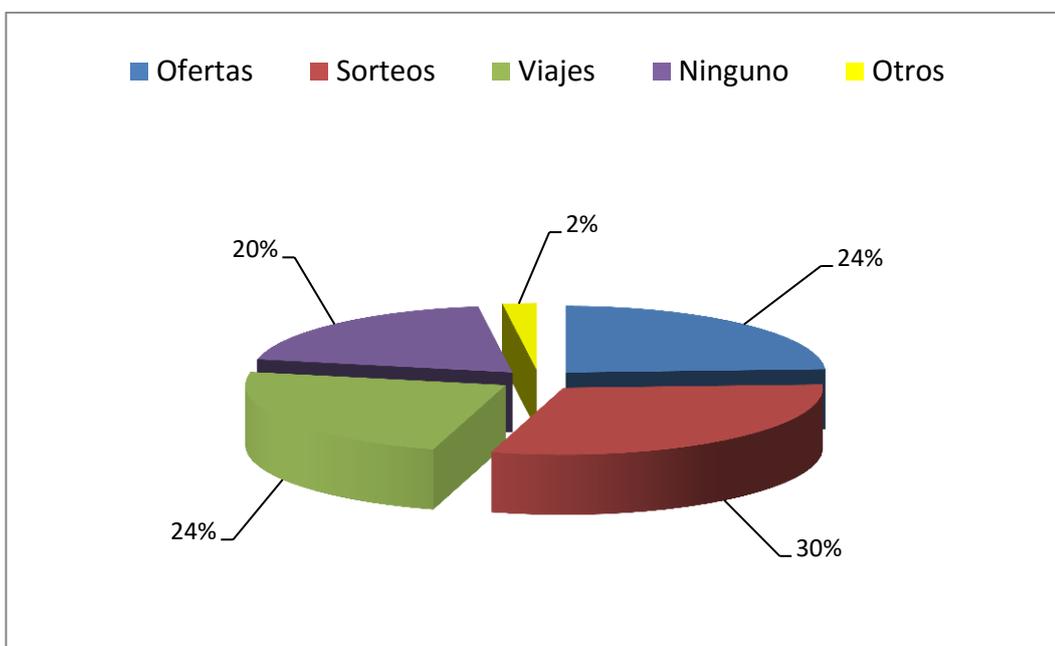
**9. ¿Qué promoción le gustaría recibir acerca de la pulpa de arazá?**

**Tabla No. 27: PROMOCIÓN DE PULPA DE ARAZÁ**

Descripción	Frecuencia	%
Ofertas	92	24%
Sorteos	115	30%
Viajes	90	24%
Ninguno	75	20%
Otros	8	2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami  
 Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 26: PROMOCIÓN DE PULPA DE ARAZÁ**



Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos en Miami  
 Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Referente a la promoción que le gustaría recibir sobre la pulpa de arazá se puede conocer que al 24% le gustaría participar en sorteos, el 24% prefiere viajes, el 24% ofertas, el 2% prefiere otras promociones. Los resultados obtenidos evidencian que los consumidores potenciales de la pulpa de arazá prefieren diferentes promociones entre las que señalan viajes, sorteos, ofertas con lo que se garantizará la fidelidad de la compra de la fruta.

#### 4.6.1.3. Cálculo y proyección de la Demanda

Para calcular la demanda potencial de la pulpa de arazá, se tomó en consideración la pregunta No. 2 de la encuesta aplicada a los consumidores ecuatorianos de arazá en Miami relacionada con la frecuencia de consumo de este producto, como se presenta en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 28: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA OBTENCIÓN DE MEDIA PONDERADA.**

Descripción	Frecuencia de personas	Marca de clase	Frecuencia x marca de clase
Todos los días	7	365	2.555
2 veces a la semana	32	104	3.328
1 vez a la semana	97	52	5.044
1 vez cada quince días	91	24	2.184
1 vez mensual	70	12	840
Otros	8	6	48
Ninguno	75	0	0
<b>Total</b>	<b>380</b>		<b>13.999</b>

Fuente: Cuadro Cálculo de la Demanda actual anual de Pulpa de arazá.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

Con base en la fórmula para calcular la media ponderada, que se observa en el texto de Render, Stair & Hanna (2011), se determina el promedio de consumo y la demanda potencial del producto, al multiplicar este promedio por la población seleccionada, como se presenta en la siguiente fórmula que también se aplica para calcular la media ponderada:

$$\text{Promedio ponderado veces anuales} = \frac{\text{Frecuencia anual de consumo}}{\text{Tamaño de la muestra}}$$

$$\text{Promedio ponderado veces anuales} = \frac{13.999}{380}$$

$$\text{Promedio ponderado veces anuales} = 36.84 \text{ veces anuales}$$

Al aplicar la ecuación matemática, se pudo conocer que el consumo per cápita promedio anual del producto es igual a 36,84 veces anuales, es decir, que pasando un día se lleva a cabo la ingesta de un envase de pulpa de arazá entre la población local.

**Tabla No. 29: DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA OBTENCIÓN DE MEDIA PONDERADA.**

Descripción	Frecuencia	Marca de clase en Kg.	Frecuencia x marca de clase
100g.	42	0,1	4,20
250g.	192	0,25	48,00
500 g.	50	0,5	25,00
1 Kg.	19	1	19,00
Otros	2	0,2	0,40
Ninguno	75	0	0,00
<b>Total</b>	<b>380</b>		<b>97</b>

Fuente: Cuadro Cálculo de la Demanda actual anual de Pulpa de arazá.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

Con base en los resultados de esta pregunta de la encuesta, se procedió a realizar el detalle del promedio de litros anuales que un habitante local consume de pulpa de arazá.

$$\text{Promedio ponderado en Kg.} = \frac{\text{Frecuencia x marca de clase}}{\text{Tamaño de la muestra}}$$

$$\text{Promedio ponderado en Kg.} = \frac{97}{380}$$

**Promedio ponderado en litros = 0,25 Kg**

En consecuencia el promedio de consumo de pulpa de arazá es igual a 0,25 Kg por persona, es decir, que no solo se está consumiendo un promedio de 36,84 veces anuales.

La demanda actual se calculó con base en el número de veces que consumieron pulpa de arazá en el transcurso de un año, así como también con el promedio de Kg. que consumieron cada vez, destacando que la multiplicación del producto fue igual a la demanda anual actual, como se opera seguido:

- Demanda anual actual = Promedio ponderado de frecuencia en veces anuales x promedio ponderado de Kg. por persona x porcentaje de población que consume pulpa de arazá
- Demanda anual actual = 36,84 veces anuales x 0,25 Kg. x 80%
- **Demanda anual actual = 241.268.80 Kg de pupa de arazá**

La demanda actual anual del producto es 241.268.80 Kg de pupa de arazá.

Se toma como referencia el texto de Levine, D. (2012) para realizar el pronóstico lineal de la demanda actual, destacando que este producto se obtiene al multiplicar cada año por la tasa de crecimiento poblacional de 3,40% de la población de Miami, en el cuadro que se presenta a continuación se detalla la proyección de la demanda de pulpa de arazá:

**Tabla No. 30: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE ARAZÁ EN KG.**

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>%</b>	<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>
2015	241.268,80	3,40%	2016	249.471,94
<b>2016</b>	<b>249.471,94</b>	<b>3,40%</b>	<b>2017</b>	<b>257.953,98</b>
<b>2017</b>	<b>257.953,98</b>	<b>3,40%</b>	<b>2018</b>	<b>266.724,42</b>
<b>2018</b>	<b>266.724,42</b>	<b>3,40%</b>	<b>2019</b>	<b>275.793,05</b>
<b>2019</b>	<b>275.793,05</b>	<b>3,40%</b>	<b>2020</b>	<b>285.170,01</b>
<b>2020</b>	<b>285.170,01</b>	<b>3,40%</b>	<b>2021</b>	<b>294.865,79</b>
<b>2021</b>	<b>294.865,79</b>	<b>3,40%</b>	<b>2022</b>	<b>304.891,23</b>

Fuente: Cuadro Cálculo de la Demanda actual anual de Pulpa de arazá.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

La demanda proyectada del primer año en que se pondrá en marcha el proyecto, es igual a 249.471,94 Kg. anuales, lo que se considera una oportunidad

para el inicio de las operaciones del proyecto. En el siguiente cuadro se presenta el detalle del pronóstico de la demanda:

#### 4.6.1.4. Cálculo y proyección de la Oferta

La oferta de pulpa de arazá, está representa por la producción de todos los competidores que manufacturan pulpas de frutas, el cual en este caso es una oferta de libre mercado.

En el caso del arazá, la oferta se calcula con base en los datos de la producción de la fruta a nivel nacional, considerando un total de 72.000 toneladas de arazá, de las que el 0,42% se exporta a Miami de acuerdo a la información proporcionada por el Banco Central del Ecuador, obteniendo que la oferta de pulpa de arazá es igual a 30.240 Kg. de la fruta, de acuerdo a esta información se obtiene que las toneladas que se han exportado como oferta histórica es la siguiente:

**Tabla No. 31: OFERTA HISTÓRICA DE PULPA DE ARAZÁ.**

<b>Años</b>	<b>Toneladas</b>	<b>% Variación</b>
2007	39	
2008	41	5,13%
2009	42	2,44%
2010	51	21,43%
2011	62	21,57%
2012	60	-3,23%
<b>Promedio</b>		<b>9,47%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador y Censo Agrícola.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César

La oferta histórica de pulpa de arazá durante los últimos cinco años, ha tenido un ligero crecimiento que fluctúa entre 2,13% al 21,57% anual, considerando esta información se procede a realizar el cuadro de detalle de la oferta proyectada.

**Tabla No. 32: PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PULPA DE ARAZÁ EN KG.**

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>	<b>%</b>	<b>Año</b>	<b>Oferta proyectada</b>
2012	30.240,00	9,47%	2013	33.103,04
2013	33.103,04	9,47%	2014	36.237,14
2014	36.237,14	9,47%	2015	39.667,98
2015	39.667,98	9,47%	2016	43.423,63
<b>2016</b>	<b>43.423,63</b>	<b>9,47%</b>	<b>2017</b>	<b>47.534,86</b>
2017	47.534,86	9,47%	2018	52.035,33
2018	52.035,33	9,47%	2019	56.961,89
2019	56.961,89	9,47%	2020	62.354,89
2020	62.354,89	9,47%	2021	68.258,48
2021	68.258,48	9,47%	2022	74.721,00

Fuente: Cuadro Cálculo de la Demanda actual anual de Pulpa de arazá.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

El pronóstico de la oferta del primer año de puesta en marcha de la propuesta, es igual a 52.035,33 Kg. anuales, dato que debe ser considerado en el inicio de las operaciones del negocio de producción y comercialización.

#### **4.6.1.5. Cálculo de la demanda insatisfecha y demanda a captar.**

La demanda insatisfecha de pulpa de arazá, se obtiene a partir de la diferencia entre demanda y oferta.

**Tabla No. 33: DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.**

<b>Año</b>	<b>Demanda Kg.</b>	<b>Oferta Kg.</b>	<b>Demanda insatisfecha Kg.</b>
2017	266.724	52.035	214.689,09
2018	275.793	56.962	218.831,16
2019	285.170	62.355	222.815,12
2020	294.866	68.258	226.607,32
2021	304.891	74.721	230.170,23

Fuente: Cuadros de proyección de la demanda y de la oferta.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César

La demanda insatisfecha de pulpa de arazá para el año 2017 será igual a 214.689,09 Kg., esperando que se pueda captar un 7% de esta demanda que no ha sido aprovechada por los productores de la fruta, por lo que la demanda a captar será la siguiente:

**Tabla No. 34: DEMANDA A CAPTAR.**

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha Kg.</b>	<b>% a captar</b>	<b>Demanda a captar Kg.</b>
2017	214.689,09	35,00%	75.141,18
2018	218.831,16	35,00%	76.590,90
2019	222.815,12	35,00%	77.985,29
2020	226.607,32	35,00%	79.312,56
2021	230.170,23	35,00%	80.559,58

Fuente: Cuadro de demanda insatisfecha.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

De acuerdo al cuadro anterior se puede apreciar que en el año 2017 la demanda a captar de pulpa de arazá alcanzará 75.141,18 Kg. de la fruta. Sin embargo, la elaboración del producto estará limitada por el porcentaje de ocupación de la capacidad de la planta, la cual se espera que sea del 83,43% en el primer año, manteniéndose la expectativa de un crecimiento anual en porcentajes del 5%, como se presenta en el detalle del siguiente cuadro.

**Tabla No. 35: VOLUMEN DE PRODUCCIÓN ESPERADO DEL PROYECTO EN KG. DE PULPA DE ARAZÁ**

<b>Año</b>	<b>Demanda a captar Kg.</b>	<b>% ocupación de capacidad de la planta</b>	<b>Producción esperada del proyecto (Kg.)</b>
2017	75.141,18	80,00%	60.113
2018	76.590,90	85,00%	65.102
2019	77.985,29	90,00%	70.187
2020	79.312,56	95,00%	75.347
2021	80.559,58	100,00%	80.560

Fuente: Cuadro de demanda insatisfecha.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Se puede observar que para el año 2017 se podrá elaborar 60.113 Kg. de pulpa de arazá, durante el primer año de implementación del proyecto, la misma que ocupa el 80% de capacidad de la planta, cumpliendo un programa de producción esperado.

#### 4.6.1.6. Marketing Mix (4 P's)

La factibilidad de las exportaciones de pulpa de arazá se logrará mediante la adecuada aplicación de la Mezcla de la Mercadotecnia, considerando los factores denominados como 4 P's del mercado, donde se incluye el producto, precio, plaza o canal de comercialización, promoción y publicidad.

##### 4.6.1.6.1. Producto

El primer aspecto al que se hace referencia es la presentación del producto, donde se detalla la marca, eslogan y logotipo, ya que de esta manera es posible introducirse en la mente del consumidor y penetrar en el mercado objetivo:

**Figura No. 27: MARCA, LOGOTIPO Y ESLÓGAN.**

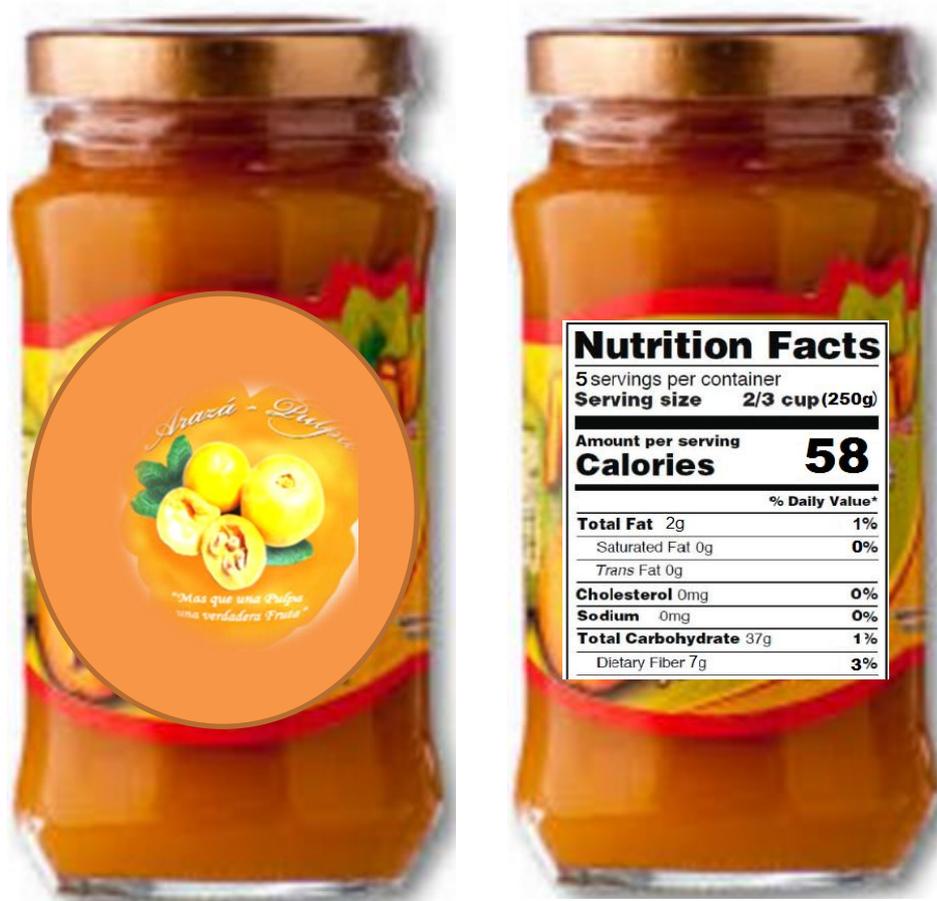


Fuente: Propia.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La marca del producto será “Arazá – Pulpa”, mientras que el eslogan hará referencia a los beneficios de la pulpa y a su alto contenido de vitaminas y nutrientes que aportan en la salud de las personal que lo consumen, además de su excelente sabor. Además debido a que se trata de un producto para el consumo se debe identificar el contenido, ingredientes y lugar de su elaboración para esto se diseñó una etiqueta explicativa:

**Figura No. 28: DISEÑO DEL ENVASE Y ETIQUETA.**



Fuente: Normas FDA

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Para el envasado de la pulpa de arazá se utilizará envases plásticos, respecto al etiquetado se realizará de acuerdo a las normas FDA, indicando las porciones del envase del producto, el total de calorías, así como las grasas, sodio y potasio contenido, además de la marca comercial (logotipo y eslogan), contenido en gramos; fecha de fabricación y caducidad.

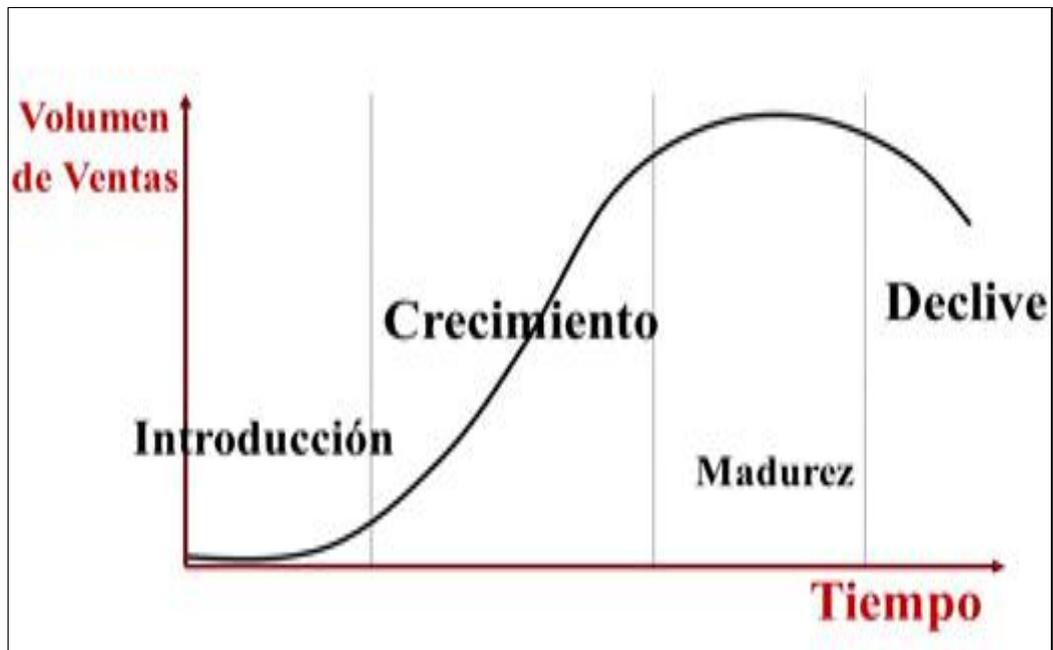
Para el ingreso del producto al mercado estadounidense debe ser regido las regulaciones de la U.S. FDA quien regula los alimentos, bebidas y suplementos alimenticios que tienen la intención de ser consumidos en los Estados Unidos se requieren los siguientes procedimientos:

- Registro U.S. FDA y Requerimiento de Agente Estadounidense (Ley de Bioterrorismo U.S. FDA)

- Aviso Previo Express (Enviando Alimentos y Bebidas a los Estados Unidos)
- Revisión de Etiquetado e Ingredientes de Alimentos, Bebidas y Suplementos Alimenticios.
- Establecimiento de Alimentos Enlatados (FCE) y Registro de Procesos (SID).
- Servicios de Inocuidad Alimentaria U.S. FDA
- Asistencia con Importación U.S. FDA (Detenciones FDA/Alertas de Importación FDA).
- Substancias en Contacto con Alimentos (FCS).
- Colorantes Alimenticios y Certificación de Lotes de Colorantes Alimenticios.

El ciclo de vida del producto comprende las etapas de introducción, crecimiento, madurez y decadencia, como se presenta en el siguiente esquema, el mismo que se aplicará a las exportaciones de la pulpa de arazá:

**Figura No. 29: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.**



Fuente: Propia.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Como estrategia para la introducción en el mercado se pretende llegar al mercado de Miami – Estados Unidos con el envase plástico de pulpa de arazá de contenido de 250g, posteriormente se pretende comercializar un producto

elaborado con base en el arazá a las instituciones educativas del país en mención, para la etapa de madurez se espera ofrecer otros productos en base a esta fruta como yogurt, mermelada, néctar, galletas, entre otros productos que por sus propiedades alimenticias pueden ser adquiridas por niños y adultos de toda edad.

#### 4.6.1.6.2. Precio

Para obtener el precio promedio del producto, se tomó la información recabada de la encuesta aplicada a los consumidores ecuatorianos de arazá que residen en Miami, específicamente la pregunta No. 6, obtenido como resultado la siguiente información:

**Tabla No. 36: PRECIOS DE PULPA DE FRUTAS EN EL MERCADO LOCAL.**

Descripción	Frecuencia	%	Precio
\$ 0,80	82	22%	\$ 65,60
\$ 0,85	100	26%	\$ 85,00
\$ 0,90	63	17%	\$ 56,70
\$ 0,95	60	16%	\$ 57,00
Ninguna	75	20%	\$ 0,00
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 264,30</b>
	<b>Precio promedio</b>		<b>\$ 0,87</b>

Fuente: Encuesta aplicada consumidores ecuatorianos de arazá en Miami. Pregunta No. 6.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

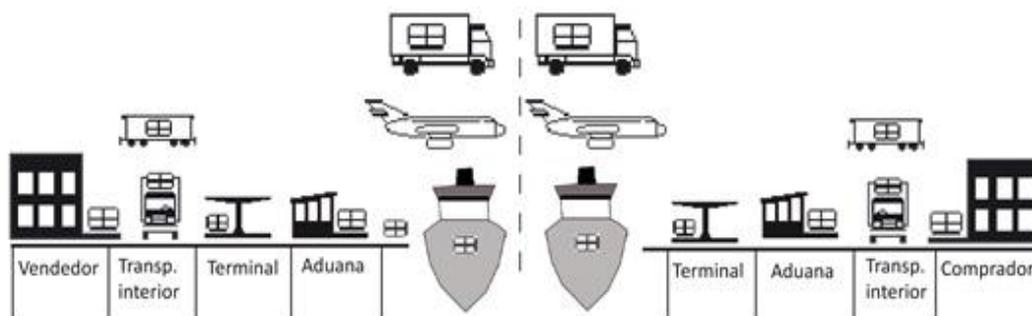
El costo promedio que los potenciales consumidores estarían dispuestos a cancelar por la presentación de 250g de la pulpa de arazá es igual a \$0,87 centavos de dólar, considerado un precio accesible para la población objetivos y que puede ser un factor positivo para competir con los demás productos que se encuentran en el mercado.

#### 4.6.1.6.3. Plaza o canal de distribución

El canal de distribución del producto “Pulpa de Arazá”, será de tipo indirecto, pasando del productor o fabricante hacia el agente exportador quien será

el encargado del traslado (por la agencia naviera) de la pulpa hacia el país de destino y de allí al siguiente canal que lo comercializará al consumidor final.

**Figura No. 30: CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**



Fuente: Propia.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El proceso por el que atraviesa el producto desde el momento de la fabricación hasta el consumidor final es el siguiente:

- Salida de fábrica.
- Transporte y almacenamiento
- Aprobación aduanera
- Transporte marítimo, Terrestre o aéreo.
- Llegada de la carga al terminal de destino.
- Transporte interior.
- Lugar de distribución (punto de abastecimiento, supermercado).
- Consumidor final

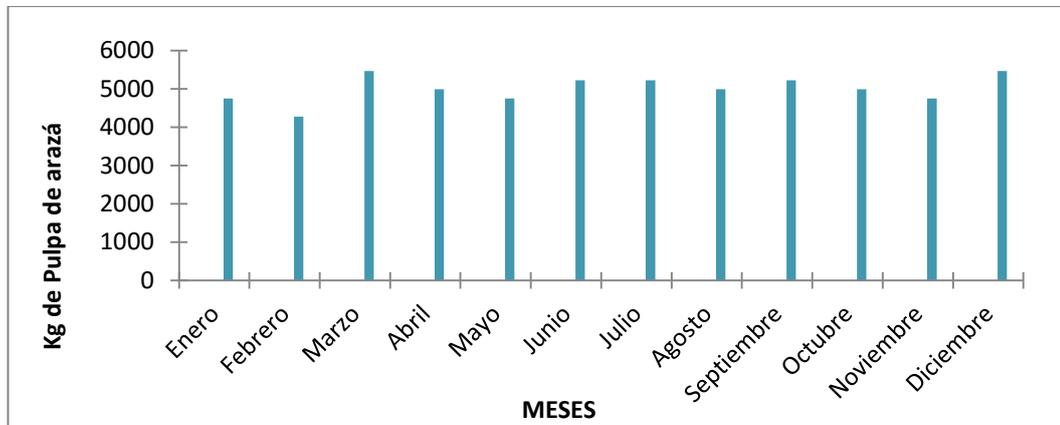
Entre una de las políticas del proyecto se busca mantener los canales de distribución y exportación más cortos, lo que permitirá minimizar los costos de la comercialización de la “Pulpa – Arazá”, para que el PVP del producto no supere el precio de \$0,87 por presentación de 250 g., y poder competir en el mercado. Con relación al plan de distribución se presenta la siguiente tabla de resumen:

**Tabla No. 37: RESUMEN PLAN DE PRODUCCIÓN. KG. PULPA DE ARAZÁ. PRIMER AÑO.**

Mes	Días Laborados	Programa Unidades	Cumplido Unidades	%
Enero	20	4.752	4.752	7,91%
Febrero	18	4.277	4.277	7,11%
Marzo	23	5.465	5.465	9,09%
Abril	21	4.990	4.990	8,30%
Mayo	20	4.752	4.752	7,91%
Junio	22	5.227	5.227	8,70%
Julio	22	5.227	5.227	8,70%
Agosto	21	4.990	4.990	8,30%
Septiembre	22	5.227	5.227	8,70%
Octubre	21	4.990	4.990	8,30%
Noviembre	20	4.752	4.752	7,91%
Diciembre	23	5.465	5.465	9,09%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>60.113</b>	<b>60.113</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Cuadros del plan de producción detallado por meses.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

**Figura No. 31: PLAN DE PRODUCCIÓN EN KG. DE PULPA DE ARAZÁ. PRIMER AÑO.**



Fuente: Cuadros del plan de producción detallado por meses.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La producción mensual se situará entre 4.277 y 5.465 Kg. de pulpa de arazá, considerando que la distribución será semanal, para ser exportada a los agentes que se encargaran de llevar el producto hasta Miami para ser comercializado a los potenciales clientes:

**Tabla No. 38: PLAN DE DISTRIBUCIÓN SEMANAL A CANALES DE COMERCIALIZACIÓN. EN KG. DE PULPA DE ARAZÁ. PRIMER AÑO.**

Meses	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Total
Enero	1.188	1.188	1.188	1.188	-	4.752
Febrero	1.188	1.188	713	1.188	-	4.277
Marzo	1.188	1.188	1.188	1.188	713	5.465
Abril	238	1.188	1.188	1.188	1.188	4.990
Mayo	1.188	1.188	1.188	950	238	4.752
Junio	950	1.188	1.188	1.188	713	5.227
Julio	475	1.188	1.188	1.188	1.188	5.227
Agosto	1.188	950	1.188	1.188	-	4.990
Septiembre	713	1.188	1.188	1.188	950	5.227
Octubre	238	1.188	1.188	1.188	1.188	4.990
Noviembre	713	1.188	1.188	1.188	475	4.752
Diciembre	713	1.188	1.188	1.188	1.188	5.465
<b>Total</b>						<b>60.113</b>

Fuente: Cuadros del plan de producción detallado por meses.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La distribución del producto se realizará a los principales centros de abastecimiento, considerando los resultados de la pregunta No. 7 aplicada a los consumidores ecuatorianos de arazá en Miami, donde se establece que estarían dispuestos a adquirir la pulpa de arazá en supermercados, mercados, despensas y tiendas.

#### **4.6.1.6.4. Publicidad y promoción**

Las principales estrategias publicitarias para la comercialización de la pulpa de arazá, será la publicidad radial, redes sociales, promociones, prensa escrita, telefonía celular, folletos y trípticos, los mismos que incluirán la información del producto, difundiendo los beneficios nutricionales de la Pulpa – Arazá para incentivar el consumo del producto, en la tabla que se presenta a continuación se indica el detalle de la publicidad para llegar penetrar en la mente del consumidor:

**Tabla No. 39: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN ANUAL.**

Día	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1		Diario 1	Diario 2		Emisora 1				Volantes		Emisora 1	
2	Emisora 1		Cupones		Diario 1				Trípticos	Emisora 1		
3	Diario 1		Cupones		Diario 2			Volantes	Folletos		Diario 1	
4	Diario 2		Cupones	Emisora 2	Cupones		Emisora 1	Trípticos	Volantes	Diario 1	Diario 2	Emisora 2
5	Volantes	Emisora 2	Cupones	Diario 1	Cupones	Volantes		Folletos	Trípticos	Diario 2	Cupones	
6	Trípticos	Cupones	Emisora 2	Diario 2	Cupones	Trípticos	Diario 1	Volantes			Cupones	Diario 1
7	Folletos	Diario 1	Oferta 2x1	Volantes	Emisora 2	Folletos	Diario 2	Trípticos			Cupones	Diario 2
8	Volantes	Diario 2	Oferta 2x1	Trípticos	Cupones						Emisora 2	
9	Emisora 2	Cupones	Volantes	Folletos	Sorteo, 2x1				Volantes	Emisora 2	Sorteo, 2 x1	
10	Diario 1	Cupones	Trípticos	Volantes					Trípticos		Diario 1	
11	Diario 2	Cupones	Folletos	Trípticos			Emisora 2		Folletos	El Universo	Diario 2	Emisora 1
12	Volantes	Cupones	Volantes	Diario 1					Volantes	El Universo		
13	Trípticos	Emisora 1	Emisora 1	Diario 2			El Universo		Trípticos			Diario 1
14	Folletos	Diario 1Oferta 2x1	Diario 1				El Universo					Diario 2
15	Volantes	Diario 2	Diario 2			Volantes					Emisora 1	Cupones
16	Emisora 1	Volantes	Volantes			Trípticos				Emisora 1		
17	Diario 1	Trípticos	Trípticos			Folletos					Diario 1	
18	Diario 2	Folletos	Folletos	Emisora 1			Emisora 1		Volantes	Diario 1	Diario 2	Emisora 2
19	Volantes	Volantes	Volantes	Diario 1					Trípticos	Diario 2	Volantes	
20	Trípticos	Emisora 2	Emisora 2	Diario 2			Diario 1		Folletos		Trípticos	Diario 1
21	Folletos	Diario 1	Diario 1				Diario 2		Volantes		Folletos	Diario 2
22	Volantes	Diario 2	Diario 2						Trípticos		Emisora 2	Cupones
23	Emisora 2	Volantes	Volantes							Emisora 2		
24	Diario 1	Trípticos	Trípticos			Vallas	Sorteo, 2 x1				Diario 1	Sorteo, 2 x1
25	Diario 2	Folletos	Folletos	Emisora 2			Sorteo, 2 x1		Volantes	Diario 1	Diario 2	Emisora 1
26	Volantes	Volantes	Volantes	Diario 1			Emisora 2		Trípticos	Diario 2	Volantes	
27	Trípticos	Emisora 1	Emisora 1	Diario 2		Letreros	Diario 1		Folletos		Trípticos	Diario 1
28	Folletos	Diario 1	Diario 1				Diario 2		Volantes		Folletos	Diario 2
29	Volantes		Diario 2						Trípticos		Emisora 1	
30	Emisora 1											

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Al igual que las cuñas publicitarias, los avisos en los diarios, deben presentar la marca, el eslogan y los beneficios del producto “Pulpa – Arazá” en la población, además se entregaran folletos y trípticos en los exteriores de los centros comerciales, hoteles, restaurantes, escuelas y colegios de Miami, con el fin de dar a conocer el producto.

Otro medio de publicidad que se utilizará debido a su bajo costo será la creación de una página web donde se podrá dar a conocer las ventajas del producto y los beneficios que tiene la fruta por su contenido vitamínico para la salud de los consumidores, además de las diferentes presentaciones existentes en el mercado, las mismas que incluirán promociones de 2 x 1, sorteos y regalos sorpresa por las compras.

#### 4.6.2. Estudio técnico

Posterior al estudio de mercado se realiza el análisis del estudio técnico, para esto se considera los equipos y suministros con que debe contar la empresa

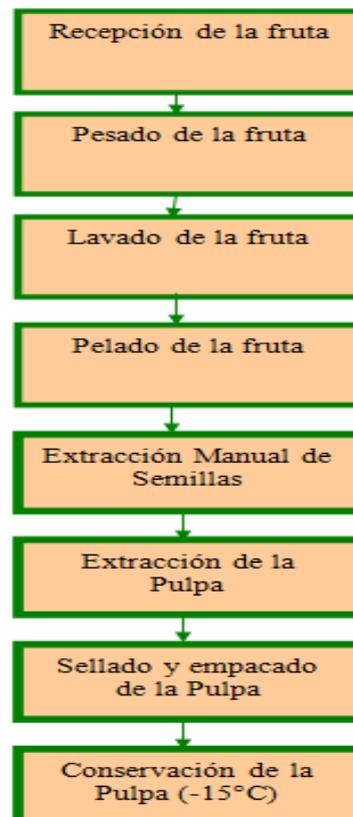
para estar en marcha, además de los procesos que se realizan para la obtención del producto procesado y envasado.

#### 4.6.2.1. Proceso productivo para la elaboración de la pulpa de arazá

El proceso productivo para la elaboración de la pulpa de arazá comprende una serie de procedimientos que se realizan en orden consecutivo para que el producto final pueda ser sistematizado para obtener el mismo producto final sin que altere el contenido y propiedades del alimento.

En el proceso que se realiza para la elaboración de la pulpa de arazá se ejecutan cada uno de los pasos esquematizados en el siguiente flujograma los cuales deben ser seguidos para la obtención de un producto uniforme y de calidad exportable los cuales se muestran en la figura a continuación:

**Figura No. 32: PROCESO DE ELABORACIÓN DE PULPA DE ARAZÁ.**



Fuente: Propia.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

**Recepción y pesado.** – Se receipta la fruta en la bodega, para posteriormente trasladarla a la planta de producción, donde serán pesadas en balanzas electrónicas y clasificadas mediante un proceso manual, que consiste en la selección de la materia prima, separando las dañadas, en un recipiente que las devolverá a los productores agrícolas, para que la utilicen como abono orgánico.

**Lavado de la fruta.** – Posteriormente, se lava la baya en tinas con agua caliente y cloro, para procurar su desinfección, debiendo lavarla nuevamente con agua a temperatura ambiente para quitar el cloro de su superficie.

**Extracción de cáscaras y semillas.** – El procesamiento de frutas para obtener su pulpa refinada consta básicamente de una extracción mecánica de la cáscara y semillas y una refinación por medio de tamices con mallas de 1 mm.

**Extracción de la pulpa.** – Extraídas las cáscaras y las semillas del vegetal, se obtiene la pulpa, la cual debe conservar las características organolépticas de la fruta que la originó.

**Sellado y empacado.** – La pulpa se sella y empaca con la tecnología más adecuada para este proceso, conservándola a temperaturas que oscilen  $-15^{\circ}\text{C}$  a  $-20^{\circ}\text{C}$ , para que la fruta conserve sus propiedades durante dos meses.

El proceso de elaboración de pulpa de arazá, consiste básicamente en la extracción de la cáscara y semillas de su parte carnosa que se quiere aprovechar, para lo cual previamente debe seleccionarse y lavarse adecuadamente la fruta y conservarse bajo métodos adecuados de congelación industrial, a  $-15^{\circ}\text{C}$  a  $-20^{\circ}\text{C}$  de temperatura, para que la fruta conserve sus propiedades características, durante dos meses aproximadamente.

#### **4.6.2.2. Maquinarias para el procesamiento de la pulpa de arazá**

A continuación, se citan los equipos para el procesamiento de la pulpa de arazá:

- 2 Tina para almacén de semillas
- 5 Tamices (1 mm)
- 1 Máquina selladora
- 1 Máquina etiquetadora
- 2 Cámara frigorífica
- 1 Balanza electrónica
- 1 Accesorios
- 2 Batidora industrial

Además se utilizaran los equipos auxiliares para la producción de la pulpa de arazá, como se detalla a continuación:

- 1 Vehículo
- 1 Caja de Herramientas
- 4 Transportadores manuales
- 2 Extractor EO16 y bases galvanizadas instaladas
- 2 Baldes, cucharones y jarrones medidores
- 4 Cuchillos de acero inoxidable
- 2 Lámpara de emergencia
- 2 Acondicionador de aire 18000 BTU

Mediante estos utensilios se pretende elaborar la pulpa de arazá envasada para la comercialización del producto hacia el mercado de Miami.

#### **4.6.2.3. Estructuración de la Organización del Proyecto.**

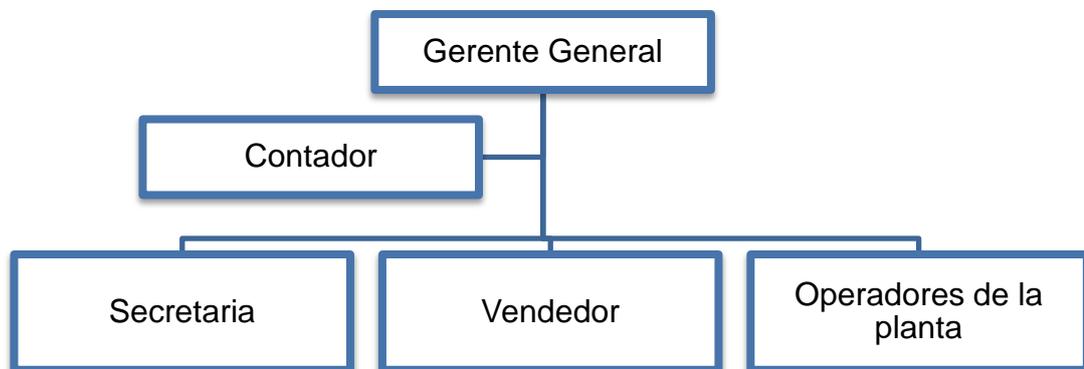
La estructura de la organización es necesaria en todas las empresas como una forma de cumplir con las necesidades de talento humano en las diferentes áreas del proyecto, considerando las fortalezas, actividades y procesos para el adecuado funcionamiento de la misma, para seleccionar una estructura adecuada se debe adoptar la que se acomode a las prioridades y necesidades para la elaboración y comercialización de la pulpa de arazá.

En el presente proyecto los servicios de contaduría y mantenimiento serán contratados por la futura empresa, en calidad de Staff.

#### 4.6.2.3.1. Organigrama

En el siguiente esquema se presenta la estructura organizacional del presente proyecto.

**Figura No. 33: ORGANIGRAMA.**



Fuente: Propia.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

A continuación se describe las funciones y responsabilidades del personal que laborará en la empresa para la producción de la pulpa de arazá:

**Gerente General:** Es el representante legal de la organización, realiza la planificación, organización, dirección y control de las actividades empresariales, entre las funciones que tiene a su cargo se indican:

- Planificación de estrategias empresariales.
- Dirección y control de la empresa.
- Inspección de los proveedores.
- Elaboración del presupuesto de compras y ventas.
- Negociación con el cliente.
- Análisis del mercado.
- Manejo económico de la empresa.

- Contratación del personal nuevo.

**Secretaria:** Colabora con las actividades que le pone a cargo el Gerente General, además desarrolla las siguientes funciones:

- Coordinar las actividades del personal.
- Vigilar el cumplimiento de las actividades relacionadas con la administración de los recursos humanos, financieros y materiales asignados.
- Apoyar al departamento en la logística de las ventas y exportaciones.
- Atención personalizada y retroalimentación con el cliente.
- Cancelar sueldos al personal.
- Ordenar el archivo de los registros y documentos organizacionales.

**Contador:** Realiza el procedimiento contable y elabora estados financieros, además cumple con las siguientes actividades:

- Responsable del procedimiento contable.
- Elaborar estados financieros y presupuestos contables.
- Informe de situación financiera de la organización.
- Trámite de pagos de impuestos en el S.R.I.
- Elaboración de roles de pagos.
- Registro de inventarios de materiales.

**Vendedor:** Encargado de realizar las ventas, exportaciones y el Marketing, además de destacarse en las siguientes obligaciones:

- Mantener comunicación adecuada con los clientes, mediante estrategias promocionales.
- Cobertura del mercado.
- Comercialización del producto a los canales de distribución.
- Investigación del mercado.
- Colaboración con el gerente del presupuesto de ventas.

**Operadores de Planta:** Transformación de las materias primas en productos terminados, se desempeña en las siguientes actividades:

- Transformación directa de la materia prima en producto terminado.
- Traslado de materias primas, suministros e insumos a la planta.
- Limpieza de las instalaciones.
- Realiza el reporte de los problemas en el proceso productivo.
- Vigilancia de la empresa.
- Entregan información interna a su inmediato superior.
- Mantenimiento rutinario de los activos fijos de la planta.

#### **4.7. Impacto/producto/beneficio obtenido**

Este estudio se considera la fase final del proyecto de inversión, permitiendo conocer la rentabilidad de la inversión, para lo cual se han realizado los siguientes cuadros explicativos:

##### **4.7.1. Inversión fija**

Para poner en marcha el proyecto que pretende la exportación de pulpa de arazá a Miami – Estados Unidos, se debe realizar la adquisición de activos fijos para el montaje de la planta lo que permitirá la posibilidad de financiar el negocio.

A continuación se presenta el cuadro de la Inversión Fija:

**Tabla No. 40: INVERSIÓN FIJA.**

<b>Rubros</b>	<b>Montos</b>	<b>Porcentaje</b>
Terrenos y Construcciones	\$64.699,00	65,74
Maquinarias y Equipos	\$27.983,55	28,43
Otros Activos	\$3.654,18	3,71
Equipos y Muebles de Oficina	\$2.079,00	2,11
<b>Total</b>	<b>\$98.415,73</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cuentas de la inversión fija.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La cuenta correspondiente a la inversión fija asciende al monto de \$98.415,73, de los cuales los terrenos y construcción que representa 65,74%, la cuenta de maquinarias y equipos 28,43%, otros activos participa con 3,71%, mientras que la cuenta de equipos y muebles de oficina representa el 2,11%.

#### 4.7.1.1. Terrenos y construcciones

Para poner en marcha la propuesta es pertinente contar con un terreno, donde se armará la infraestructura para realizar las actividades de producción de la pulpa de arazá, el mismo que se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 41: TERRENOS Y CONSTRUCCIONES.**

Descripción	Cantidad	Unidades	V. Unit.	V. Total
<b>Terrenos (13 x 20)</b>	216	m <sup>2</sup>	\$39,50	<b>\$10.270,00</b>
<b>Construcciones</b>				<b>\$49.479,00</b>
Planta de Producción	90	m <sup>2</sup>	\$305,00	\$27.450,00
Calidad	16	m <sup>2</sup>	\$254,00	\$4.064,00
Bodega	50	m <sup>2</sup>	\$254,00	\$12.700,00
Administración	20	m <sup>2</sup>	\$244,00	\$4.880,00
Baños	1,5	m <sup>2</sup>	\$150,00	\$225,00
Garita Guardia	1	m <sup>2</sup>	\$80,00	\$80,00
Tableros eléctricos	1	m <sup>2</sup>	\$80,00	\$80,00
<b>Cerramientos</b>	66	m	\$75,00	<b>\$4.950,00</b>
<b>Total Terrenos y Construcciones</b>				<b>\$64.699,00</b>

Fuente: Cuadro de Construcciones.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La cuenta correspondiente a los terrenos y construcciones, asciende a \$64.699,00, cuyo detalle refleja que los terrenos ascienden a \$10.270,00, la cuenta de las Construcciones suma \$49.479,00 y el rubro de los Cerramientos suma \$4.950,00.

#### 4.7.1.2. Maquinarias y equipos

Las maquinarias y equipos para la producción de la pulpa de arazá requieren la siguiente inversión:

**Tabla No. 42: MAQUINARIAS Y EQUIPOS.**

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Equipos para la producción</b>			<b>\$9.325,00</b>
Tina de almacenamiento de semillas	2	\$150,00	\$300,00
Tamices (1 mm)	5	\$125,00	\$625,00
Máquina selladora	1	\$1.330,00	\$1.330,00
Máquina etiquetadora	1	\$1.155,00	\$1.155,00
Cámara frigorífica	2	\$2.120,00	\$4.240,00
Balanza electrónica	1	\$665,00	\$665,00
Accesorios	1	\$280,00	\$280,00
Batidora industrial	2	\$365,00	\$730,00
<b>Equipos auxiliares</b>			<b>\$17.326,00</b>
Vehículo	1	\$13.800,00	\$13.800,00
Caja de Herramientas	1	\$566,00	\$566,00
Transportadores manuales	4	\$57,00	\$228,00
Extractor EO16 y bases galvanizadas instaladas	2	\$420,00	\$840,00
Baldes, cucharones y jarrones medidores	2	\$120,00	\$240,00
Cuchillos de acero inoxidable	4	\$35,00	\$140,00
Lámpara de emergencia	2	\$56,00	\$112,00
Acondicionador de aire 18000 BTU	2	\$700,00	\$1.400,00
<b>Subtotal (Equipos y Maquinarias)</b>			<b>\$26.651,00</b>
Gastos de instalación y montaje (5%)			<b>\$1.332,55</b>
<b>Total Equipos y Maquinarias</b>			<b>\$27.983,55</b>

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El presupuesto que se requiere para los equipos y maquinarias asciende a la cantidad de \$27.983,55.

#### **4.7.1.3. Activos intangibles**

Dentro de la cuenta activos intangibles o diferidos, como software, patentes, constitución y demás permisos que requerirá el proyecto, se presentan en el siguiente cuadro.

**Tabla No. 43: ACTIVOS INTANGIBLES.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Software (Licencia / Windows, Office)	1	\$405,00	\$405,00
Gastos de constitución de la sociedad	1	\$300,00	\$300,00
Registro sanitario y tasa mantenimiento	1	\$300,00	\$300,00
Costo de patente	1	\$275,00	\$275,00
G. Puesta en marcha (5% costo máquina)			\$1.399,18
Línea telefónica	1	\$125,00	\$125,00
Formularios de exportación		\$550,00	\$550,00
Gastos de estudio e investigación	1	\$300,00	\$300,00
<b>Total Activos Intangibles</b>			<b>\$3.654,18</b>

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

El presupuesto necesario para cubrir los gastos por concepto de activos intangibles asciende a \$3.654,18.

#### **4.7.1.4. Equipos y muebles de oficina**

Los equipos y muebles que requerirá la sección administrativa del proyecto, se presenta en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 44: EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA.**

<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Escritorio de computación	2	\$620,00	\$1.240,00
Escritorio Gerencial de 120 x 60	2	\$115,00	\$230,00
Archivador	1	\$108,00	\$108,00
Sillas gemas de color azul	6	\$77,00	\$462,00
Teléfono	3	\$13,00	\$39,00
<b>Total Mobiliario de oficina</b>			<b>\$2.079,00</b>

Fuente: cuadro de equipos de muebles de oficina.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La cuenta correspondiente a los Equipos y muebles de oficina ascienden a la cantidad de \$2.079,00.

#### 4.7.2. Capital de operación

El capital de operación se refiere a la capacidad de la empresa para llevar a cabo las actividades de elaboración y comercialización de la pulpa de arazá, considerando un volumen de producción de 411 cientos de unidades.

**Tabla No. 45: COSTOS DE OPERACIÓN ANUAL.**

Descripción	Valor Total	%	Valor mensual
Materiales directos	\$7.484,06	7,99	\$623,67
Mano de obra directa	\$31.033,14	33,13	\$2.586,10
Gastos indirectos	\$21.992,49	23,48	\$1.832,71
Gastos administrativos	\$20.951,28	22,37	\$1.745,94
Gastos de ventas	\$12.198,20	13,02	\$1.016,52
<b>Totales</b>	<b>\$93.659,18</b>	<b>100,00</b>	<b>\$7.804,93</b>

Fuente: Rubros del capital de operación.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La cuenta de costos de operación anual suma \$93.659,18, este monto se divide de la siguiente manera: la cuenta de los Materiales directos participa con 7,99%, la Mano de obra directa representan el 33,13%, los Gastos indirectos participa con 23,48%, los Gastos administrativos representan el 22,37%, mientras que los Gastos de ventas participan con 13,02%.

##### 4.7.2.1. Materiales Directos

Los materiales directos se refieren al fruto del arazá y preservantes, para un volumen de producción de 60.113 Kg. de pulpa de arazá, como se presenta en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 46: MATERIALES DIRECTOS.**

Descripción	Consumo Unitario	Unidad	Cantidad Total	Valor Unitario	Valor Total
Arazá	0,17	Kg.	10.219,2	\$0,60	\$6.131,52
Preservantes	0,01	Kg.	601,1	\$2,25	\$1.352,54
<b>Total</b>					<b>\$7.484,06</b>

Fuente: cuadro de materiales directos.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La cuenta de materiales directos, asciende a **\$7.484,06.**

#### 4.7.2.1.1. Mano de obra directa

Los sueldos y salarios de la mano de obra directa para la elaboración de la pulpa de arazá, se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 47: MANO DE OBRA DIRECTA.**

Descripción	Salario Básico un.	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	IESS
Operadores de Planta	\$366,00	\$30,50	\$30,50	\$15,25	\$30,50	\$40,81
Descripción	SECAP IECE	Pago por Colaborador	Cantidad Operadores	Valor Mensual	Valor Anual	
Operadores de Planta	\$3,66	\$517,22	5	\$2.586,10	<b>\$31.033,14</b>	
<b>Total</b>					<b>\$31.033,14</b>	

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

El rubro correspondiente a los operadores de la planta asciende a **\$31.033,14**.

#### 4.7.2.1.2. Gastos Indirectos

En este numeral se indicarán los montos correspondientes a los materiales indirectos, las depreciaciones seguros, reparación y mantenimiento, además de los suministros de operación que serán necesarios para la puesta en marcha de la exportación de pulpa de arazá.

**Tabla No. 48: GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Descripción	Valor total	%
Materiales Indirectos	\$6.592,59	29,98
Depreciación	\$5.611,48	25,52
Reparación y mantenimiento	\$2.798,36	12,72
Seguros	\$1.399,18	6,36
Suministros	\$5.590,89	25,42
<b>Totales</b>	<b>\$21.992,49</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Carga fabril.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

El rubro correspondiente a los gastos indirectos asciende a \$21.992,49, cuyo monto está representado el 29,98% por materiales indirectos, el 25,52% las depreciaciones, reparación y mantenimiento participa con 12,72%, el rubro de los seguros representa el 6,36% y los suministros participan con un 38,13%.

**Materiales indirectos.** – El resumen de los materiales de empaque del producto, se presentan en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 49: MATERIALES INDIRECTOS.**

Descripción	Unidad	Cantidad Total	Valor Unitario	Valor Total
Envases	Unidad	240.452	\$0,020	\$4.809,04
Cartones de empaque	Unidad	626	\$0,80	\$500,94
Etiquetas	Unidad	240.452	\$0,005	\$1.202,26
Cinta de embalaje	Unidad	104	\$0,77	\$80,36
<b>Total</b>				<b>\$6.592,59</b>

Fuente: cuadro de materiales indirectos.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La cuenta de los materiales indirectos suma **\$6.592,59**.

**Otros rubros.** – Esta cuenta se refiere a las depreciaciones de los activos fijos, además de los seguros, reparaciones y mantenimiento, para obtener el valor se aplicó el método de depreciación lineal:

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Costo de activos} - \text{Valor de salvamento}}{\text{Vida útil}}$$

Las depreciaciones, seguros, reparación y mantenimiento se detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 50: DEPRECIACIONES, SEGUROS, REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.**

<b>Activos</b>	<b>Costos</b>	<b>V. Útil Años</b>	<b>Valor Residual</b>
Maquinarias	\$14.183,55	10	\$1.418,36
Construcción	\$54.429,00	20	\$13.607,25
Vehículo	\$13.800,00	5	\$3.450,00
P. en marcha	\$1.399,18	5	\$279,84

<b>Activos</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>%</b>	<b>Reparación mantenia.</b>	<b>Seguros</b>
Maquinarias	\$1.276,52	10%	\$1.418,36	\$709,18
Construcción	\$2.041,09			
Vehículo	\$2.070,00	10%	\$1.380,00	\$690,00
P. en marcha				
<b>Total</b>	<b>\$5.611,48</b>		<b>\$2.798,36</b>	<b>\$1.399,18</b>

Fuente: Cuadro de inversión fija.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El rubro de las depreciaciones suma \$5.611,48, la reparación y mantenimiento asciende a \$2.798,36, mientras que el rubro de seguros es igual a \$1.399,18.

**Suministros para la producción.** – Dentro de esta cuenta se detallan los valores correspondientes a los suministros de electricidad, combustibles y agua potable, así como los materiales de limpieza, que se presentan a continuación:

**Tabla No. 51: SUMINISTROS DE FABRICACIÓN.**

<b>Suministros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Suministros de operación</b>				<b>\$5.145,10</b>
Energía Eléctrica	40.320	Kw - Hr	\$0,08	\$3.225,60
Combustible	550	Galones	\$1,69	\$929,50
Agua	4.500	m <sup>3</sup>	\$0,22	\$990,00
<b>Otros Suministros</b>				<b>\$445,79</b>
Cloro líquido	7	Galón	\$1,95	\$13,65
Botiquín y remedios	1	Unidad	\$25,89	\$25,89
Extintor 20 Kg. PQS	2	Unidad	\$66,00	\$132,00
Trapeadores	1	Unidad	\$6,00	\$6,00
Escobas	3	Unidad	\$2,60	\$7,80
Guantes	5	Paquete	\$8,99	\$44,95
Mascarillas desechables	5	Paquete	\$5,50	\$27,50
Cascos	5	Paquete	\$5,80	\$29,00
Mandiles	5	Unidad	\$6,75	\$33,75
Zapatos	5	Pares	\$15,15	\$75,75
Señalizaciones	5	Unidad	\$6,60	\$33,00
Orejera	5	Unidad	\$3,30	\$16,50
<b>Total</b>				<b>\$5.590,89</b>

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

La cuenta correspondiente a los suministros de operación se compone por los montos de los suministros de operación (\$5.145,10), y el rubro de los otros suministros (\$445,79), generando un total de \$5.590,89.

#### **4.7.2.1.3. Gastos Administrativos**

En el siguiente cuadro se detalla el resumen de los gastos administrativos para la ejecución del presente proyecto.

**Tabla No. 52: GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>%</b>
Gastos generales	\$3.303,80	15,77
Personal administrativo	\$17.647,48	84,23
<b>Totales</b>	<b>\$20.951,28</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Sueldos administrativos y gastos generales.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El monto por concepto de Gastos Administrativos asciende a la cifra de \$20.106,92, de los cuales el 15,77% representa los gastos generales y el 84,23% corresponde a los sueldos del personal administrativo.

**Sueldos al personal administrativo.** – Dentro de esta cuenta se detalla los sueldos de los colaboradores del área administrativo, cuyo detalle se presenta a continuación:

**Tabla No. 53: SUELDOS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO.**

Descripción	Salario	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	IESS
Gerente General	\$680,00	\$56,67	\$30,50	\$28,33	\$56,67	\$75,82
Secretaria	\$380,00	\$31,67	\$30,50	\$15,83	\$31,67	\$42,37

Descripción	SECAP IECE	Pago por Colaborador	Cantidad Operadores	Valor Mensual	Valor Anual
Gerente General	\$6,80	\$934,79	1	\$934,79	<b>\$11.217,44</b>
Secretaria	\$3,80	\$535,84	1		\$535,84
<b>Total</b>					<b>\$17.647,48</b>

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El personal administrativo requiere un presupuesto de **\$17.647,48** siendo el mayor rubro el sueldo del Gerente General.

**Gastos Generales.** – Dentro de esta cuenta se incluyen los gastos de Depreciación de muebles de oficina, Constitución de la Sociedad, servicios de contaduría, arriendo, planillas de teléfono e internet, como se indica en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 54: GASTOS GENERALES.**

<b>Activos</b>	<b>Costos</b>	<b>V. Útil Años</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Valor a Depreciar</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Depreciación Muebles Oficina	\$2.255,00	5	\$451,00	\$1.804,00	\$360,80
Constitución de la Sociedad	\$300,00	10	\$30,00	\$270,00	\$27,00
Servicios de Contaduría	\$120,00				\$1.440,00
Planilla teléfono e Internet	\$90,00				\$1.080,00
S. De oficina	\$33,00				\$396,00
<b>Total</b>					<b>\$3.303,80</b>

Fuente: Cuadro de Otros Activos

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El rubro de la cuenta correspondiente de Gastos Generales ascienden a **\$3.303,80**, de este monto el más representativo es el rubro por concepto de servicios de contaduría.

#### **4.7.2.1.4. Gastos de ventas**

Están conformados por los gastos del plan de Marketing y los sueldos del personal de ventas, como se presentan en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 55: COSTOS DE VENTAS.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>%</b>
Publicidad, Promoción y Distribución	\$4.651,10	38,13
Personal de ventas	\$7.547,10	61,87
<b>Totales</b>	<b>\$12.198,20</b>	<b>100,00</b>

Fuente: costos de ventas

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El monto por concepto de Gastos de Ventas asciende a la cifra de \$12.198,20, de los cuales el 38,13% representa los gastos publicitarios y el 61,87% corresponde a los sueldos del personal de ventas.

**Sueldos al personal de ventas.** – Corresponden a los sueldos y beneficios del personal de ventas, detallados a continuación:

**Tabla No. 56: SUELDOS AL PERSONAL DE VENTAS.**

Descripción	Salario	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	IESS
Vendedores	\$450,00	\$37,50	\$30,50	\$18,75	\$37,50	\$50,18

Descripción	SECAP IECE	Pago por Colaborador	Cantidad Operadores	Valor Mensual	Valor Anual
Vendedores	\$4,50	\$628,93	1	\$628,93	<b>\$7.547,10</b>
<b>Total</b>					<b>\$7.547,10</b>

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

El sueldo del personal de ventas requiere un presupuesto de **\$7.547,10**.

**Gastos Publicitarios.** – En esta cuenta se detalla los gastos de publicidad y promoción, como se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 57: GASTOS POR CONCEPTO DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.**

Descripción	Cantidad	C. Unitario	Costo Anual
Publicidad radio	48	\$14,00	\$672,00
Redes sociales (Facebook)	12	\$55,00	\$660,00
Promociones			\$1.389,10
Prensa escrito	25	\$56,00	\$1.400,00
Telefonía celular	4.000	\$0,02	\$80,00
Folletos	2.000	\$0,15	\$300,00
Trípticos	3.000	\$0,05	\$150,00
<b>Total</b>			<b>\$4.651,10</b>

Fuente: Investigación en medios de comunicación.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Los Gastos por concepto de publicidad y promoción suma **\$4.651,10**.

#### 4.7.3. Inversión Total

Obtenidas las inversiones en activos fijos y diferidos, y, elaborado el presupuesto del capital de trabajo mensual, se ha efectuado el siguiente cuadro de la inversión total:

**Tabla No. 58: INVERSIÓN TOTAL.**

Descripción	Valor Total	%
Inversión fija	\$98.415,73	51,24
Capital de operaciones	\$93.659,18	48,76
<b>Totales</b>	<b>\$192.074,90</b>	<b>100,00</b>
Capital propio	\$133.025,47	
Financiamiento	\$59.049,44	(60% IF)

Fuente: Capital de operación e Inversión fija.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

La inversión total suma la cantidad de \$192.074,90, representando el 51,24% la inversión fija y 48,76% el capital de operaciones.

#### 4.7.4. Financiamiento

La propuesta será financiada a través de un crédito solicitado al Banco Nacional de Fomento (BNF), por el 60% del monto de la inversión total, considerando una tasa de interés anual del 11%, mientras que el interés trimestral será de 0,92%, cuyos dividendos mensuales se obtienen a través de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Dividendos mensuales} = \frac{\text{Crédito} \times \text{interés}}{1 - (1 + \text{interés})^{-\text{años}}}$$

$$\text{Dividendos mensuales} = \frac{\$59.049,44 \times 0,92\%}{1 - (1 + 0,92\%)^{-36}}$$

**Dividendos mensuales = \$1.933,20**

Mediante el cálculo realizado se obtiene que el monto total ascendió a \$1.933,20, permitiendo la elaboración de la siguiente tabla de amortización del préstamo.

**Tabla No. 59: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.**

<b>n</b>	<b>Fecha</b>	<b>C</b>	<b>i (0,92%)</b>	<b>P</b>	<b>(C+i)-P</b>
0	28/12/2015	<b>\$59.049,44</b>			
1	28/01/2016	\$59.049,44	\$541,29	\$1.933,20	\$57.657,52
2	28/02/2016	\$57.657,52	\$528,53	\$1.933,20	\$56.252,84
3	28/03/2016	\$56.252,84	\$515,65	\$1.933,20	\$54.835,29
4	28/04/2016	\$54.835,29	\$502,66	\$1.933,20	\$53.404,75
5	28/05/2016	\$53.404,75	\$489,54	\$1.933,20	\$51.961,09
6	28/06/2016	\$51.961,09	\$476,31	\$1.933,20	\$50.504,19
7	28/07/2016	\$50.504,19	\$462,96	\$1.933,20	\$49.033,95
8	28/08/2016	\$49.033,95	\$449,48	\$1.933,20	\$47.550,22
9	28/09/2016	\$47.550,22	\$435,88	\$1.933,20	\$46.052,90
10	28/10/2016	\$46.052,90	\$422,15	\$1.933,20	\$44.541,85
11	28/11/2016	\$44.541,85	\$408,30	\$1.933,20	\$43.016,94
12	28/12/2016	\$43.016,94	\$394,32	\$1.933,20	\$41.478,06
13	28/01/2017	\$41.478,06	\$380,22	\$1.933,20	\$39.925,07
14	28/02/2017	\$39.925,07	\$365,98	\$1.933,20	\$38.357,85
15	28/03/2017	\$38.357,85	\$351,61	\$1.933,20	\$36.776,26
16	28/04/2017	\$36.776,26	\$337,12	\$1.933,20	\$35.180,18
17	28/05/2017	\$35.180,18	\$322,48	\$1.933,20	\$33.569,46
18	28/06/2017	\$33.569,46	\$307,72	\$1.933,20	\$31.943,97
19	28/07/2017	\$31.943,97	\$292,82	\$1.933,20	\$30.303,59
20	28/08/2017	\$30.303,59	\$277,78	\$1.933,20	\$28.648,17
21	28/09/2017	\$28.648,17	\$262,61	\$1.933,20	\$26.977,58
22	28/10/2017	\$26.977,58	\$247,29	\$1.933,20	\$25.291,67
23	28/11/2017	\$25.291,67	\$231,84	\$1.933,20	\$23.590,31
24	28/12/2017	\$23.590,31	\$216,24	\$1.933,20	\$21.873,35
25	28/01/2018	\$21.873,35	\$200,51	\$1.933,20	\$20.140,65
26	28/02/2018	\$20.140,65	\$184,62	\$1.933,20	\$18.392,07
27	28/03/2018	\$18.392,07	\$168,59	\$1.933,20	\$16.627,46
28	28/04/2018	\$16.627,46	\$152,42	\$1.933,20	\$14.846,68
29	28/05/2018	\$14.846,68	\$136,09	\$1.933,20	\$13.049,57
30	28/06/2018	\$13.049,57	\$119,62	\$1.933,20	\$11.235,99
31	28/07/2018	\$11.235,99	\$103,00	\$1.933,20	\$9.405,78
32	28/08/2018	\$9.405,78	\$86,22	\$1.933,20	\$7.558,80
33	28/09/2018	\$7.558,80	\$69,29	\$1.933,20	\$5.694,88
34	28/10/2018	\$5.694,88	\$52,20	\$1.933,20	\$3.813,88
35	28/11/2018	\$3.813,88	\$34,96	\$1.933,20	\$1.915,64
36	28/12/2018	\$1.915,64	\$17,56	\$1.933,20	\$0,00
		<b>Totales</b>	<b>\$10.545,86</b>	<b>\$69.595,30</b>	

Fuente: Cuadros de inversión fija y datos del crédito financiado.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

La tabla de amortización del crédito que se propone financiar a través del Banco Nacional de Fomento (BNF), indicó los siguientes resultados denominados en calidad de gastos financieros:

**Tabla No. 60: CUADRO DE INTERESES ANUALES QUE SE DEBE  
ABONAR A LA ENTIDAD FINANCIERA.**

<b>Período</b>	<b>Interés anual</b>	<b>%</b>
2016	\$5.627,06	52,36
2017	\$3.593,72	33,97
2018	\$1.325,09	13,67
<b>Total</b>	<b>\$10.545,87</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cuadro de amortización del crédito requerido.  
Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Los gastos financieros se suman a los costos de operaciones para la determinación del costo unitario del envase de pupa de arazá de 250g, el mismo que al tercer año asciende a un monto de \$10.545,87.

#### **4.7.5. Cálculo del costo unitario del producto.**

Se calculó el costo unitario del producto con base en la siguiente operación matemática:

$$\text{Costo unitario producción} = \frac{\text{Capital de operación} + \text{gasto financiero anual}}{\text{Volumen de producción}}$$

$$\text{Costo unitario producción} = \frac{\$93.659,18 + \$5.627,06}{60.113 \text{ Kg.}}$$

Costo unitario del producto = \$1,65 / Kg.

El costo unitario del envase de pulpa de arazá asciende a la cantidad de \$1,60 por Kg.

#### 4.7.6. Determinación del precio de venta

El precio de venta se obtuvo con base en la aplicación de la técnica del precio promedio, sin embargo, se operará para determinar el margen de utilidad sobre el costo unitario del bien en análisis:

- Precio de venta = Costo unitario + (costo unitario x 28,75%)
- Precio de venta = \$1,65 + (\$1,65 x 39,91%)
- Precio de venta = \$1,65 + \$0,66
- **Precio de venta = \$2,31 / Kg.**

El precio promedio del producto será igual a \$2,31 el cual será fijado como precio de venta al público, cantidad que se tomó como referencia para realizar el siguiente cuadro de los ingresos esperados:

**Tabla No. 61: PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS POR VENTAS.**

<b>Años</b>	<b>Unidades proyectados</b>	<b>Precio de venta / kg.</b>	<b>Ingresos esperados</b>	<b>% de incremento</b>
2016	240.452	\$ 2,31	\$138.910,17	
2017	260.409	\$ 2,31	\$150.439,60	8,30%
2018	280.747	\$ 2,31	\$162.188,96	7,81%
2019	301.388	\$ 2,31	\$174.113,17	7,35%
2020	322.238	\$ 2,31	\$186.158,66	6,92%

Fuente: Programa de Producción y Precio de Venta del Producto.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Se va a obtener un ingreso de \$138.910,17 durante el primer año de ejecución de la propuesta para la exportación de la pulpa de arazá.

#### 4.7.7. Cálculo del punto de equilibrio

El punto de equilibrio se determina a través de la gráfica que lleva el mismo nombre, la cual forma parte del análisis para determinar el punto donde el negocio no gana ni pierde, para esto se deben considerar los costos fijos y variables:

**Tabla No. 62: DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

<b>Costos</b>	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>
Materiales Directos		\$7.484,06
Mano de Obra Directa		\$31.033,14
Materiales Indirectos		\$6.592,59
Reparación y Mantenimiento	\$2.798,36	
Seguros	\$1.399,18	
Suministros	\$5.590,89	
Depreciaciones	\$5.611,48	
Gastos Administrativos	\$20.951,28	
Gastos de Ventas		\$12.198,20
Gastos Financieros	\$5.627,06	-
<b>Totales</b>	<b>\$41.978,24</b>	<b>\$57.308,00</b>

Fuente: Capital de operación y costos financieros.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

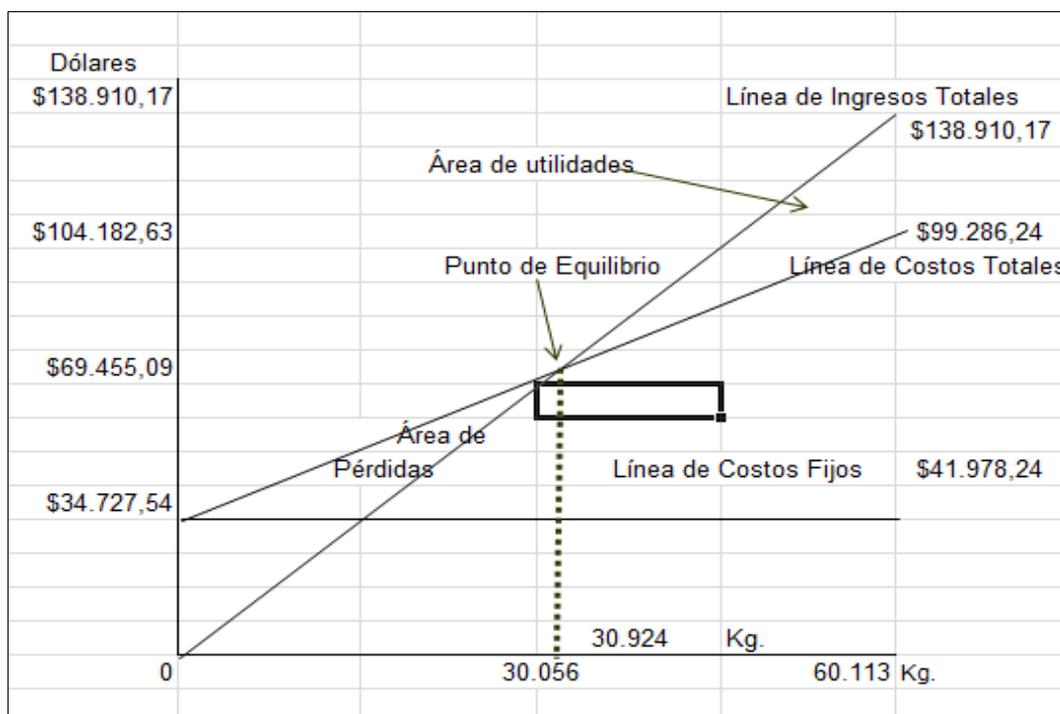
La clasificación de los costos en fijos y variables sirve de base para la aplicación de la ecuación del punto de equilibrio en unidades envasadas de pupa de arazá, la cual se presenta en la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{costos variables}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$41.978,24}{\$138.910,17 - \$57.308,00}$$

- Punto de equilibrio = 0,5144 = 51,44%
- Punto de equilibrio = 30.923,63 Kg.

**Figura No. 34: GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.**



Fuente: Costos fijos y variables.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

De acuerdo al gráfico se puede determinar que cuando la empresa realice la exportación de 30.056 Kg. de pulpa de arazá, habrá recuperado los costos en la inversión para la producción, es decir que se debe elaborar esta cantidad para recuperar lo invertido y comenzar a obtener ingresos.

#### **4.8. Validación de la propuesta: evaluación económica y financiera**

Dentro del análisis de la evaluación financiera se indican los indicadores TIR, VAN y periodo de recuperación de la inversión, detallados con sus respectivos montos en los siguientes subnumerales:

##### **4.8.1. Estado de Pérdidas y Ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias se considera el balance de mayor importancia para determinar la factibilidad y rentabilidad de la exportación de pulpa de arazá, como se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 63: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Descripción	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>\$160.801,92</b>	<b>\$168.840,08</b>	<b>\$168.840,08</b>	<b>\$168.840,08</b>	<b>\$168.840,08</b>
<b>Costos</b>					
<b>(-) Costos de producción</b>					
	<b>\$71.211,22</b>	<b>\$74.001,12</b>	<b>\$74.001,12</b>	<b>\$74.001,12</b>	<b>\$74.001,12</b>
(-) Materiales Directos	\$8.663,52	\$9.096,59	\$9.096,59	\$9.096,59	\$9.096,59
(-) Mano de Obra Directa	\$39.516,24	\$41.491,57	\$41.491,57	\$41.491,57	\$41.491,57
(-) Materiales Indirectos	\$7.631,56	\$8.013,05	\$8.013,05	\$8.013,05	\$8.013,05
(-) Costos indirectos de fabricación	\$15.399,90	\$15.399,90	\$15.399,90	\$15.399,90	\$15.399,90
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$89.590,70</b>	<b>\$94.838,97</b>	<b>\$94.838,97</b>	<b>\$94.838,97</b>	<b>\$94.838,97</b>
<b>Margen bruto</b>	<b>55,71%</b>	<b>56,17%</b>	<b>56,17%</b>	<b>56,17%</b>	<b>56,17%</b>
(-) Gastos Administrativos	\$20.951,28	\$20.951,28	\$20.951,28	\$20.951,28	\$20.951,28
(-) Gastos de Ventas	\$14.120,59	\$14.826,45	\$14.826,45	\$14.826,45	\$14.826,45
<b>Utilidad operativa</b>	<b>\$54.518,82</b>	<b>\$59.061,23</b>	<b>\$59.061,23</b>	<b>\$59.061,23</b>	<b>\$59.061,23</b>
<b>Margen operativo</b>	<b>33,90%</b>	<b>34,98%</b>	<b>34,98%</b>	<b>34,98%</b>	<b>34,98%</b>
(-) Gastos financieros	\$5.627,06	\$3.593,72	\$1.325,09		
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$54.518,82</b>	<b>\$59.061,23</b>	<b>\$59.061,23</b>	<b>\$59.061,23</b>	<b>\$59.061,23</b>
<b>Margen Neto</b>	<b>33,90%</b>	<b>34,98%</b>	<b>34,98%</b>	<b>34,98%</b>	<b>34,98%</b>
(-) Participación de trabajadores (15%)	\$8.177,82	\$8.859,18	\$8.859,18	\$8.859,18	\$8.859,18
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$46.341,00</b>	<b>\$50.202,05</b>	<b>\$50.202,05</b>	<b>\$50.202,05</b>	<b>\$50.202,05</b>
<b>Margen antes de imp.</b>	<b>28,82%</b>	<b>29,73%</b>	<b>29,73%</b>	<b>29,73%</b>	<b>29,73%</b>
(-) Impuesto a la Renta	\$11.585,25	\$12.550,51	\$12.550,51	\$12.550,51	\$12.550,51
<b>Utilidad a distribuir</b>	<b>\$34.755,75</b>	<b>\$37.651,54</b>	<b>\$37.651,54</b>	<b>\$37.651,54</b>	<b>\$37.651,54</b>
<b>Margen a distribuir</b>	<b>21,61%</b>	<b>22,30%</b>	<b>22,30%</b>	<b>22,30%</b>	<b>22,30%</b>

Fuente: Inversión fija, capital de operaciones y amortización del préstamo.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

La utilidad neta que obtendrá mediante para la comercialización de la pulpa de arazá, asciende a la cantidad de \$54.518,82 de los cuales el margen neto corresponde al 33,90% hasta alcanzar el 34,98% en el quinto año.

#### **4.8.2. Flujo de Caja**

El flujo de caja es el segundo estado financiero que tiene gran importancia en el desarrollo de la presente investigación, el cual tiene su base en el estado de resultados, como se puede apreciar a continuación:

**Tabla No. 64: BALANCE ECONÓMICO DE FLUJO DE CAJA.**

Descripción	Años					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos por Ventas (a)		\$138.910,17	\$145.849,76	\$153.142,79	\$160.801,92	\$138.910,17
Inversión Inicial (b)	-\$98.415,73					
Inventario mensual (capital de operación mensual) ©	-\$7.804,93					
Costos de Producción (d)		\$60.509,69	\$62.763,26	\$68.552,88	\$71.211,22	\$60.509,69
Gastos Administrativos y de Ventas (e)		\$33.149,48	\$33.758,87	\$34.399,30	\$35.071,87	\$33.149,48
Gastos financieros (intereses) (f)		\$5.627,06	\$3.593,72	\$1.325,09		\$5.627,06
Participación de trabajadores (g)		\$5.943,59	\$6.860,09	\$7.329,83	\$8.177,82	\$5.943,59
Impuesto a la renta (h)		\$8.420,09	\$9.718,45	\$10.383,92	\$11.585,25	\$8.420,09
Costos de Operación anuales (i) = (d) + (e) + (f) + (g) + (h)		\$113.649,91	\$116.694,39	\$121.991,02	\$126.046,17	\$113.649,91
Utilidad a Distribuir (j) = (a) - (i)		\$25.260,26	\$29.155,36	\$31.151,77	\$34.755,75	\$25.260,26
Readición de Depreciación (k)		\$5.999,28	\$5.999,28	\$5.999,28	\$5.999,28	\$5.999,28
Flujo de Caja (l) = (b) + ©; (l) = (j) + (k)	-\$106.220,66	\$31.259,54	\$35.154,64	\$37.151,05	\$40.755,02	\$31.259,54
TIR	33,21%					
VAN	\$232.350,64					

Fuente: Inversión fija, capital de operaciones y amortización del préstamo.  
Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

Se puede apreciar que los flujos de caja que se obtienen con la ejecución de la propuesta exportación de pulpa de arazá, lo que pone en evidencia durante el primer año de implementación lo que asciende a \$138.910,17.

#### **4.8.3. Determinación de indicadores financieros: Tir, Van, Recuperación de la Inversión y Beneficio Costo**

Las inversiones propuestas con base en los indicadores financieros TIR, VAN, recuperación de la inversión y el coeficiente beneficio / costo, se determinan mediante la siguiente ecuación financiera:

$$P = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

Con esta fórmula se puede calcular el TIR, el VAN y el periodo de recuperación de la inversión, considerando que F son los flujos de caja y n el número de años, P es igual el VAN parcial anual, en el caso del cálculo de la tasa TIR, corresponde a la inversión inicial; mientras que el literal i es el TIR o es la tasa de descuento en el caso de la determinación del VAN, para el efecto se ha elaborado el siguiente cuadro:

**Tabla No. 65: DETERMINACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS.**

n	Inversión inicial	Flujo de caja	TIR		VAN		
			I	P	i	P	P
0	\$106.220,66						<b>Acumulado</b>
1		\$31.259,54	33,21%	\$23.467,07	11,00%	\$28.161,74	\$28.161,74
2		\$35.154,64	33,21%	\$19.812,32	11,00%	\$28.532,29	\$56.694,04
3		\$37.151,05	33,21%	\$15.718,10	11,00%	\$27.164,52	\$83.858,56
4		\$40.755,02	33,21%	\$12.944,53	<b>11,00%</b>	<b>\$26.846,60</b>	<b>\$110.705,16</b>
5		\$43.650,81	33,21%	\$10.408,16	11,00%	\$25.904,63	\$136.609,79
6		\$43.650,81	33,21%	\$7.813,58	11,00%	\$23.337,51	\$159.947,30
7		\$43.650,81	33,21%	\$5.865,79	11,00%	\$21.024,78	\$180.972,08
8		\$43.650,81	33,21%	\$4.403,55	11,00%	\$18.941,24	\$199.913,32
9		\$43.650,81	33,21%	\$3.305,82	11,00%	\$17.064,18	\$216.977,51
10		\$43.650,81	33,21%	\$2.481,74	11,00%	\$15.373,14	\$232.350,64
		<b>Total</b>		<b>\$106.220,66</b>		<b>\$232.350,64</b>	

Fuente: Flujo de caja.

Elaborado por: Albuquerque Rambay Julio César.

Mediante el cálculo realizado se determinó que la tasa TIR es 33,21% superior a la tasa de descuento del 11%, mientras que el VAN es igual a \$232.350,64 mayor a la inversión inicial de \$106.220,66, obteniéndose un periodo de recuperación de la inversión de 4 años, indicadores que evidenciaron la factibilidad de la propuesta.

Por último se calcula el coeficiente beneficio / costo, donde se calculó la división del VAN para la inversión inicial, como se presenta a continuación:

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\text{VAN}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\$232.350,64}{\$106.220,66}$$

**Coeficiente beneficio / costo = 2,19**

Se evidencia que la empresa genera un beneficio de \$2,19 por cada unidad de dólar que se va a invertir para la exportación de pulpa de arazá a Miami – Estados Unidos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Se realizó un estudio de mercado utilizando instrumentos investigativos, identificándose la demanda insatisfecha de pulpa de arazá proyectada para el año 2017 será igual a 214.689,09 Kg., esperando que se pueda captar un 7% de esta demanda que no ha sido aprovechada por los productores de la fruta, que corresponde a 75.141,18 Kg., sin embargo, la elaboración del producto estará limitada por el porcentaje de ocupación de la capacidad de la planta, la cual se espera que sea del 80% en el primer año, o sea 60.113 Kg. de pulpa de arazá, durante el primer año de implementación del proyecto.

Se identificaron las estrategias de Marketing con base en un estudio de las 4 P's para el posicionamiento del producto en el mercado meta, en base a estrategias promocionales, la difusión y la comercialización a través de canales de distribución para promover el consumo de la pulpa de arazá en la población objetivo.

Se desarrolló un estudio técnico y de procesos de comercio exterior, estableciéndose que Estados Unidos es el principal socio comercial del Ecuador, determinándose los recursos requeridos que cubrir las necesidades de producción de 4.277 Kg. a 5.465 Kg. de pulpa de arazá a captar.

Se evaluó la propuesta con base en el cálculo de los indicadores económicos, calculándose una tasa TIR igual a 33,21% mayor al 11%, un VAN de \$232.350,64 que supera ampliamente a la inversión inicial de \$106.220,66, con un retorno de la inversión en 3 años y 10 meses, por lo que es viable el proyecto.

Se cumplió con el objetivo general, determinándose la factibilidad de la exportación de pulpa de arazá, a Miami – Estados Unidos, con un aporte significativo al buen vivir.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda a las instituciones del estado que aprovechen el arazá que se desperdicia en los sectores rurales donde se las cosecha, para la producción de bienes con valor agregados, aplicando métodos de conservación adecuados y la promoción de la fruta en el mercado nacional e internacional, de modo que se fortalezca la agroindustria y se genere desarrollo para la sociedad ecuatoriana.

Las herramientas de Marketing y la tecnología de la informática, deben servir para captar el interés de los extranjeros radicados en otros países por los productos ecuatorianos, especialmente aquellos que no son conocidos internacionalmente pero que tienen alto potencial de exportación, a través del uso de las redes sociales, la videoconferencia y otros recursos que puedan servir de medios para difundir la publicidad y promoción de los beneficios que ofrece el arazá para los consumidores, tanto en nutrición como por su sabor agradable.

Se sugiere capacitar a los emprendedores para que fortalezcan sus conocimientos en materia de exportaciones de bienes ecuatorianos, tanto en los aspectos, técnicos y legales, especialmente en el tema arancelario y del cumplimiento de estándares internacionales, para que se promuevan las exportaciones de productos que no son conocidos en el extranjero.

La factibilidad económica de la propuesta debe incentivar a los emprendedores e inversionistas para la ejecución del plan de negocios que tiene como fin la exportación de pulpa de arazá a Miami y a otros mercados norteamericanos, principal socio comercial del Ecuador.

Las exportaciones generan riquezas para el país a través de los impuestos y para los emprendedores por medio de los ingresos por ventas, además que la sociedad en general se beneficia con las fuentes de trabajo directo e indirecto que genera la creación de empresas agroindustriales, en concordancia con el buen vivir.

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, E., & Sánchez, L. (2013). Plan de negocios para la producción y comercialización de bebidas naturales, saludables y nutritivas a base de arazá a implementarse en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2011. Guayaquil, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1704/13/UPS-GT000164.pdf>.

Almoguera, J. (2015). Plan de Negocios. Madrid, España: Mega Consulting.  
[http://www.diphuelva.es/portalweb/zonas/59/Ficheros/Plan\\_de\\_negocio.Jos%C3%A9\\_A.Almoguera.pdf](http://www.diphuelva.es/portalweb/zonas/59/Ficheros/Plan_de_negocio.Jos%C3%A9_A.Almoguera.pdf).

Amanajas, H. (2014). Un análisis comparativo de dinámica de las exportaciones del comercio internacional . Sao Paulo, Brasil : Editorial Edumed. <http://www.eumed.net/libros-gratis/comercio-internacional.htm>.

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi – Ecuador: Registro Oficial 449, 20 Octubre 2008.

Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito – Ecuador: Registro Oficial 449, 29 de diciembre 2010.

Baca, G. (2012). Evaluación de Proyectos. Bogotá: Sexta Edición. Pág. 48. Editorial Mc Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (2014). Estadísticas anuarias. Quito, Ecuador: BCE. <http://www.bce.gob.ec>.

Boixados, R. (2015). El comercio internacional: incertidumbres y soluciones. Barcelona, España: : Editorial Paidós.  
<http://www.comercio-exterior.es/es/action->

herramientas.herramientas+cat-28+pag-  
1/Herramientas+de+comercio+exterior.htm.

Clement, C. (2010). Explotación de frutos de la Amazonía. Florida –  
Estados Unidos: Editorial Lake Alfred. Primera Edición.

De La Vega, P. (2011). El Plan de Negocios una herramienta indispensable.  
Madrid, España: Instituto de Empresas. Bussines School.  
[http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/plan\\_empresa1.pdf](http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/plan_empresa1.pdf).

Delgado, J. (2012). Informe 21. Bogotá, Colombia::  
<http://informe21.com/yogurt/12/04/02/beneficios-del-yogurt-casero-facil-de-preparar>. Pág. 3.

Diario Las Américas. (27/03/2015). Censo: Miami, entre las ciudades de  
mayor crecimiento en Estados Unidos. Miami, Florida, USA: Diario  
Las Américas.  
[http://www.diariolasamericas.com/4842\\_locales/3022842\\_florida-desplazo-nueva-york-el-tercer-estado-mas-poblado-de-eeuu.html](http://www.diariolasamericas.com/4842_locales/3022842_florida-desplazo-nueva-york-el-tercer-estado-mas-poblado-de-eeuu.html).

Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2010). La migración  
internacional en cifras (UNFPA) & FLACSO. Ecuador: : UNFPA &  
FLACSO. <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/43598.pdf>.

García, A. (2014). El financiamiento y su impacto en las exportaciones  
agrícolas de México. México: Editorial Limusa.  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/comercio-internacional.htm>.

García, I. (2011). Artículo “Yogurt un alimento completo”. . Colombia:  
<http://www.fitness.com.mx/alimenta206.htm>.

Gonzalo, M. (2010). Nutrición y Salud. Recuperado el 2010, de El arroz, un  
cereal con muchas posibilidades:  
<http://www.mapfre.com/salud/es/cinformativo/nutricion-alimentos-arroz.shtml>

- Hensperger, B., Williams, C., & Barnhurst, N. (2011). *Alimentos*. Lima, Perú: Editorial Mc Grill. Pág. 192.
- Hernández, F. (2012). *Introducción a los Negocios Internacionales*. México: Editorial Edumed. <http://www.eumed.net/libros-gratis/comercio-internacional.htm>.
- Ibarra, A., & Castillo, A. (2016). *Planificación administrativa y emprendimiento*. Bogotá, Colombia: Editorial Santa Fe.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Económico*. Quito, Ecuador: Editado por el INEC.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, I. (2010). *VII Censo de Población y VI de Vivienda*. Quito, Ecuador: Editado por el INEC.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Norma NTE INEN*. Quito, Ecuador: INEN.  
<https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.2337.2008.pdf>.
- Licata, M. (2012). Artículo “Ventajas del consumo del yogurt”. México: <http://www.zonadiet.com/alimentacion/yogurt-ventajas.htm>, Pág. 2.
- Macías, E. (2014). *Plan de negocios de pulpa de arazá al mercado mexicano*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/2225/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-65.pdf>.
- Mcvaugh, R. (2010). *Flora del Perú*. Lima – Perú: Archivos del Museo Botánico Histórico Nacional.
- Picón, C., & Ramírez, N. (2010). *Cultivo intercalado de arazá (Eugenia stipitata) e pijuayo (Bactris gasipaes H. B. K.)*. Iquitos –Perú: Ediciones. Congreso Internacional sobre biología, agronomía e industrialización del pijuayo Primera Edición.

- Pinedo, P. (2011). El cultivo del arazá. Iquitos – Perú: Editado por INIA/CIPA XVI. Primera Edición.
- PROECUADOR. (2014). Análisis sectorial de frutas no tradicionales. Quito, Ecuador: PROECUADOR. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2012\\_FRUTAS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf).
- Revista El Agro. (2012). Frutales amazónicos salen del anonimato. Guayas, Ecuador: Edición 194. 29 de febrero del 2012. <http://www.revistaelagro.com/2012/02/29/frutales-amazonicos-salen-del-anonimato/> .
- Sapag, C., Nassir, P., & Sapag, C. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Perú: Reinaldo.. Pág. 81.
- Secretaría Nacional para la Planificación del Desarrollo. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito, Ecuador: SENPLADES. [www.senplades.gob.ec](http://www.senplades.gob.ec).
- Secretaria Pro Tempore de Venezuela y el Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos. (2013). Manual Técnico del Arazá, Cultivo y Utilización. Manaus – Brasil: A & C Impresores. Primera Edición. Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos. Tratado de Cooperación Amazónica.
- Valenzuela, E. (2012). Desarrollo de un plan de negocios de exportación de pulpa de arazá. Quito, Ecuador: Universidad de Las Américas. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3714>.
- Velásquez, G. (2011). Dirección de Administración. México: Editorial Limusa. Vigésima Edición.
- Vizcarra, J. (2011). Economía – términos, ideas y fenómenos económicos. Santiago de Chile: Editorial Santi. p. 55.

# ANEXOS

**Anexo No. 1. ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DEL  
ARAZÁ PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD TÉCNICA DE  
PROVEER LA FRUTA PARA LA EXPORTACIÓN A LOS  
MERCADOS INTERNACIONALES.**

**Formulario de la Encuesta.**

No.	Preguntas	Solución	
		Si	No
1	¿Aceptaría usted cultivar el arazá si tuviera un cliente que le compraría el producto periódicamente?		
2	¿Cree usted que es rentable cultivar el arazá?		
3	¿Considera que se está desaprovechando actualmente la producción del arazá?		
4	¿Existe desperdicio de la fruta en los lugares donde se lo cultiva?		
5	¿Se puede aprovechar la producción de arazá para la fabricación de bienes de exportación?		
6	¿Tiene potencial proteico y de comercialización internacional el arazá?		
7	¿Es posible conservar el arazá por más de dos meses bajo refrigeración?		
8	¿La producción del arazá puede generar fuentes de trabajo?		
9	¿La producción de arazá puede generar divisas para el erario nacional?		
10	¿Existen los medios disponibles para la comercialización internacional del arazá?		

Fuente: Propia.

Elaborado por: Alburquerque Rambay Julio César.

**Anexo No. 2. ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES  
ECUATORIANOS DEL ARAZÁ EN MIAMI**

**Formulario de la Encuesta.**

**Edad**

20 a 24 años

25 a 29 años

30 a 34 años

35 a 39 años

40 a 44 años

45 a 49 años

**Género**

Femenino

Masculino

**Nivel académico**

Primario

Secundario

Superior

Posgrado

Ninguno

**1. ¿Conoce el arazá?**

Si

No

**2. Al conocer los beneficios del arazá ¿consumiría pulpa de arazá?**

Si

No

**3. ¿Cuál es la frecuencia con que consumiría pulpa de arazá?**

Todos los días

2 veces a la semana

1 vez a la semana

1 vez cada quince días

1 vez mensual

Otros  
Ninguno

**4. ¿En qué presentación consumiría pulpa de arazá?**

100 g.  
250 g.  
500 g.  
1 Kg.  
Otros  
Ninguno

**5. ¿Qué alimento prepararía con la pulpa de arazá?**

Batido  
Jugo  
Aderezo para comidas  
Yogurt  
Vino  
Otros  
Ninguna

**6. ¿Cuánto pagaría por la pulpa de arazá de 250 gramos?**

\$ 0,80  
\$ 0,85  
\$ 0,90  
\$ 0,95  
Ninguna

**7. ¿En dónde compraría la pulpa de arazá?**

Supermercado  
Mercado  
Dispensa, tienda  
Otros  
Ninguno

**8. ¿En qué medio publicitario le gustaría escuchar hablar sobre los beneficios del arazá?**

TV  
Radio

Diarios, revistas  
Letreros y vallas  
Internet  
Otros  
Ninguno

**9. ¿Qué promoción le gustaría recibir acerca de la pulpa de arazá?**

Ofertas  
Sorteos  
Viajes  
Ninguno  
Otros

### Anexo No. 3. CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Denuncia del tema de tesis	■																											
Revisión del tema por los docentes		■																										
Elaboración del perfil			■	■																								
Defensa del perfil				■																								
Desarrollo del proyecto					■	■	■	■	■	■																		
Inicio de trabajo de campo										■	■																	
Análisis de los datos													■	■														
Elaboración de la propuesta														■	■	■	■											
Redacción del borrador de la tesis																	■	■	■	■								
Corrección																					■	■						
Presentación de la tesis al comité																						■	■					
Sesión preparatoria																										■		
Defensa de la tesis																												■