



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DEGUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL**

TEMA:

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE CHIRIMOYA
DE LA COSTA (ISLA PUNA) PARA EL MERCADO INTERNO
(PROVINCIA DEL GUAYAS)”**

AUTOR:

DIANA RAQUEL VITERI PERALTA

TUTOR:

MAE. FERNANDO YUQUI

GUAYAQUIL - 2015

CERTIFICADO DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“La responsabilidad por las ideas, hechos y doctrinas expresadas en este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente a las autoras; el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”.

Diana Raquel Viteri Peralta

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo incondicional y confianza, por darme esa fuerza que necesito cada día para seguir luchando por mis sueños.

Sobre todos a mis padres por sus oraciones y consejos, que me dan aliento y permiten superarme ante cualquier obstáculo.

Diana Raquel Viteri Peralta

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad y los medios para poderme preparar,
por su amor, por cuidar de mí, protegerme y ayudarme.

Agradezco a mis padres por su amor y perseverancia por haber sido ejemplo de
personas trabajadoras y ayudarme a conseguir mis sueños.

Agradezco a mi hijo, por ser mi motivación a seguir adelante y buscar superarme.

Agradezco a todos que de una u otra manera ha contribuido directa o indirectamente en
la culminación de la tesis.

Diana Raquel Viteri Peralta

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
1. Capítulo I	5
1.1.Descripción del problema	5
1.2.Tema	5
1.3.Planteamiento del problema	5
1.4.Formulación del problema	6
1.5.Sistematización del problema	6
1.6.Objetivos	7
1.6.1 Objetivos Generales	7
1.6.2 Objetivos Específicos	7
1.6.3 Justificación	7
1.7.Delimitación del problema	9
1.8.Hipótesis	10
1.9.Determinación del tema	10
2. Capítulo II	12
2.1. Marco Referencial- Marco Teórico	12
2.2.Antecedentes referenciales	22
2.3.Fundamentación Filosófica	26
2.4.Marco Legal	27
2.5.Marco Conceptual	32
2.6.Mercado Interno	33
2.7.Variables	33
3. Capítulo III	34
3.1. Marco Metodológico	34
3.2. La Población y la muestra, características	35
3.3. Tipo de muestra	36
3.4. Los métodos y técnicas	38
3.5. Encuestas aplicadas a agricultores	39
3.6. Encuestas aplicadas a posibles consumidores	50
3.7. Análisis e Interpretación de los resultados	58
3.8.Análisis comparativo, evolución, perspectiva y tendencia económica	60
4. Capítulo IV	
4.1. Propuesta - Estudio de Factibilidad- Factibilidad Técnica	70
4.2. Factibilidad Social y Ambiental	72
4.3. Factibilidad Operacional	73
4.4. Descripción de la Propuesta	73
4.5. Metodología de Trabajo	74
4.6. Taller de mejoramiento y manejo de cultivos	75
4.7. Plan de Marketing	76
4.8. Taller de Gestión de Ventas	77
4.9. Preparación de los Frutos al Proceso de Fabricación de Pulpas	79
4.10.Factibilidad económica del proyecto - Flujo de caja del proyecto	84

4.11.Plan Comercial	88
4.12.Transporte	89
4.13.Objetivos de Ventas	90
4.14.Presupuesto de Ventas 2016	92
4.15.Análisis del entorno interno y externo	93
4.16.Estrategia del Producto	94
4.16.1 Estrategia de corto plazo	95
4.16.2 Poder de negociación de los proveedores	96
4.16.3 Producto, precio, plaza y promoción	97
4.17.Cronograma de ejecución	98
4.18.Lineamiento para evaluar la propuesta	99
4.19. Conclusiones	100
4.20. Recomendaciones	102
4.21. Bibliografía	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Total de empresas por Tamaño, 2014	13
Gráfico N°2. Estatus Laboral de Emprendedores, 2010	14
Gráfico N°3. Finalidad del cultivo de la chirimoya medido en porcentajes	39
Gráfico N°4. Análisis que determinaría el aumento de las ganancias de la venta de la chirimoya	40
Gráfico N°5. Producción de la chirimoya masiva y su afectación expresada en porcentajes	41
Gráfico N°6. Frecuencia de consumo de la chirimoya disponible para el consumo en porcentajes	42
Gráfico N°7. Beneficios del festival de la chirimoya expresado en porcentajes	43
Gráfico N°8. Ingreso del agricultor por la venta dela fruta mensual medido en porcentajes	44
Gráfico N°9. Aceptación por parte de productores para el goce de beneficios con la venta de chirimoya expresada en porcentajes	45
Gráfico N°9. Opciones de inversión (con la ganancia) de la venta de la chirimoya de existir convenio con el gobierno	46
Gráfico N°11 Porcentajes de factibilidad para sembrío de árboles de chirimoya en terrenos en la Isla Puna.	47
Gráfico N°12. Consideración para procesar pulpa de chirimoya para su comercialización en porcentajes	48
Gráfico N°13. Preferencias en el consumo de pulpa de chirimoya en porcentajes	50
Gráfico N°14 Conocimiento de la gente sobre la pula de chirimoya en Puna	51
Gráfico N°15. Usos de la Pulpa de chirimoya	52
Gráfico N°16 Aceptación de posibles consumidores y efectos	53
Gráfico N° 17. Preferencias en el consumo de la fruta si el comerciante es Guayaquil	54
Gráfico N°18. Reinversión según ganancia	55
Gráfico N°19. Valores estimados según percepción de compra de posibles consumidores	56
Gráfico N°20 Aceptación para comercializar una fruta poco tradicional	57
Gráfico N°21. Crecimiento económico de actividades no petroleras desagregado por provincia, 2007 – 2012	61
Gráfico N°22. Pobreza por NBI Guayas	62
Gráfico N°23. Análisis de Porter para la Asociación de Productores de Chirimoya de la Isla Puná	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1. Índices que determinan una reducción de las importaciones no petroleras	29
Tabla N°2. Variables determinantes para muestra de agricultores de la Isla Puna	36
Tabla N°3. Variables determinantes para encuestas a consumidores segmentando población con interés en el cuidado de la salud.	37
Tabla N°4. Términos Población de Guayaquil	38
Tabla N°5. Finalidad del cultivo de la chirimoya	39
Tabla N°6. Posibles elementos que ayudarían a incrementar la venta de la pulpa de chirimoya	40
Tabla N°7. Producción masiva de la chirimoya y su afectación	41
Tabla N°8. Frecuencia de consumo disponible	42
Tabla N°9. Beneficios del festival de la chirimoya	43
Tabla N°10. Ingreso del agricultor por la venta de la fruta mensual	44
Tabla N°11. Aceptación por parte de productores para el goce de beneficios con la venta de chirimoya	45
Tabla N°12. Inversión de la ganancia de la venta de la chirimoya de tener convenido con el gobierno	46
Tabla N° 13. Factibilidad del terreno para la siembra de la chirimoya en la Isla Puna	47
Tabla N°14. Consideración para procesar pulpa de chirimoya para su comercialización	48
Tabla N°15. Preferencias en el consumo de pula de chirimoya	49
Tabla N°16. Conocimiento en la gente sobre la pulpa de chirimoya en Puna	51
Tabla N°17 Usos de la Pulpa de Chirimoya	52
Tabla N°18. Aceptación de la chirimoya	53
Tabla N°19. Preferencias en el consumo de la fruta si el comerciante es Guayaquil	54
Tabla N° 20. Reinversión según ganancia	55
Tabla N° 21 Pago de chirimoya y frecuencias	56
Tabla N° 22. Aceptación para comercializar una fruta poco tradicional	57
Tabla N°23. Proyección Índice de Necesidades Básicas	64
Tabla N°24. Detalle subvención para la realización de actividades	67
Tabla N.25 Equipos materiales y herramientas en la producción de pulpa	68
Tabla N°26. Flujo de Caja del Proyecto	86
Tabla N.27 Detalle de transporte por cada entrega de producto	89
Tabla N.28 Cantones y Cabeceras cantonales de la provincia del Guayas	91
Tabla N. 29 Pronostico de ventas anuales hasta el periodo 2020	92
Tabla N. 30 Presupuesto de ventas 2016	92
Tabla N° 31. Cronograma de Ejecución	98

INTRODUCCIÓN

Durante la última década, el crecimiento económico en el Ecuador ha sido relativamente alto e inclusivo, con mejoras en la reducción de la pobreza. Entre 2006 y 2014, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 22,5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16,9% hasta el 7,7%, con reducciones de la desigualdad superiores a las de la media de la región latinoamericana (INEC 2010) . A pesar de este progreso, todavía hay retos importantes relacionados a comunidades rurales que padecen del abandono situación que no ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de las personas de este lugar y no ha generado condiciones adecuadas para la ampliación de oportunidades para la ocupación plena de su mano de obra en el trabajo remunerado. Además, todavía se debe superar los aún bajos niveles de productividad, competitividad y diversificación.

Ecuador es un país que tiene gran potencial de recursos y habilidades y que se ha caracterizado por ser un país agrícola, los emprendedores ecuatorianos tenemos la responsabilidad de realizar cambios innovadores que tenga como finalidad no sólo el desarrollo del país desde un sentido competitivo, sino como ejemplo del desarrollo de una sociedad más justa.

El sector agropecuario ha sido, es y continuará siendo el mayor motor productivo de la economía ecuatoriana, tiene una notable importancia económica y social; porque a más de ser la actividad económica que más aporta al PIB Total, es la segunda actividad generadora de divisas (Aguilar, 2013).

La chirimoya, es una fruta de clima sub tropical y forma parte de los cultivos perdidos. En América Latina, particularmente en el Ecuador, esta fruta es considerada actualmente un producto de elite, pese que en mercados internacionales es aún reducido debido al desconocimiento de la misma. (Samaniego, 2009:14).

La necesidad de diversificar los productos ecuatorianos y generar proyectos que contribuyan a dar respuesta a las necesidades del país, se está volviendo de carácter urgente para nuestra economía. En la actualidad, la industria nacional se adapta a las costumbres de los consumidores y en estos últimos años, por preferencia de los consumidores, la producción de pulpa de fruta ha incrementado.

En todas las tiendas, desde Comisaritos a tiendas barriales se encuentra todo tipo de concentrado o pulpa de frutas que ya han sido explotadas como son las tradicionales, por lo cual se propone esta variedad de fruta que además cuenta con un valor nutricional de gran importancia. En Ecuador existe gran variedad de frutas tropicales y de este se ha incrementado la exportación de sus pulpas, de ahí nace la idea de fomentar la producción y comercialización inicialmente en escala nacional para potencializar este fruto aún desconocido.

Pese al gran valor de esta fruta, no se fomenta la cultura de producción y comercialización de la misma. Las zonas fronterizas del Carchi, Loja y los alrededores del Azuay son los puntos estratégicos para el cultivo de la chirimoya, fruta que en los últimos dos años ha mostrado un incremento productivo como consecuencia de la tecnificación de los sembríos y el incremento en su hectárea (Samaniego, 2009:15).

En la provincia del Guayas, se ha demostrado que el calor y los rayos del sol crea un ambiente propicio para la cosecha; la costa ecuatoriana es tomada en cuenta como uno de los sectores con mayor cantidad de productos de diversas categorías alimenticias, entre los cuales está la pulpa de chirimoya, fruta que se encuentra disponible en grandes cantidades en la Isla Puná, un cultivo que se ha demostrado en los últimos años preferencia en los mercados internos del país. Antecedentes de estadísticos ecuatorianos revelan que el Ecuador, en cuanto a exportación no ha registrado datos y cantidades considerables, la mayor parte de la producción nacional de chirimoya es destinada

únicamente para consumo interno, ya sea en estado fresca como congelada.

En la isla Puná, el cultivo de chirimoya es parte de la cultura agrícola de los habitantes; sin embargo, no cuentan con la motivación suficiente para potenciar su producción debido a que están sujetos a las imposiciones de sus intermediarios en la comercialización de la misma.

Ante esta situación es esencial el desarrollo de nuevos proyectos que incentiven la productividad, a su vez generar un beneficio social al motivar a los productores al fortalecimiento de la producción y comercialización de este fruto exótico y el consumo de la misma iniciando por el mercado de la provincia del Guayas, para luego extenderse en el resto del mercado interno.

Con lo anteriormente mencionado, el presente proyecto se caracteriza por ser un emprendimiento social, puesto que pretende realizar un diagnóstico de las necesidades y debilidades de los productores de chirimoya de la isla Puná, para realizar un programa de incentivo, brindarles conocimiento y herramientas técnicas.

En el primer capítulo, se realizará el planteamiento del problema, desde un sentido general hasta la delimitación del problema y la determinación del tema.

El segundo capítulo, tratará el enfoque teórico, los antecedentes históricos y referenciales para entender del por qué se ha propuesto el presente proyecto de tesis; los fundamentos y el marco conceptual para entender las variables que se plantean y la hipótesis de estudio.

El tercer capítulo, plantea la metodología y el tipo de investigación. En este capítulo se propone la investigación de campo para realizar una encuesta para obtener el diagnóstico y la factibilidad al tema plateado.

El cuarto capítulo, se refiere a la interpretación de los resultados obtenidos en la

investigación, tomando en consideración la situación actual para hacer un análisis comparativo para realizar las tendencias y viabilidad del proyecto.

En el quinto capítulo se realizará la propuesta de solución al problema identificado, con la respectiva justificación, fundamentación y estudios de factibilidad.

CAPÍTULO I.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

TEMA: “Elaboración y comercialización de pulpa de chirimoya de la costa (Isla Puná) para el mercado interno (Provincia del Guayas)”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según diagnóstico realizado por el Banco Mundial, durante la última década, el crecimiento económico en el Ecuador ha sido relativamente alto e inclusivo, con mejoras en la reducción de la pobreza. Entre 2006 y 2014, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 22,5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16,9% hasta el 7,7%, con reducciones de la desigualdad superiores a las de la media de la región latinoamericana (INEC 2010). A pesar de este progreso, todavía hay retos importantes relacionados principalmente con los aún bajos niveles de productividad, competitividad y diversificación (Banco Mundial, 2015).

El país lleva ya unos años trabajando en la llamada “transformación de la matriz productiva”, con el objetivo de caminar hacia crecimientos más robustos. Eso resulta particularmente necesario en el contexto de la actual caída del precio del petróleo y de las materias primas. Una economía dolarizada como la ecuatoriana necesita aumentar las exportaciones, principalmente de sectores no petroleros y con productos menos sensibles a la volatilidad de precios.

De manera paradójica se encuentra que existen altos índices de pobreza en algunas de sus parroquias. En promedio la provincia de Guayas registra el 79,87% de pobreza por NBI, es decir que 8 de cada 10 habitantes de estas parroquias carece de los insumos básicos para la subsistencia. Puná alcanza índices de pobreza por sobre el 94%.

Uno de los principales problemas que tienen los habitantes de Puná es la obtención de ingresos económicos para subsistir, considerando que las actividades tradicionales que realizan los punaes para la obtención de ingresos, están relacionadas a la pesca y la agricultura. La población joven tradicionalmente emigra al área urbana en busca de nuevos espacios laborales y de educación, dejando en custodia de la tierra y su cultura productiva ancestral a las viejas generaciones, quienes mantienen sus prácticas productivas con bajos niveles de eficiencia y productividad, fundamentalmente en los procesos productivos agrícolas del cultivo de la chirimoya.

Se considera a la Parroquia Puna un lugar con altos índices de pobreza el cual se puede cambiar si se diera la respectiva atención del caso, el desperdicio de la fruta de chirimoya, la falta de incentivos tanto económicos como sociales y la falta de conocimientos técnicos en cuanto a manejo de cultivo es una limitante en este sector de la provincia del Guayas.

En la isla Puná, el cultivo de chirimoya es parte de la cultura agrícola de los habitantes; sin embargo, no cuentan con la motivación suficiente para potenciar su producción debido a que están sujetos a las imposiciones de sus intermediarios en la comercialización de la misma.

La isla Puná tradicionalmente ha venido padeciendo el abandono del Estado, aunque se debe destacar que el actual gobierno ha intervenido con proyectos sociales para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas de este lugar; sin embargo, las necesidades son muchas.

El pago de la fruta es entre 8 y 15 días después de la entrega, sujeto a las reglas que imponen los comerciantes, que en ocasiones no respetan los precios acordados, perjudicando económicamente y desestimulando al productor.

Algo muy trascendental, y que no se puede dejar pasar desapercibido es el arraigamiento al mercado local por parte de las personas involucradas con la producción de

pulpa de chirimoya, lo cual no les permite ver más allá, dejando de ofertar sus productos al exterior, haciendo a un lado al demandante extranjero, e ignorando que esta estrategia puede ser la herramienta perfecta para expandir su producto, generar mayores ganancias.

Otros problemas son la corta vida comercial del fruto, la concentración de la oferta en determinados mercados y la calidad variable del producto.

Formulación del problema:

¿Cómo la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya ayudaría a mejorar social y económicamente a los habitantes de la isla Puna?

Sistematización del problema:

- ¿De qué manera un diagnóstico socio económico de la parroquia Isla Puná ayudará en la mejora del nivel social y económico de sus habitantes?
- ¿Cómo ayudará económicamente a los habitantes de la Isla Puná el análisis de la viabilidad técnica y económica del proyecto?
- ¿En qué medida el costeo de la maquinaria hará factible la producción de la pulpa de chirimoya?
- ¿Cómo un programa de talleres fomentarán el emprendimiento en la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya de la costa (Isla Puna)?

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un plan comercial de la pulpa de chirimoya para mejorar el nivel social y económico de los habitantes de la isla Puná.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico socio – económico de la parroquia Isla Puná.
- Analizar la viabilidad técnica y económica del presente proyecto
- Realizar un costeo de la maquinaria que requieren para producir pulpa de chirimoya.
- Elaborar un programa de talleres orientados a fomentar el emprendimiento en la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya de la costa (Isla Puna) para el desarrollo socio económico de sus habitantes.

Justificación:

El emprendimiento de negocios ha tomado fuerza en el Ecuador. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), uno de cada cinco adultos ecuatorianos estaba planeando, en el 2010, crear un nuevo negocio. De estos 54,6% corresponde a hombres y el 45,4% a mujeres. Las iniciativas que surgen por subsistencia aún son mayores a los de innovación, pero esa tendencia está empezando a cambiar (Startups Venture, 2012), coincidiendo en dar importancia al emprendimiento en todas sus formas.

En la actualidad, los ecuatorianos tenemos el desafío de trabajar junto con autoridades en la transformación de la matriz productiva, esto significa dar a conocer al mundo la variedad de productos con un valor agregado.

En Ecuador hay valles con plantaciones de chirimoya el cual se encuentra concentrado en mayor número en la isla Puná, a esto se debe destacar que el cultivo de chirimoya en este sector es parte de la cultura ancestral de los agricultores, por lo que es importante prevalecer las tradiciones aquí.

El Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca (MAGAP), ha trabajado en la isla Puná, en estos últimos 4 años, en donde se ha intervenido con programas de capacitación

para mejorar las prácticas culturales en manejo de riego, controles fitosanitarios, podas, fertilización, etc.

En este sentido, el desarrollo de este proyecto contribuirá a solucionar de manera plena la situación problemática en que se encuentran inmersos la población de hombres y mujeres de este sector, fortalecer el cultivo de esta fruta e incentivar el consumo.

Tomando como punto inicial la situación real del problema planteado, es indispensable la realización de esta investigación, considerando que, la provincia del Guayas se encuentra ubicada en un punto geográfico favorable para la elaboración y comercialización de la pulpa de chirimoya lo que genera una ventaja importante en el desarrollo del agro del sector, lo cual ayudará a mejorar la situación socio económica de los habitantes de la isla Puna de una manera directa.

Para realizar esta investigación, se ha tomado en cuenta que el Guayas está ubicado entre las provincias que oferta una cantidad considerable de semillas y frutos a nivel nacional, el eje de la investigación será la comercialización, que parte de un estudio técnico, en donde se deben incluir los procesos logísticos y de una manera planificada se lo hará con un producto.

La presente investigación beneficiará a las asociaciones de pequeños y grandes productores, trabajadores, comerciantes de pulpa de chirimoya de la provincia del Guayas, a la vez que permitirá mejorar la situación o nivel de vida de los habitantes creando un bienestar para sus familias, creando estabilidad, fuentes de empleo y productividad.

Delimitación del problema

La chirimoya, es una fruta de clima sub tropical y forma parte de los cultivos perdidos. En América Latina, particularmente en el Ecuador, esta fruta es considerada actualmente un producto de elite, pese que en mercados internacionales es aún reducido debido al desconocimiento de la misma. (Samaniego, 2009:14), por lo que sería importante no

perder el origen de este fruto exótico y dar a conocer las propiedades especiales de la misma, incluido la de ganar la batalla contra el cáncer.

En la actualidad, el chirimoyo presenta una concentración excesiva de la oferta desde primeros de octubre a finales de noviembre, más del 60 %, (Calatrava, 1998), debido, fundamentalmente, al cultivo de una sola variedad, «Fino de Jete», lo que repercute negativamente en los precios obtenidos por el agricultor.

Según informa el MAGAP, el territorio de la parroquia Puna existen alrededor de 1.200 ha de chirimoya, que van desde 0.5 a 12 ha. Estas plantaciones establecidas tienen una edad que fluctúa entre 4 y 35 años, sin embargo se encuentran plantas aisladas de más de 60 años.

La producción de la chirimoya es estacional, inicia la cosecha en el mes de Abril y finaliza el mes de Junio, periodo en que se inicia el proceso de compra venta de la fruta. La fruta es comercializada de forma individual por los productores a comerciantes mayoristas en la Isla o en el mercado mayorista de Montebello, ubicado en Guayaquil.

Hipótesis

La elaboración y comercialización de la pulpa de chirimoya bajo la connotación de proyecto social, mejorará social y económicamente a los habitantes de la isla Puná.

Determinación del tema

La elaboración y comercialización de pulpa de chirimoya de la Costa (Isla Puná) para el mercado interno, provincia del Guayas”, es un proyecto social que requiere ser trabajado por fases, conforme a las necesidades de los productores de la isla Puná.

Como una primera fase, impulsar el emprendimiento y la transferencia de conocimientos para la mejora de la productividad y competitividad mediante talleres de capacitación a los productores de la Isla.

Como segunda fase, la presentación del proyecto a empresas, sector público y ONG que aporte con los implementos o herramientas de trabajo que requieren los productores para procesar la fruta y obtener la pulpa.

Para este proyecto de Tesis, se requiere profundizar en el diagnóstico, realizar un análisis socio económico de la parroquia y la viabilidad técnica y económica de invertir en el presente proyecto.

CAPÍTULO II.

MARCO REFERENCIAL

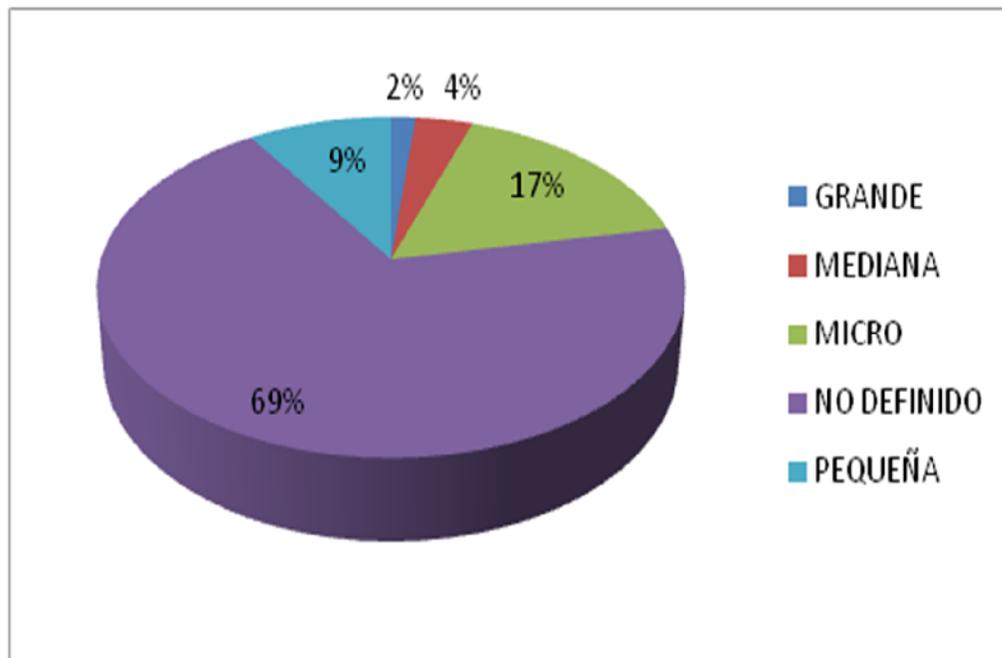
MARCO TEÓRICO

En América Latina el impulso a la actividad emprendedora se ha convertido en una de sus principales políticas, teniendo las microempresas y las pequeñas empresas una representatividad del 80% del total de la economía (Zamora y col., 2011). A su vez, en el Ecuador, según el informe trimestral del mercado laboral del Banco Central del Ecuador (2011), se observó que la mayoría de emprendedores se encuentran en establecimientos con menos de 100 empleados (MYPIMES); este porcentaje se ubica en el 77,4%; el 22,6% restante fueron los ocupados en establecimientos con más de 100 empleados; es decir, se evidencia un rol importante de las pequeñas empresas en la economía ecuatoriana (Maskana, 2011).

El apoyo al emprendimiento e innovación como un rasgo claramente presente en la cultura del Ecuador, ha empezado a notarse apenas en los últimos años. Los primeros intentos por cambiar esa realidad -más o menos aislados y estructurados-, han dado paso hoy en día a políticas y acciones claras de los sectores públicos y privados que, en esencia, quieren hacer del emprendimiento un elemento clave del desarrollo económico del país (UASB, 2012).

Respecto al tipo de empresas existentes en el país, la Superintendencia de Compañías señala que el 17% de los emprendimientos formalmente registrados en diciembre 2014, corresponden a micro empresas, el 9% a pequeñas, el 4% de las empresas son medianas y el 2% son grandes. El 69% corresponde a las compañías no categorizadas. Cabe mencionar que las estrategias de desarrollo empresarial impulsadas por el gobierno, se enfocan en el grupo de las pequeñas y microempresas.

Gráfico N° 1. Total de empresas por Tamaño, 2014

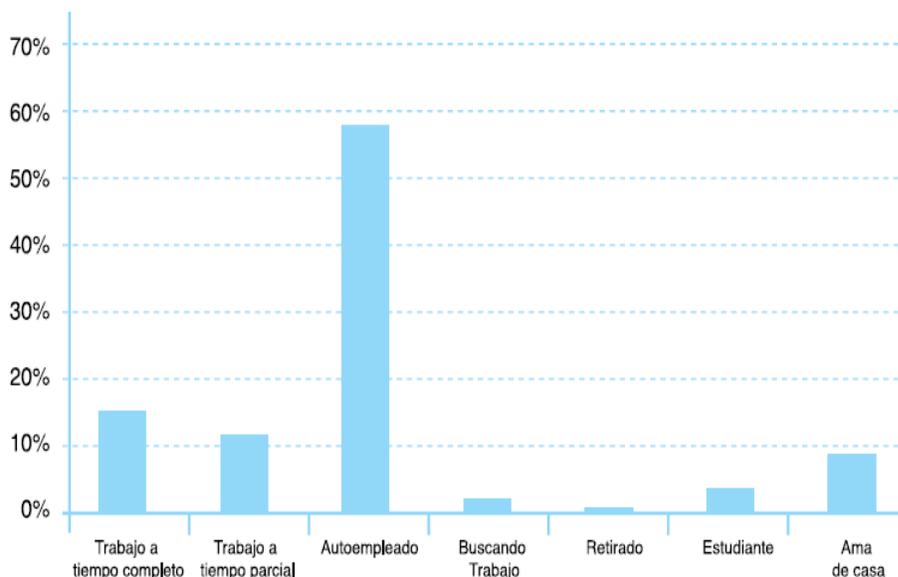


Fuente: Superintendencia de Compañías, diciembre 2014

El 68% de los emprendedores provenía de áreas urbanas, y sólo el 30% tenía ingresos anuales superiores a \$7200; un 48% tenía ingresos de hasta \$4800 por año, lo que representó un ingreso mensual inferior en aproximadamente US\$140 al costo de la canasta familiar básica de US\$538,12 (INEC, 2010).

En el 2010 la proporción de emprendedores nacientes fue del 49%, mostrando un incremento del 9% con respecto al 2009. El incremento de emprendedores nacientes es una buena señal de dinamismo del sector empresarial mostrando el ingreso de nuevos actores al mercado (Revista Líderes, 2012).

Gráfico N°2. Estatus Laboral de Emprendedores, 2010



Fuente: Revista Líderes, 2012

Por otro lado, el sector agroindustrial es una importante arista dentro del proceso de desarrollo de una economía debido a que aprovecha la abundancia productiva primaria, como ocurre en el caso de la economía ecuatoriana, y transforma este tipo de productos en bienes que poseen un mayor valor agregado, con mejores ventajas comerciales que sus predecesores productivos. (FLACSO, 2012).

El sector agrícola contribuye en gran manera a la economía de los países en desarrollo, las frutas no tradicionales o exóticas tienen un gran potencial en mercados internacionales, por lo que se considera un sector estratégico por la mayoría de las naciones; además, es considerada la proveedora de alimentos, salud, servicios y crecimiento económico.

El Ecuador, por su situación geográfica privilegiada, con todos los climas, con la cultura de la actividad agropecuaria, es uno de los países con mayores potenciales para cumplir la función de constituirse en la despensa de los alimentos que requiere la humanidad. Su importancia económica es innegable, a más de ser la actividad económica que más aporta

al PIB Total, es la segunda actividad generadora de divisas, las exportaciones agroindustriales (Grupo Agro, 2009).

Durante las tres últimas décadas el agro ecuatoriano ha experimentado significativos procesos de transformación en sus estructuras productivas y en sus características demográficas, ecológicas, sociales y culturales. Estos procesos de transformación agraria han afectado igualmente a la dinámica de las economías campesinas -agriculturas familiares- propiciando distintas respuestas y ajustes en sus estrategias productivas y en las pautas de consumo para garantizar su reproducción económica.

Ecuador cuenta con gran potencial de frutas tropicales de las cuales las reconocidas han pasado por procesos de transformación de mediana escala, que han llegado a posicionarse en mercados nacionales e internacionales. Las pulpas por ejemplo, se han posicionado en mercados internacionales, según datos de ProEcuador las exportaciones por procesados de frutas es lo que genera mayores ingresos al PIB en el país.

Revisadas las investigaciones realizadas en la Isla Puná, por su privilegiada ubicación geográfica, clima, calidad de agua, baja contaminación y condiciones ambientales favorables, la producción de chirimoya es potencial y además importante para los habitantes de la isla; pero no ha dado cabida para contribuir al crecimiento económico familiar, de la parroquia y menos del cantón Guayaquil.

La parroquia Puná, lleva el mismo nombre que la isla de Puná, está ubicada en el Golfo de Guayaquil al sur de la ciudad de Guayaquil, frente a la formación deltaica del Estero Salado y del río Guayas. Ubicada en la misma embocadura del golfo, entre la punta del Morro y la costa de la provincia de El Oro, está separada de tierra firme por el canal de Jambelí, al sureste, y por el más estrecho canal del Morro, al noroeste. La isla cuenta con un clima tropical seco, por influencia de la corriente de Humboldt. La localidad más

importante es Puná, localizada en el noreste de la isla. Esta zona fue habitada por la tribu de los punaes que resistieron la invasión de los Incas.

Antes de la construcción del Puerto Nuevo en 1959, las grandes embarcaciones fondeaban esta isla para desembarcar mercadería. Puná, es una isla de Ecuador perteneciente a la provincia de Guayas. Tiene 920 km² de extensión y una población aproximada de 6.498 habitantes (INEC, 2001). De esta población el 60% vive en la cabecera parroquial y el 40% restante en los recintos ubicados en el interior de la Isla.

La población de las comunidades rurales del territorio de la isla Puná tradicionalmente ha venido padeciendo el abandono del estado y de sus instancias seccionales, situación que no ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de las personas de este lugar y no ha generado condiciones adecuadas para la ampliación de oportunidades para la ocupación plena de su mano de obra en el trabajo remunerado.

Esta situación se evidencia entre otros aspectos en el limitado recambio generacional que se viene dando en los procesos pesqueros y agrícolas que tradicionalmente realiza la población económicamente activa de la Isla Puna para generar ingresos familiares y alimentos para el autoconsumo familiar.

La población joven tradicionalmente emigra al área urbana en busca de nuevos espacios laborales, de educación y formación profesional, dejando en custodia de la tierra y su cultura productiva ancestral a las viejas generaciones, quienes mantienen sus prácticas productivas con bajos niveles de eficiencia y productividad, fundamentalmente en los procesos productivos agrícolas del cultivo de la chirimoya.

Los bajos niveles de eficiencia y productividad que se presentan en los procesos de producción agrícola del cultivo de chirimoya de la Isla Puná, se originan por dificultades, tanto en el ámbito de los procesos productivos, como en la gestión de la comercialización de la producción de chirimoya obtenida localmente.

La parroquia alcanza niveles de pobreza por sobre el 90 %, ya que registra un 94 % de pobreza por necesidades básicas insatisfechas, es decir que 9,4 de cada 10 habitantes de esta parroquia carece de los insumos básicos para la subsistencia (SIISE 4).

La principal fuente de ingresos de la población de la isla es la pesca, seguida de la agricultura, siendo el cultivo de chirimoya el único de importancia económica. Actualmente, la chirimoya se encuentra en estado natural o semi doméstico en huertos tradicionales de los valles andinos de Ecuador, Perú y Bolivia. No obstante, con un área del cultivo de alrededor de 3000 ha, España en el mundo es el productor más grande de chirimoya. Otros países de producción más importantes son Perú, Chile, Bolivia, Ecuador, México y EE.UU.

Sobre los antecedentes de la chirimoya, Muñoz (2008) La Chirimoya pertenece a la familia de las Anonáceas es un árbol tropical cuyo fruto es de forma acorazonada. Su nombre viene del quechua ““chiri” igual a frío y “moya” igual a semilla. Es originario de la cordillera de los Andes concretamente lo que ahora es el sur de Ecuador y el norte de Perú. Cuando los conquistadores españoles la descubrieron en América lo denominaron “el manjar blanco”.

Así ellos fueron los primeros en llevar las semillas a Europa, y los navegantes la llevaron a África, de pulpa de chirimoya de la costa (Isla Puna) para el mercado interno. Morales (2003) La Isla Puná, fue declarada área protegida en el 2009, ya que cuenta con 5 manglares, es una zona muy rica en biodiversidad.

Robledo (2006) Cuando los conquistadores españoles la descubrieron en América lo denominaron “el manjar blanco”. Así ellos fueron los primeros en llevar las semillas a Europa, y los navegantes la llevaron a África, “Fueron los colonizadores Españoles quienes llevaron las semillas al Lejano Oriente”.

El proyecto tiene la finalidad de desarrollo socio - económico de cualquier emprendimiento, de generar la oportunidad de crear una relación directa de los agricultores de la isla Puná con empresarios y emprendedores, sensibilizar a la sociedad ecuatoriana de que se puede ofrecer mejores condiciones de vida para quien las necesita; de valorar los cultivos que existen en Ecuador.

La exportación española es también reducida debido a que la demanda interior absorbe casi toda la producción; según fuentes del SOIVRE, en 1990 tan sólo se exportaron 286 159 kg, de los cuales un 64 % fue enviado a Francia y el resto a Alemania, Reino Unido, Portugal y otros. Los demás países productores comercializan su fruta en el propio país.

El futuro de mercado para esta fruta, tras la incorporación de España a la U.E., parece prometedor, teniendo en cuenta la repercusión negativa que supone la superproducción de algunas de las especies frutícolas tradicionales difundidas por Europa, que hacen aumentar el interés por frutos poco conocidos. El chirimoyo es un árbol frutal con grandes posibilidades de desarrollo en la franja Mediterránea. Por ello, los países que la integran (España, Italia, Grecia, Portugal, Israel, Chipre y Turquía), están actualmente dirigiendo sus esfuerzos hacia una selección varietal y programas de mejora, con el fin de implantar este cultivo de cara a introducir sus frutos en la U.E., hasta hace poco, como se ha dicho, abastecida en escasa medida por Chile y España.

En la actualidad, el chirimoyo presenta una concentración excesiva de la oferta desde primeros de octubre a finales de noviembre, más del 60 %, (Calatrava, 1998), debido, fundamentalmente, al cultivo de una sola variedad, «Fino de Jete», lo que repercute negativamente en los precios obtenidos por el agricultor. Otros problemas son la corta vida comercial del fruto, la concentración de la oferta en determinados mercados y la calidad variable del producto.

En la isla Puná, el cultivo de chirimoya es parte de la cultura agrícola de los

habitantes; sin embargo, no cuentan con la motivación suficiente para potenciar su producción debido a que están sujetos a las imposiciones de sus intermediarios en la comercialización de la misma.

La isla Puná tradicionalmente ha venido padeciendo el abandono del Estado, aunque se debe destacar que el actual gobierno ha intervenido con proyectos sociales para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas de este lugar; sin embargo, las necesidades son muchas.

Uno de los principales problemas que tienen los habitantes de Puna es la obtención de ingresos económicos para subsistir, considerando que las actividades tradicionales que realizan los punaes para la obtención de ingresos, están relacionadas a la pesca y la agricultura. La población joven tradicionalmente emigra al área urbana en busca de nuevos espacios laborales y de educación, dejando en custodia de la tierra y su cultura productiva ancestral a las viejas generaciones, quienes mantienen sus prácticas productivas con bajos niveles de eficiencia y productividad, fundamentalmente en los procesos productivos agrícolas del cultivo de la chirimoya.

Según informa el MAGAP, el territorio de la parroquia Puna existen alrededor de 1.200 ha de chirimoya, que van desde 0.5 a 12 ha. Estas plantaciones establecidas tienen una edad que fluctúa entre 4 y 35 años, sin embargo se encuentran plantas aisladas de más de 60 años.

Los bajos niveles de eficiencia y productividad agrícola del cultivo de chirimoya de la Isla Puná, se originan principalmente por la desmotivación que sufren los agricultores con la gestión de la comercialización de la chirimoya obtenida localmente, situación que incide directamente en los bajos ingresos que reciben los productores por sus cosechas, desarrollándose por el contrario un intermediación comercial que usufructúa y explota a los campesinos aislados y desorganizados.

La producción de la chirimoya es estacional, inicia la cosecha en el mes de Abril y finaliza el mes de Junio, periodo en que se inicia el proceso de compra venta de la fruta. La fruta es comercializada de forma individual por los productores a comerciantes mayoristas en la Isla o en el mercado mayorista de Montebello, ubicado en Guayaquil. El pago de la fruta es entre 8 y 15 días después de la entrega, sujeto a las reglas que imponen los comerciantes, que en ocasiones no respetan los precios acordados, perjudicando económicamente y desestimulando al productor.

Algo muy trascendental, y que no se puede dejar pasar desapercibido es el arraigamiento al mercado local por parte de las personas involucradas con la producción de pulpa de chirimoya, lo cual no les permite ver más allá, dejando de ofertar sus productos al exterior, haciendo a un lado al demandante extranjero, e ignorando que esta estrategia puede ser la herramienta perfecta para expandir su producto, generar mayores ganancias y provocar una independencia del mercado local.

El Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo (PNUD, 2011), indica que es un problema el desconocimiento por parte de las personas o grupos productores de pulpa de chirimoya en cuanto al potencial de la fruta y lo atractivo de la fruta en los mercados internacionales, sus precios superan ampliamente a los pagados en el mercado local. Se considera que la producción de chirimoya es limitada debido a que no se da el valor cultural, nutricional y potencial de la fruta, por lo que impulsar mecanismos que promuevan la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya es una necesidad inmediata.

Esta situación se evidencia entre otros aspectos en el limitado recambio generacional que se viene dando en los procesos pesqueros y agrícolas que tradicionalmente realiza la población económicamente activa de la Isla Puna para generar ingresos familiares y alimentos para el autoconsumo familiar.

La población joven tradicionalmente emigra al área urbana en busca de nuevos espacios laborales, de educación y formación profesional, dejando en custodia de la tierra y su cultura productiva ancestral a las viejas generaciones, quienes mantienen sus prácticas productivas con bajos niveles de eficiencia y productividad, fundamentalmente en los procesos productivos agrícolas del cultivo de la chirimoya.

Por otro lado, falta de una cultura de compromiso con la sociedad para alcanzar un ambiente de equilibrio y justicia que genere igualdad de oportunidades.

La provincia del Guayas, con un total de habitantes de 3.645.483, se caracteriza por emprender y generar empresas, el 39,7% pertenecen a empleo privado (INEC, 2010) incluido en este grupo a los emprendedores; sin embargo, falta aún iniciativas para emprender conjuntamente con productores micro o pequeños dentro del país para fortalecer el sistema productivo.

El gobierno actual a través del MAGAP ha emprendido iniciativas para contribuir con conocimientos técnicos sobre el manejo de plantaciones y técnicas de cultivo a los productores de chirimoya de la isla Puná; sin embargo, se requieren de estrategias competitivas para el desarrollo económico, como impulsar el emprendimiento y la transferencia de conocimientos, es decir, aportar con un programa sobre emprendimiento y técnicas para comercializar sus productos, fortalecer la asociatividad de los productores de la isla Puná.

Se promoverá que los productores organizados fortalezcan el manejo agronómico intensivo de los cultivares de chirimoya y participen activamente en la estructura de la intermediación comercial, estableciendo de forma directa la compra venta de la producción de Puná hacia mercados mayoristas y supermercados regionales y nacionales, complementado con una propuesta de comunicación, marketing y gestión comercial.

Antecedentes referenciales

Desde el punto de vista teórico, se puede definir a este proyecto como emprendimiento social. El emprendimiento según Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”(Schupemter, 1935).

Según Sen (1999), es necesario considerar que si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en sí mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida. Sin embargo, aclara que este crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente para que la población experimente mejoras en su standard de vida, ya que el crecimiento del ingreso nada dice acerca de su distribución (Sen, 1999).

El concepto de Desarrollo Local también puede pensarse como la aplicación, del concepto de Desarrollo planteado por Sen, a un determinado territorio. Y al referirse a un territorio no se está teniendo en cuenta sólo un determinado sitio geográfico, sino también una forma de vida determinada, una cultura establecida, una realidad social y económica específica y un medio ambiente definido (con ciertos recursos naturales y ciertas potencialidades productivas). De aquí surge que, el desarrollo local busca aumentar las capacidades individuales y de la comunidad a partir de lo que el territorio posee, tiene que ver con partir de las cualidades endógenas del lugar e intentar fomentar y potenciar sus

aspectos positivos, superando las dificultades y limitaciones que pueda haber en dicho territorio (Tres Arroyos, 2004).

En las últimas décadas ha surgido con ímpetu, en todo el mundo un fenómeno, que sin ser nuevo en la práctica, es considerado como uno de los nuevos tópicos de investigación: el Emprendimiento Social. Estudiado tanto por universidades como por gobiernos y otras organizaciones del sector público y privado (Chell, Nicolopoulou y Karatas-Özkanapud Lorca, 2010:9).

Según Austin (2006), el emprendimiento social es una “actividad innovadora creadora de valor social que puede ocurrir dentro o a través de los sectores sin fines de lucro, negocios o gobierno” (Austin, 2006:2).

En el mismo sentido, Guzmán y Trujillo (2008), definen al emprendimiento social “como un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales” (Guzmán y Trujillo, 2008:110).

Por otro lado, en este proyecto se está considerando tomar conciencia de la cultura productiva ancestral de las viejas generaciones, por lo que es pertinente considerar la definición de la UNESCO sobre cultura alimentaria como el conjunto de técnicas de producción, los valores, creencias, usos y costumbres que se asocian con un producto” (Espeitx, 2004: 4).

En cuanto al estudio de mercado que permitirá tomar decisiones sobre la factibilidad de este proyecto; Naresh Malhotra, define a la investigación de mercados como "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y

objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia" (Promo negocios, 2007).

En el mismo sentido, Peter Chisnall, menciona que la investigación de mercados "tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes" (Promo negocios, 2007).

Sobre estas consideraciones y la finalidad económica, se debe tomar en cuenta el estudio de factibilidad. Según Miragem (1985), el estudio de factibilidad pretende demostrar que el proyecto es técnica y financieramente viable (Miragemapud Aguilar, 2013).

Desde el punto de vista sociológico, Emile Durkheim (1858-1916) manifiesta que los hechos sociales deben ser explicados por otros hechos sociales. Trató a la sociología como una ciencia social académica y cuantitativa, estableciendo el paradigma funcional de la misma. Argumentaba que el desarrollo social se explica por el incremento en la diferenciación de funciones (división del trabajo), así como por la transformación moral necesaria para integrar una sociedad heterogénea de información.

John StuarMill (1862-1873), psicólogo inglés y economista, quiso entender la mente y la analizó desde el empirismo y el asociacionismo. Dijo que en la mente se encuentra la experiencia formada por sentimientos y de ahí pasamos a las vivencias, a lo que experimentamos.

Estudios psicológicos de la naturaleza del hombre, permiten explicar todo un sistema de teorías y leyes sobre el aprendizaje, que demuestran que gran parte de la conducta del hombre es resultado de su aprendizaje. Posteriormente el desarrollo abrumador de las tecnologías permite, a la Psicología Cognitiva y a la Neurofisiología ampliar estos estudios

y responder a la pregunta de cómo aprende el ser humano, mediante qué métodos o recursos el estudiante aprende mejor y con mayor durabilidad utiliza y aplica a nuevas situaciones, los conocimientos, habilidades y capacidades que adquiere y desarrolla durante el proceso de aprendizaje.

Muchas definiciones de aprendizaje expresan la existencia de un proceso en el que se producen cambios y respuestas que se dan mediante diferentes tipos de actividades, denominadas de aprendizaje en condiciones propicias para el cambio, independientes de las innatas del individuo, de su maduración o su desarrollo en diferentes circunstancias. El aprendizaje se define técnicamente como un cambio relativamente estable en la conducta del sujeto de "aprender", es decir, adquirir, procesar, comprender y aplicar luego una información que ha sido "enseñada" y adquirida mediante una experiencia de aprendizaje.

El aprendizaje implica adoptar una nueva conducta que refleja un cambio permanente en el comportamiento, el cual incorpora conocimientos, habilidades, hábitos, capacidades y actitudes. Para aprender, se necesita de varios factores fundamentales, entre los que está: la motivación, una experiencia activa y dinámica de aprendizaje y de un tiempo para su adquisición, en el que se propicie una dirección de ese aprendizaje, en la que se tenga en cuenta la experiencia anterior del estudiante y su capacidad intelectual para el desarrollo de esa actividad.

Noel Aranda Rodríguez N.:(2009) El papel otorgado al desarrollo de la conciencia y la autoconciencia en la formación de la personalidad y el esclarecimiento de los momentos funcionales de la actividad –orientación, ejecución y control que determinan y expresan particularmente diferentes formas de funcionamiento y de la estimulación del desarrollo.

En general, puede afirmarse que el aprendizaje humano es un proceso altamente condicionado por factores tales como las características evolutivas e individuales del sujeto que aprende, las situaciones y contextos socioculturales en que aprende, los tipos de

contenidos o aspectos de la realidad de los cuales debe apropiarse y los recursos con que cuenta para ello, el nivel de intencionalidad, conciencia y organización con que tienen lugar estos procesos, entre otros.

Fundamentación Filosófica

Para Platón filósofo de la antigua Grecia (384 A.C. 322 A.C) Las capacidades únicas del ser humano, que le permiten desarrollar su intelecto por medio del razonamiento, pueden conducirlo a cuestionarse muchas veces durante su vida sobre temas, entre otros, como los que buscan explicaciones a sus propias acciones, su esencia y su existencia.

En la actualidad nos encontramos en una economía tan cambiante y definida por los niveles de competitividad en los mercados, a través de los años se han suscitado varios cambios en el entorno en el que el ser humano se desarrolla en aspectos económicos, sociales, políticos, ambientales y culturales, debido a ello proponemos la comercialización de pulpa de chirimoya y la capacitación a los agricultores mediante el mecanismo de la investigación de la elaboración y comercialización de la fruta para el mercado interno.

Según Aristóteles (384 A.C. 322 A.C.) La más urgente necesidad de los individuos es la de orientar su propia vida, necesita saber qué es lo valioso para dar un sentido final a su existencia, y necesita distinguir el bien del mal para decidir sus propias acciones y determinar los ideales de su vida.

De esa necesidad de sabiduría y del asombro que le produce al humano que las cosas sean como son, es que, en parte, nace la Filosofía, tal como lo destacaron.

Según Pérez (2004: Internet) consiste en: Existencia de realidades múltiples, cada una representa significados distintos y diferentes interpretaciones que las personas le atribuyen a cierto fenómeno. Realidad intangible y estudiada en forma holística.

La conducta humana nunca se da libre del contexto, por lo tanto no existe la posibilidad de producir generalizaciones. El evaluador debe esforzarse por describir un caso particular y producir hipótesis de trabajo que sean transferibles de un contexto a otro, dependiendo de la similitud de los contextos.

El aprendizaje, por tanto, no se produce en una etapa concreta de la vida, sino que se precisa un "aprendizaje permanente" a lo largo de toda la vida. Aristóteles. (384 A.C. 322 A.C.)

Marco Legal

A continuación se detallará la base legal en la que ha sustentado su desarrollo el presente proyecto para cumplir con los requisitos establecidos por las respectivas instituciones que tienen como objetivo regular los procesos de producción y comercialización interna de la pulpa de Chirimoya:

La Constitución de la República tiene preeminencia sobre todas las leyes, reglamentos, resoluciones y ordenanzas. Las leyes sobre los reglamentos, resoluciones y ordenanzas; igualmente, los reglamentos tienen preeminencia sobre las resoluciones. Las ordenanzas dependen básicamente del contenido de la ley de Régimen Municipal.

De esta manera la Constitución del Buen Vivir dice: La transformación de la matriz productiva es uno de los ejes fundamentales del gobierno del Ecuador desde el año 2012. Esta transformación persigue la diversificación de la estructura productiva mediante la incorporación de mayor valor agregado a las industrias estratégicas existentes y el establecimiento de nuevas actividades productivas de alto valor agregado, que amplíen la oferta de productos y servicios ecuatorianos de modo que permitan reducir la dependencia externa del País. Considerándose de trascendental importancia al recurso humano para este cambio de matriz, se detalla los principales objetivos del PNBV (2013 – 2017) que aportan a este eje:

“Impulsar la transformación de la matriz productiva” y “Asegurar que los encadenamientos productivos de las industrias estratégicas claves, los sectores prioritarios industriales y de manufactura, generen desagregación y transferencia tecnológica en sus procesos productivos”, “Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva”, “Impulsar incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y el desarrollo endógeno de los territorios” y el punto “Fomentar la inversión en logística, transporte e infraestructura y telecomunicaciones, para fortalecer la comercialización de la producción nacional, fomentar las actividades encadenadas a las industrias básicas y crear condiciones locales a nivel tecnológico y organizacional, con pertinencia cultural y ambiental, garantizando la inclusión y sostenibilidad”.

Tabla No.1. Índices que determinan una reducción de las importaciones no petroleras

OBJETIVO No. 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva

INDICADOR META: Reducir las importaciones no petroleras de bienes primarios y

basados en recursos naturales en un 40,5%

META PNBV	LINEA BASE	META ANUALIZADA			
		AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
40.5%	70%		40.5%		
		0,75%	0,75%	0,75%	0,75%

Fuente: PNBV 2013 -2017

Elaboración: Subsecretaría de Comercio y Servicios (SCS), MIPRO, 2015

Para ello se requiere del apoyo de las siguientes instituciones:

- MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO).

El Ministerio de Industrias y Productividad tendrá como objetivo central reactivar y fomentar la industria nacional, elevar sostenidamente la capacidad tecnológica y la competitividad de la industria ecuatoriana para consolidar su posicionamiento en el mercado interno y hacer posible su participación creciente en los mercados internacionales.

Misión: Fomentar el desarrollo de la Industria Nacional mediante políticas públicas y los programas que incrementen los niveles de calidad, productividad y competitividad, que dinamicen en forma sostenida el comercio interno y externo, generen empleo y mejoren las condiciones de vida de la población ecuatoriana.

- INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION(INEN)

El INEN se encarga de establecer los estándares y normas de calidad que deben cumplir todos los productos producidos en el Ecuador ya sea para consumo interno como externo, para poder acceder a los certificados y sellos de calidad que esta institución emite para su comercialización.

Objetivo principal: Formular las Normas Técnicas Ecuatorianas que definan las características de materias primas, productos intermedios y productos terminados que se comercialicen en el Ecuador, así como, los métodos de ensayo, inspección, análisis, medida, clasificación y denominación de aquellos materiales o productos.

- MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA (MAGAP)

El MAGAP tiene como función principal establecer las políticas de los sectores de agricultura y ganadería, manteniendo así importantes fuentes de información.

Objetivo: Brindar todos los servicios de apoyo, capacitación, información, orientación y motivación para generar en el sector agropecuario, agroindustrial, agroforestal y de riego, un desarrollo y crecimiento sostenible, proyectando una imagen de honestidad, credibilidad y confianza a sus clientes.

- AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO(AGROCALIDAD)

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – AGROCALIDAD, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, y de la regulación y control de las actividades productivas del agro nacional, respaldada por normas nacionales e internacionales, dirigiendo sus acciones a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, la implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos.

Esta entidad es conformada con la finalidad de hacer cumplir las políticas de sanidad establecidas para el sector agropecuario ayudando a la cura de plagas y enfermedades que atacan los cultivos.

La información que nos proporcione ayudará para el control de plagas y enfermedades que puedan aparecer en los cultivos de la chirimoya.

MARCO CONCEPTUAL

Producto Interno Bruto: El PIB (Producto Interno Bruto) no es más que la suma total de todos bienes y servicios que produce un país (medidos en dólares \$USD), producidos por empresas nacionales y extranjeras, dentro del territorio nacional de dicho país, que se registran dentro de un determinado período de tiempo, generalmente un año (Tejada, 2010).

Necesidades Básicas Insatisfechas: Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) es un método directo para identificar carencias críticas en una población y caracterizar la pobreza. Usualmente utiliza indicadores directamente relacionados con cuatro áreas de necesidades básicas de las personas (vivienda, servicios sanitarios, educación básica e ingreso mínimo), disponibles en los censos de población y vivienda.

Población Económicamente Activa: Se considera a la población económicamente activa a las personas que dentro de las edades productivas, se encuentran ocupadas o desocupadas.

Productividad: La productividad es la capacidad de lograr objetivos y de generar respuestas de máxima calidad con el menor esfuerzo humano, físico y financiero, en beneficio de todos, al permitir a las personas desarrollar su potencial y obtener a cambio un mejor nivel en su calidad de vida (DAFP, 1993).

Emprendimiento: Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones (Schumpeter, 1935).

Emprendimiento social: Las líneas de investigación más recientes en este campo señalan la necesidad de desplazar el foco de atención desde la figura del emprendedor (sus características personales, habilidades, etc.) y los frutos de su iniciativa, hacia el proceso de generación de valor social. El emprendimiento social es la fusión entre una solución

innovadora a un problema de desarrollo socio-económico y una estrategia sostenible con impacto medido (Cuorto, 2012).

Pulpa de fruta: Producto obtenido mediante la desintegración y el tamizado de la parte comestible de frutas frescas, o preservadas adecuadamente, sanas y limpias, sin remover el jugo.

Mercado interno:

Se considera como mercado interno a un mercado que opera dentro de los límites acotados, y que a su vez está rodeado por un mercado más grande en este proyecto definimos al mercado interno como el sector comprendido en provincia del Guayas que conforma la república del Ecuador.

Guayas se encuentra dividida políticamente en 25 cantones, de la cuales se componen por 50 parroquias urbanas y 29 parroquias rurales, la actividad principal de todo el territorio es la industria, el sector agropecuario y el turismo.

VARIABLES

Variable Dependiente

Desarrollo social y económico

Variable Independiente

Comercialización de la pulpa de chirimoya

CAPÍTULO III.

MARCO METODOLÓGICO

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA

Este proyecto requiere utilizar la investigación descriptiva, cualitativa y cuantitativa.

La investigación descriptiva, porque permitirá describir de una forma más detallada las generalidades de la fruta parte de este estudio; así como también el proceso técnico de producción. Esta información será obtenida a través de información de investigaciones de otros autores, de tesis de procesos similares y de estudios de la chirimoya.

La investigación cuantitativa, ya que se trabajará con datos estadísticos obtenidos de instancias públicas, de tesis e investigaciones que servirán para analizar la oferta, la demanda y el análisis económico y financiero de este proyecto.

La investigación cualitativa permitirá analizar el estudio de mercado, realizar un diagnóstico más profundo sobre la realidad de los habitantes de la isla Puná, y así interpretar con cada análisis si es factible el proyecto que se plantea; información que será obtenida de investigaciones profundas realizadas por autores y datos de instancias públicas.

Investigación de Campo, para tomar contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto. En el presente proyecto se trabajara con la modalidad básica de la investigación de campo, porque se centra en hacer el estudio donde el fenómeno se da de manera natural, de este modo se busca conseguir la situación lo más real posible, de las que se obtendrán los datos más relevantes a ser analizados.

Se procederá a emplear los siguientes métodos:

Método Deductivo: Permitirá establecer y llegar a la verdad partiendo de conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa

que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales. Permite indagar en los aspectos genéricos relativos al tema, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos a desarrollarse.

Método Analítico: Permitirá descomponer un tema o un todo en partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, existen dos tipos principales de métodos de análisis incluyen procedimientos cualitativos y cuantitativos.

La Población y la Muestra

Puesto que la hipótesis que se argumenta tiene que ver con mejorar el nivel socio económico de los habitantes de la isla Puná, con el desarrollo y fortalecimiento de la producción y comercialización de pulpa de chirimoya, la investigación se va a enfocar desde dos aspectos: por un lado, realizar mediante encuestas un diagnóstico de los habitantes – productores de la isla Puná y por otro lado, la factibilidad de producción de pulpa de chirimoya.

Características de la Población

La población o universo es la totalidad de los elementos a investigar respecto a ciertas características. Para obtener los resultados que se esperan en cuanto al diagnóstico, la población la conformara el total de productores de chirimoya de la isla Puná, es decir, 93 productores miembros de la Asociación de productores de chirimoya de la isla Puná.

Para obtener los resultados en cuanto a la factibilidad de producción de pulpa de chirimoya, se considerara como población al total de habitantes de la ciudad de Guayaquil, es decir, 2.291.158.

Tipo de Muestra

La muestra, para ser confiable, debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser práctica.

Para la realización del diagnóstico, se ha considerado como punto de partida los datos del MAGAP del total de productores de chirimoya de la isla Puná, es decir, 93 productores.

Para realizar esta encuesta se considerará la siguiente variable:

Tabla N°2. Variables determinantes para muestra de agricultores de la Isla Puná

#	Variables
1	Total productores de chirimoya en la isla Puná

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la muestra, se ha considerado la siguiente fórmula:

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

N= Total de la población objetiva sobre la cual se hará el cálculo.

= Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Dónde:

$$n = \frac{93 \cdot 0.5^2 + 1.96^2}{0.5^2 (500 - 1) + 0.5^2 + 1.96^2}$$

N = 93 productores de chirimoya

n= 75

Para la obtención de los resultados en cuanto a la factibilidad de producción de pulpa de chirimoya, se considerarán para delimitar y obtener una muestra confiable del total de habitantes de la ciudad de Guayaquil, las siguientes variables:

Tabla N°3. Variables determinantes para encuestas a consumidores segmentando población con interés en el cuidado de la salud.

#	Variables
1	Habitantes que consumen bebidas naturales
2	Interés en cuidado de la salud
3	Interés por un sabor nuevo de pulpa de fruta
4	Interés en proyectos sociales

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la muestra se ha considerado optar por el porcentaje total de habitantes de la ciudad de Guayaquil que tienen como preferencia consumir bebidas naturales por diversos motivos, entre los que cuenta el cuidado de la salud. En este sentido, tomando como referencia los datos del INEC tenemos que:

Tabla N°4. Términos Población de Guayaquil

Términos Poblacionales de Guayaquil	
Total Habitantes de la ciudad de Guayaquil	2.291.158
Porcentaje de habitantes que consumen bebidas naturales	15%
Total habitantes que consumen bebidas naturales	343.674

Fuente: Elaboración propia INEC, 2014

Según datos del INEC en cuanto a las condiciones de vida, tan solo el 15% de la población de Guayaquil consumen bebidas naturales, es decir, 343.674.

Para el cálculo de la muestra se va a considerar la misma fórmula, donde:

N: 343.674 habitantes que consumen bebidas naturales y el resultado matemático de la fórmula nos da como resultado a $n= 44$

Los métodos y las técnicas

Para lograr los objetivos planteados en este proyecto de tesis, se utilizó como método y técnica la investigación cuantitativa y cualitativa a través del trabajo de campo. Se utilizó para este método la encuesta:

Procesamiento y análisis

Para obtener el diagnóstico de los productores de chirimoya se realizó la siguiente encuesta la cual consta de 10 preguntas, relacionadas sobre los intereses de los productores en cuanto a la comercialización de chirimoya.

RESULTADO DE LA ENCUESTA APLICADA A: AGRICULTORES

1.- ¿Con qué objetivo los agricultores de la Isla Puná cultivan la chirimoya?

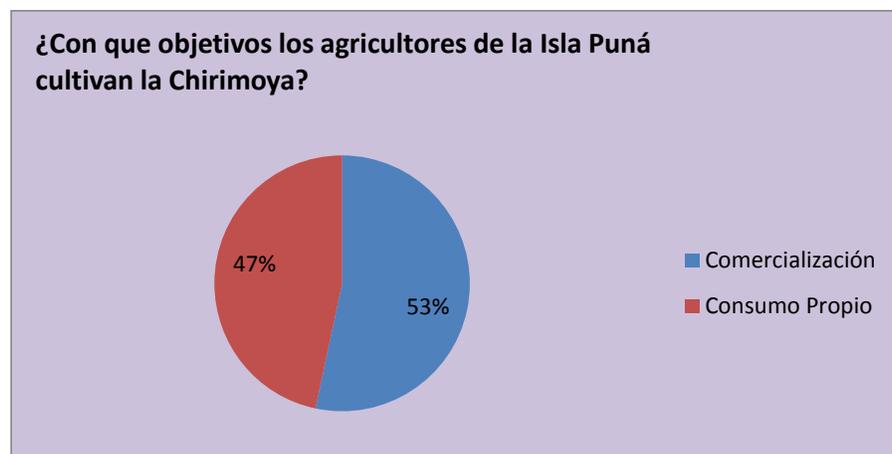
Tabla N°5. Finalidad del cultivo de la chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Comercialización	40	53,00%
2	Consumo Propio	35	47,00%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°3. Finalidad del cultivo de la chirimoya medido en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

De acuerdo a la pregunta realizada a los agricultores de la Isla Puná determinamos que el 93% de ellos cultivan la chirimoya para explotación comercial, el 7% lo cosecha para consumo propio la cual utilizan para batidos y otros derivados.

2.- ¿Cómo cree usted que aumentaría las ganancias en la venta de la chirimoya?

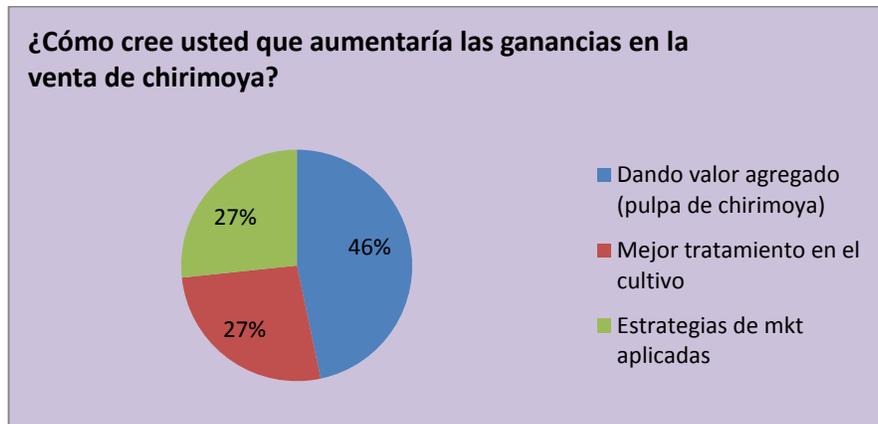
Tabla N°6. Posibles elementos que ayudarían a incrementar la venta de la pulpa de chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Dando valor agregado (pulpa de chirimoya)	35	46,67%
2	Mejor tratamiento en el cultivo	20	26,67%
3	Estrategias de mkt aplicadas	20	26,67%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°4. Análisis que determinaría el aumento de las ganancias de la venta de la chirimoya



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

De acuerdo a la pregunta determinamos que el 46% de la población aumentaría sus ganancias dando valor agregado al producto, el 27% lo haría si tuviera un mejor tratamiento en el cultivo y el 27 % aumentaría sus ganancias si aplicaran estrategias de marketing.

3.- ¿Afectaría de alguna forma a la chirimoya si se produjera de forma masiva?

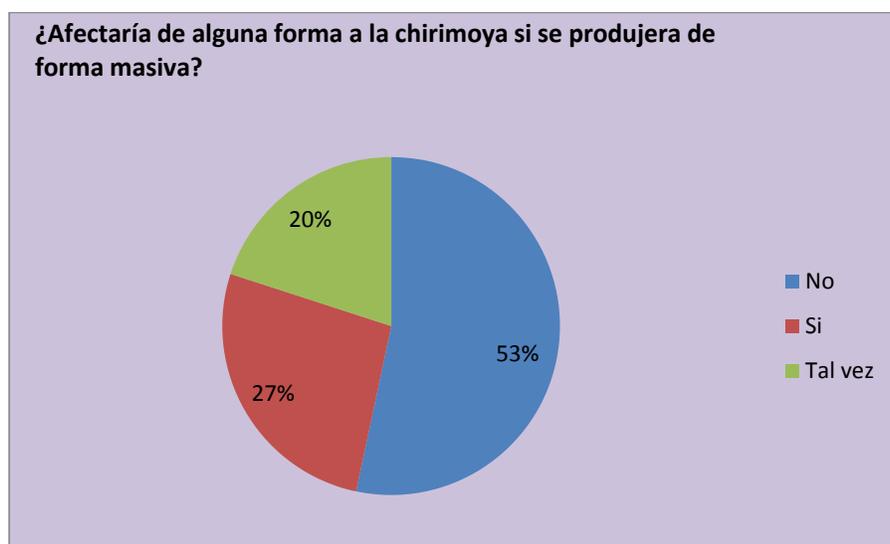
Tabla N°7. Producción masiva de la chirimoya y su afectación

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	No	40	53,33%
2	Si	20	26,67%
3	Tal vez	15	20,00%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°5. Producción de la chirimoya masiva y su afectación expresada en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

Este resultado determina que el 53% de los agricultores dan la certeza que la chirimoya no sería afectada si es producida en gran cantidad, el otros 27% va dirigido a que si la fruta podría afectarse en el aspecto de que se maduraría muy rápido y habrá una gran pérdida, por último el 20% nos dice que tal vez ya que se vería afectado en el tamaño de la fruta o la calidad.

4.- ¿Cuál es la frecuencia en la que el fruto está disponible para su consumo?

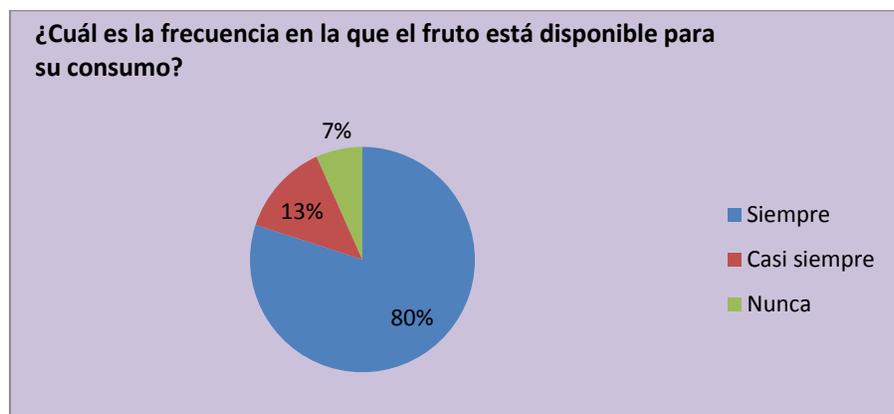
Tabla N°8. Frecuencia de consumo disponible

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Siempre	60	80,00%
2	Casi siempre	10	13,33%
3	Nunca	5	6,67%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°6. Frecuencia de consumo de la chirimoya disponible para el consumo en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

Determinamos que un porcentaje del 80% indica que la fruta se encuentra disponible para su consumo ya que es temporada de su cosecha el 13% a que casi siempre se encuentra disponible la fruta y el 7% dice que no es fácil encontrar, nunca o rara vez la fruta para el consumo debido a que se necesita determinar y seleccionar los mejores frutos teniendo en cuenta la calidad lo cual no se ha podido desarrollar por falta de recursos tecnológicos.

5.- ¿Qué beneficios se obtiene al realizar el festival de la chirimoya sin tomar en cuenta de que sea por cultura?

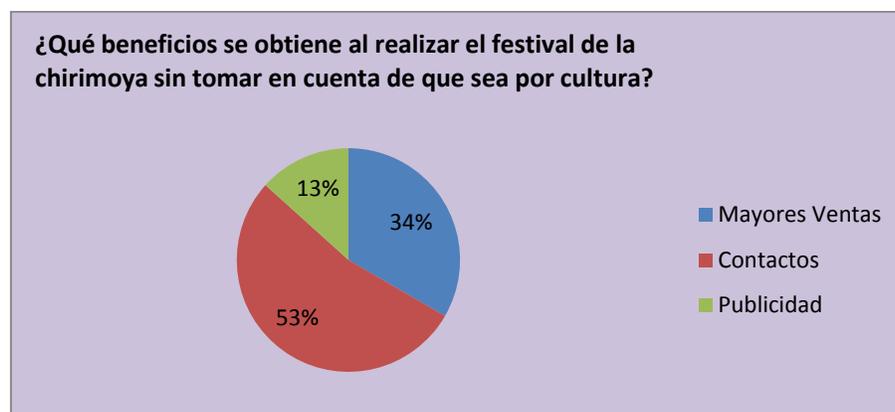
Tabla N°9. Beneficios del festival de la chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Mayores Ventas	25	33,33%
2	Contactos	40	53,33%
3	Publicidad	10	13,33%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°7. Beneficios del festival de la chirimoya expresado en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

El 53% de los productores dicen que sería un gran beneficio ya que por medio de esto se podrían tener mayores contactos y se podrían analizar oportunidades de negocios, por otra parte el 34% dice que si se efectúa este evento podrían tener mayores ventas y un 13% que les ayudaría en temas de publicidad.

6.- ¿Cuál es la finalidad de ingreso que recibe el agricultor por la venta de la fruta al mes?

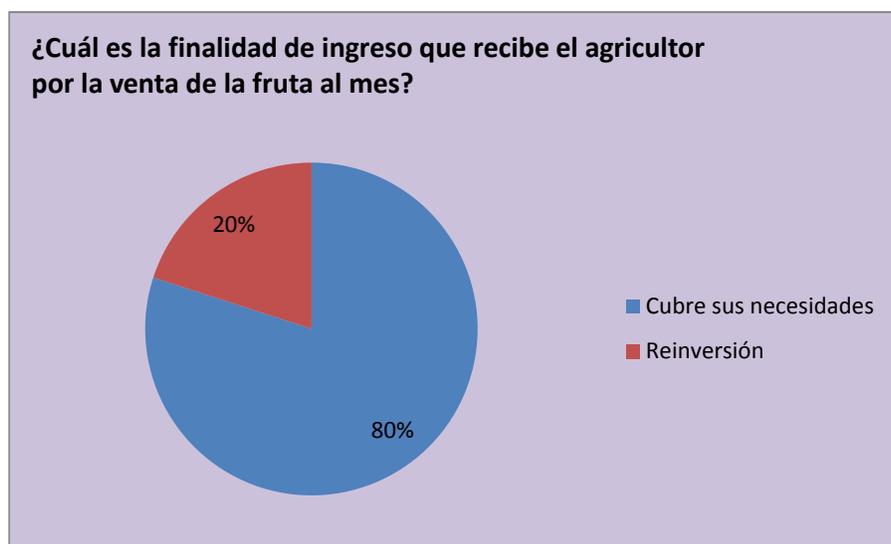
Tabla N°10. Ingreso del agricultor por la venta de la fruta mensual

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Cubrir sus necesidades	60	80,00%
2	Reinversión	15	20,00%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°8. Ingreso del agricultor por la venta de la fruta mensual medido en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

Este resultado determina que el 80% de los agricultores cubre sus necesidades a través de la comercialización de la chirimoya mientras que un 20% dice que no cubre sus necesidades es decir no le permite cubrir el valor de la canasta básica de alimentos.

7.- ¿Desea que su comunidad reciba beneficios primordiales por la venta de chirimoya?

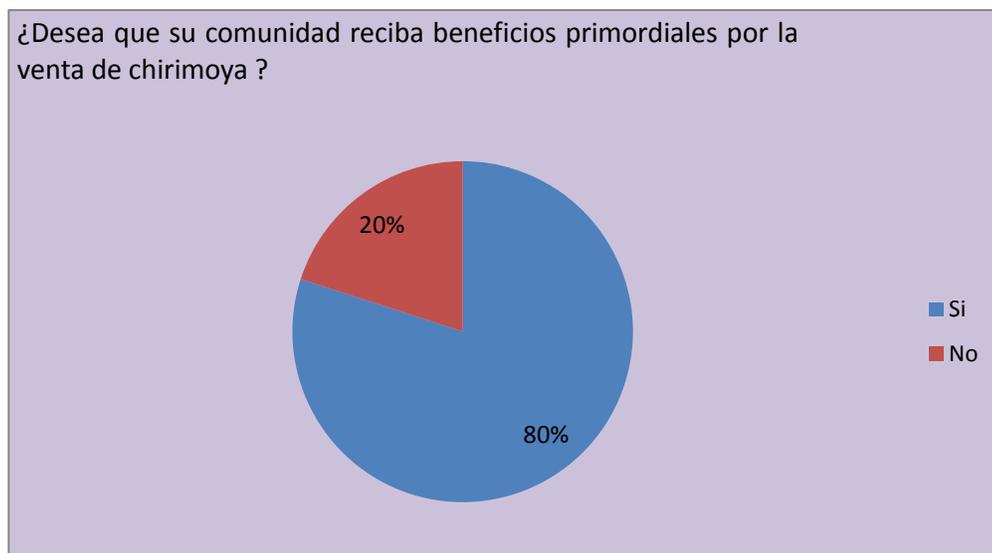
Tabla N°11. Aceptación por parte de productores para el goce de beneficios con la venta de chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Si	60	80,00%
2	No	15	20,00%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°9. Aceptación por parte de productores para el goce de beneficios con la venta de chirimoya expresada en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

En estos resultados determinamos que el 80% de la población afirmó que si le gustaría recibir beneficios primordiales por la venta de la chirimoya lo cual podría verse reflejado en salud o en infraestructura el 20% indicó que no le gustaría recibir un beneficio particular pero que si se diera les gustaría que se dé en servicios básicos.

8.- ¿En qué invertiría los ingresos obtenidos para mejorar su nivel de vida con qué área le gustaría que se invierta las ganancias de la venta de chirimoya en el caso que tengan algún convenio con el Estado u otros interesados?

Tabla N°12. Inversión de la ganancia de la venta de la chirimoya de tener convenio con el gobierno

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Vivienda	20	26,67%
2	Desarrollo en turismo	20	26,67%
3	Escuela para productores	35	46,67%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°10. Opciones de inversión (con la ganancia) de la venta de la chirimoya de existir convenio con el gobierno



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná

ANÁLISIS

Los resultados indican que el 46% de los encuestados indicaron que si tuvieran un convenio con alguna área del estado o interesados a ellos les gustaría invertir los ingresos obtenidos de las ganancias de la comercialización de la fruta destinándolo para educación (escuela de productores) ya que de esta forma se podrían preparar de mejor manera, el 27 % indicaron que

le gustaría invertirlo en turismo en la isla puna y el 27% indico que les gustaría invertir mejoras para sus viviendas

9.- ¿Cree usted que el terreno es factible para sembrar más árboles de chirimoya?

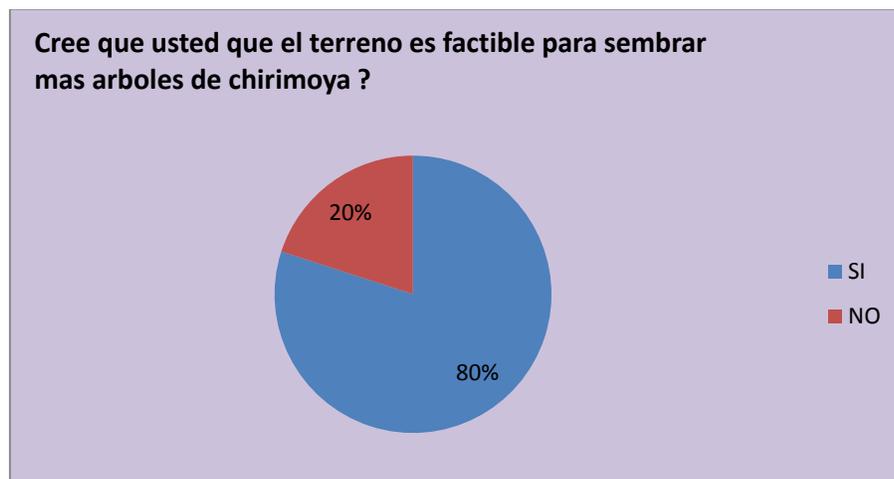
Tabla N° 13. Factibilidad del terreno para la siembra de la chirimoya en la Isla Puná

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	SI	60	80,00%
2	NO	15	20,00%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°11 Porcentajes de factibilidad para sembrío de árboles de chirimoya en terrenos en la Isla Puná.



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

ANÁLISIS

Según el resultado nos indica que el 80% cree que el terreno es bueno y es factible cultivar más arboles de chirimoya, el 20 % dice que no es factible ya que se necesita tratamiento en los suelos para generar mejores cosechas y no lo tienen por falta de apoyo económico.

10.- ¿Pensando en el mejoramiento de su comunidad, usted consideraría cosechar la chirimoya y procesarla para obtener la pulpa para su comercialización?

Tabla N°14. Consideración para procesar pulpa de chirimoya para su comercialización

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Si	60	80,00%
2	No	15	20,00%
	TOTAL	75	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná.

Gráfico N°12. Consideración para procesar pulpa de chirimoya para su comercialización en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los agricultores de la Isla Puná

ANÁLISIS

El resultado nos indica que un 80% dice que pensaría cosechar los frutos de chirimoya para procesarla y obtener pulpa para su comercialización si esto le genera mejores ingresos económicos, el 20% dice que no lo haría porque no sabría cómo hacerlo.

Para el caso de los consumidores, Se ha analizado el comportamiento de los consumidores de este fruto, y como resultado es de gran aceptación y de interés el poder obtener como producto final la pulpa de chirimoya en tiendas y supermercados.

Se plantea a los productores de la fruta mediante una capacitación fidelizar a los clientes de forma que se apunte a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad).

Resultado de la encuesta aplicada a los consumidores

1.- ¿Después de haberle explicado el valor nutricional y la potencialidad de la chirimoya, consumiría usted pulpa de fruta?

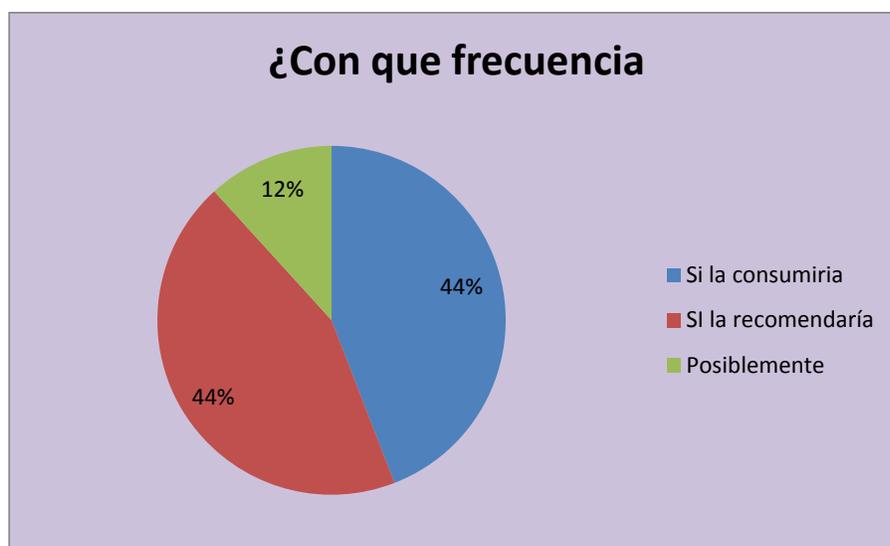
Tabla N°15. Preferencias en el consumo de pulpa de chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Si	30	77,00%
2	No	10	12,00%
3	Tal vez	4	11,00%
	TOTAL	44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°13. Preferencias en el consumo de pulpa de chirimoya en porcentajes



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores

ANÁLISIS

Este resultado determina que un 77% de los guayaquileños consumirían dicha fruta ya que les interesa los nutrientes y su bajo costo de la misma pero, por otro lado, un 12% aduce que no comería porque no sabrían si les gustaría el sabor de dicha fruta y un 11% tal vez lo consumiría.

2.- ¿Conoce la Chirimoya de la Costa de la isla Puná?

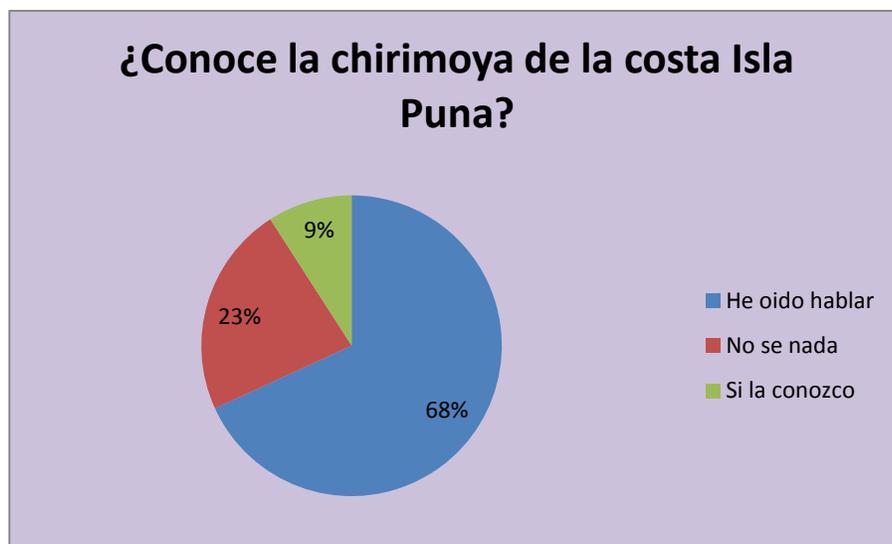
Tabla N°16. Conocimiento en la gente sobre la pulpa de chirimoya en Puná

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	He oído hablar	30	68,00%
2	No sé nada	10	23,00%
3	Si la conozco	4	9,00%
TOTAL		44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°14 Conocimiento de la gente sobre la pulpa de chirimoya en Puná



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

Los resultados indican que un 68% de los guayaquileños han oído hablar de la Chirimoya etc., el 23% de los consumidores afirmaron que si tienen conocimiento sobre la fruta pero, un 29% no ha escuchado mencionar dicha fruta.

3.- ¿Para que utilizaría la pulpa de la Chirimoya?

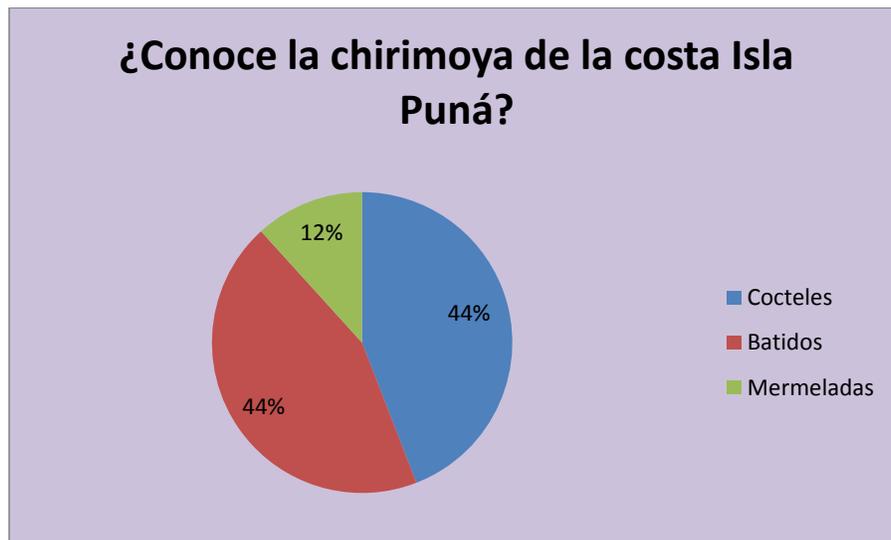
Tabla N°17 Usos de la Pulpa de Chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Cocteles	15	68,00%
2	Batidos	15	23,00%
3	Mermeladas	4	9,00%
	TOTAL	44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°15. Usos de la Pulpa de chirimoya



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

Como podemos observar en la gráfica, el 44% de los consumidores afirmaron que lo utilizarían para la elaboración de papillas para bebé, mientras que un 44% lo utilizaría para elaborar batido y otro 33% para la elaboración de mermeladas, la demás categorías obtuvieron un 12%.

4.- ¿Tomando en cuenta que la chirimoya actúa como un soporte calórico y se recomienda a todas las personas que haría con esta fruta?

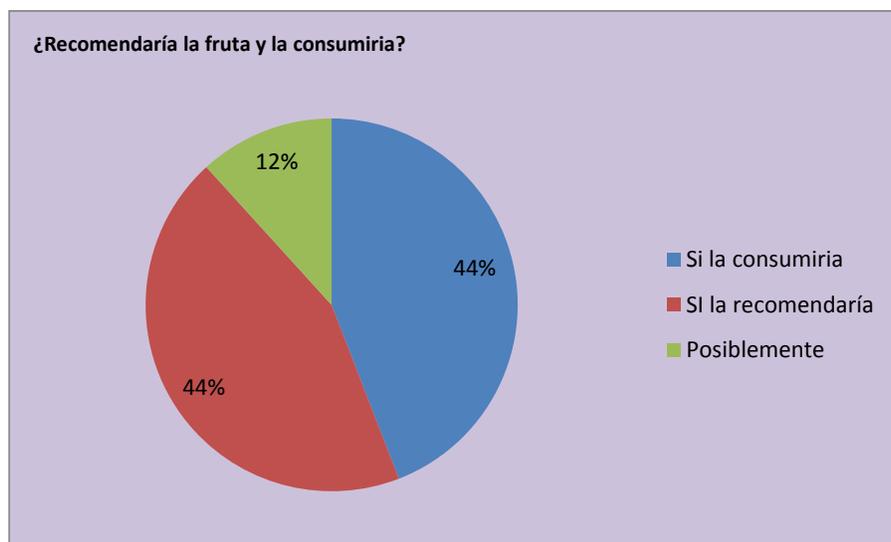
Tabla N°18. Aceptación de la chirimoya

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Si la consumiría	15	44,00%
2	Si la recomendaría	15	44,00%
3	Posiblemente	4	12,00%
TOTAL		44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°16 Aceptación de posibles consumidores y efectos



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

Los resultados determinan que un 44% de la población consumiría la fruta mientras que el 44% restante la recomendaría lo que en un futuro haría que aumente el consumo de nuestra fruta.

5.- ¿Compraría usted una fruta nutritiva y abundante si fuera el principal comerciante de Guayaquil?

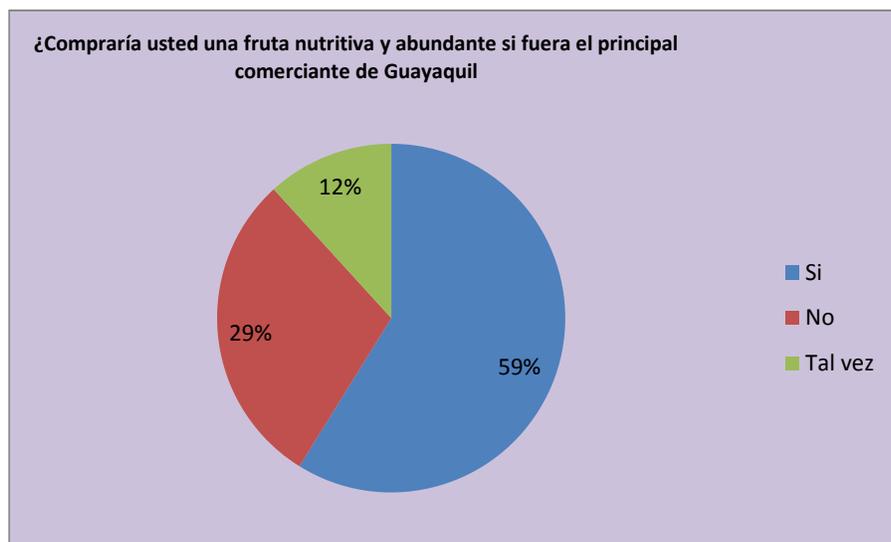
Tabla N°19. Preferencias en el consumo de la fruta si el comerciante es Guayaquil

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Si	20	59,00%
2	No	10	29,00%
3	Tal vez	4	12,00%
	TOTAL	44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N° 17. Preferencias en el consumo de la fruta si el comerciante es Guayaquil



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

Los resultados nos indican que el 59% si compraría la fruta mientras que un 29% estaría indecisa de comprarla pero, en un futuro esta minoría se decidiría a comprarla por las ganancias que esta ofrecería.

6.- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en la comercialización de un nuevo producto en el mercado donde se le brindaría el 75% de ganancia?

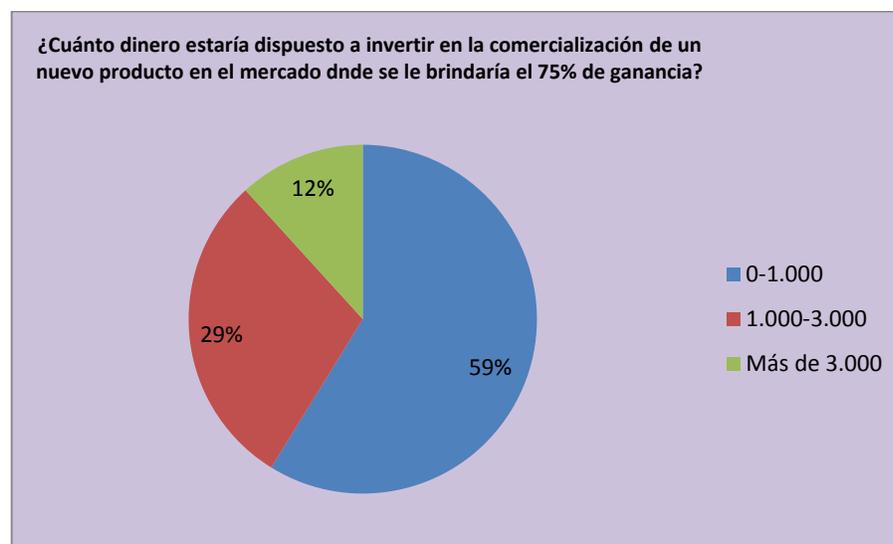
Tabla N° 20. Reinversión según ganancia

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	0-1.000	20	59,00%
2	1.000-3.000	10	29,00%
3	Más de 3.000	4	12,00%
	TOTAL	44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°18. Reinversión según ganancia



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

Los datos nos demuestran que un 59% solo invertiría hasta \$1000 , un 29% pagaría más de 1.000 hasta 3.000 y un 12% invertiría más de 3.000

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la chirimoya?

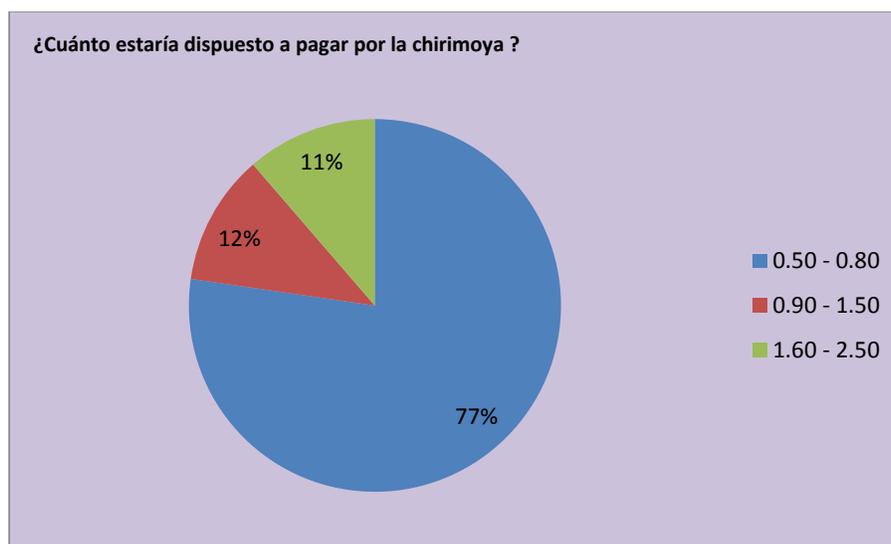
Tabla N° 21 Pago de chirimoya y frecuencias

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	0.50 - 0.80	34	77,00%
2	0.90 - 1.50	5	12,00%
3	1.60 - 2.50	5	11,00%
	TOTAL	44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°19. Valores estimados según percepción de compra de posibles consumidores



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

El resultado determina que el 70% de la población estaría dispuesta a pagar hasta 0.80 ctvs. Por la chirimoya, otro 12% pagaría un poco más por el producto 1.50 Mientras que el 11% pagaría más por la chirimoya 2.50ctvs.

8.- ¿Usted como comerciante vendería una fruta poco tradicional en su negocio?

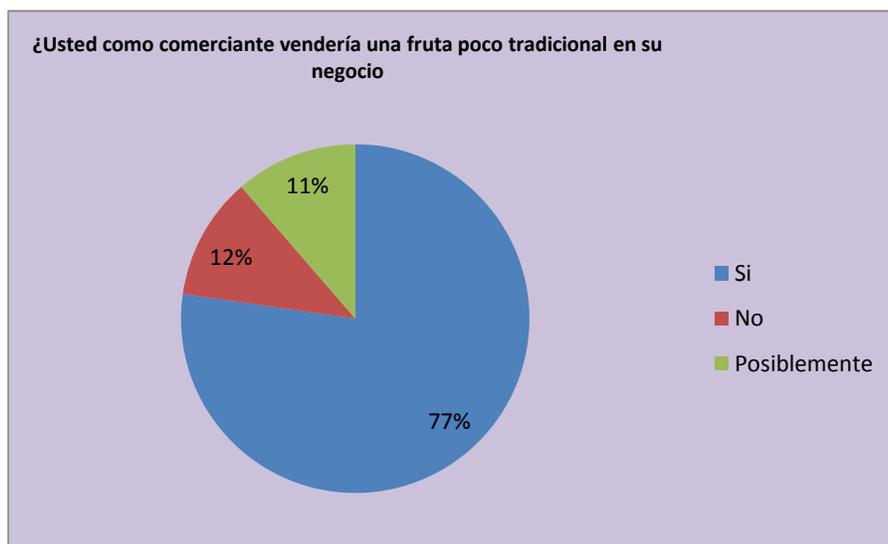
Tabla N° 22. Aceptación para comercializar una fruta poco tradicional

ITEM	CATEGORIA	FRECUENCIAS	FRECUENCIA PORCENTUAL
1	Si	34	77,00%
2	No	5	12,00%
3	Posiblemente	5	11,00%
TOTAL		44	100%

Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

Gráfico N°20 Aceptación para comercializar una fruta poco tradicional



Autora: Diana Viteri Peralta

Fuente: Encuesta aplicada a los posibles consumidores.

ANÁLISIS

El resultado determina que el 77% de la población si vendería la fruta nueva el otro 12% tal vez vendría la fruta y el 11% no vendría la fruta nueva esto quiere decir que la mayoría de los comerciantes no venderían una fruta nueva por temor a no venderla mientras que una pequeña parte de la población si se arriesgaría a vender la fruta.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Como se ha podido evidenciar en los resultados obtenidos en la encuesta a través de la investigación de campo, la producción y comercialización chirimoya es importante para los habitantes de la isla Puná puesto que es uno de sus principales fuentes de ingreso. A esto, los productores manifiestan la necesidad de mejorar los procesos productivos y generar más ingresos en beneficio de la comunidad.

Existe un bajo nivel de productividad y eficiencia que se presentan en los procesos de producción agrícola, producto de la falta de conocimiento de los productores sobre procesos productivos y de mejora de la calidad; así como también falta de conocimiento en emprendimiento y gestión de comercialización.

Estas limitaciones se deben gran parte a tres aspectos, que en su conjunto limitan la expresión activa y emprendedora del recurso humano local de Puná, estos aspectos lo constituyen:

“La precariedad económica en que se encuentran los pequeños productores de chirimoya”, situación que les impide incorporar el equipamiento tecnológico, capital de operación e infraestructura necesaria para incrementar la producción y la productividad de los cultivos tradicionales de chirimoya.

“La falta de conocimientos y habilidades técnicas de manejo de sistemas intensivos y de producción forzada de cultivos”, situación que mantiene colectivamente un sistema tradicional de procedimientos de manejo agronómico inadecuados para desarrollar con eficiencia los niveles de producción de chirimoya y la generación de ingresos sostenidos.

“El esquema individualista y la deficiente organización social de los productores de chirimoya de Puna, para la gestión comercial de sus productos”, situación que incide directamente en los bajos ingresos que reciben los productores por sus cosechas,

desarrollándose por el contrario una intermediación comercial que usufructúa y explota de los campesinos aislados y desorganizados.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es que los productores debido a la falta de prácticas culturales como riego, controles fitosanitarios, podas, fertilización, entre otros, se los podría considerar cosechadores, debido al desconocimiento de las tecnologías, la inexistencia de programas de capacitación y transferencia de tecnología, por parte de las entidades públicas responsables de estas actividades.

Las familias de esta comunidad, al igual que de otras aledañas, se encuentran en situación de pobreza, centradas económicamente en los procesos primarios de pesca y la producción agrícola, sin mayor generación de procesos de valor agregado y con graves deficiencias en la gestión comercial de su producción.

Uno de los aspectos que se mantiene en este sector es la débil capacidad de los pobladores locales, hombres y mujeres para desarrollar con eficiencia los procesos productivos en el sector primario y la gestión de venta de la producción de chirimoya generada localmente.

El territorio de las comunidades de Puná posee una gran potencialidad para generar horas de trabajo familiar asalariadas fortaleciendo tecnológicamente los procesos productivos, ampliando las capacidades técnicas del recurso humano local e instituyendo mecanismos socio organizativos de gestión asociativa para la venta de la producción.

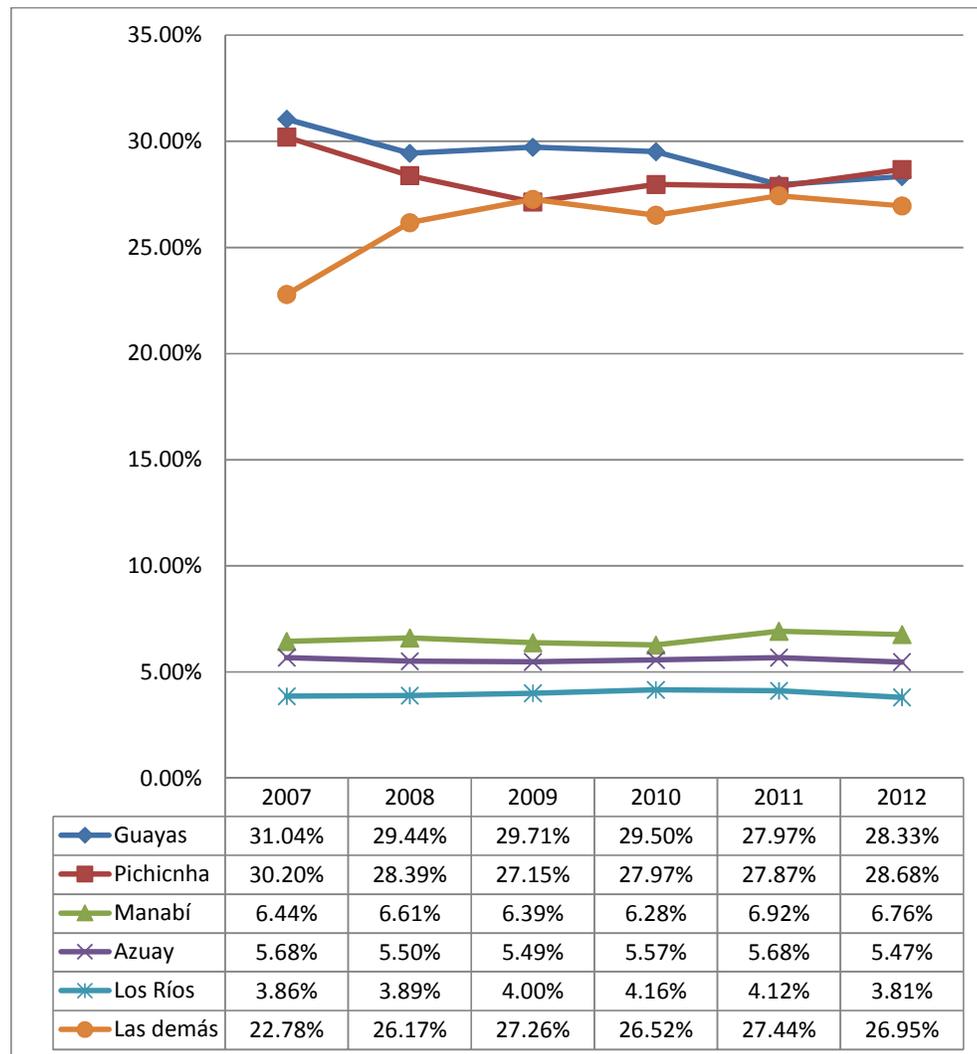
En cuanto a la factibilidad de mercado de pulpa de chirimoya en la ciudad de Guayaquil, se demuestra en la investigación realizada, que el producto tendría aceptación desde un enfoque social y de concientización sobre una alternativa natural de cuidado de la salud. Sobre sus propiedades en la salud, la chirimoya puede ayudar a corregir problemas intestinales, que conllevan al estreñimiento, siempre y cuando su consumo sea regular. También tiene propiedades laxantes, que ayudan a regular la digestión.

A través de la implementación de una estrategia de transferencia de conocimiento para el mejoramiento de la producción y la productividad del cultivo de chirimoya de Puná, se logrará que 93 familias de las comunidades El Tabor, La Pólvora y la Cabecera Parroquial Puna amplíen sus conocimientos técnicos y proyecten nuevas oportunidades de participación rentable en la generación de autoempleo, ingresos familiares y arraigo, a partir del fortalecimiento de las capacidades y destrezas técnicas de los pequeños productores en el manejo agronómico del cultivo de la chirimoya.

ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, PERSPECTIVA Y TENDENCIA ECONÓMICA:

El crecimiento económico considerando actividades no petroleras, desagregado por provincia a diciembre del año 2012, la provincia de Pichincha es la de mayor aportación al PIB con 28,68%, seguido por la provincia de Guayas con el 28,33%, ver Gráfico N°. 21. La provincia del Guayas concentra mayor poder económico, se caracteriza por generar gran cantidad de comercio de bienes y servicios, pero se la reconoce también porque en ella se ha construido grandes fortunas provenientes de los cultivos y de ellos la exportación de cacao, banano, camarón, entre otros. Ver gráfico N.21

Gráfico N°21. Crecimiento económico de actividades no petroleras desagregado por provincia, 2007 – 2012



Fuente: Banco Central del Ecuador 2007-2014

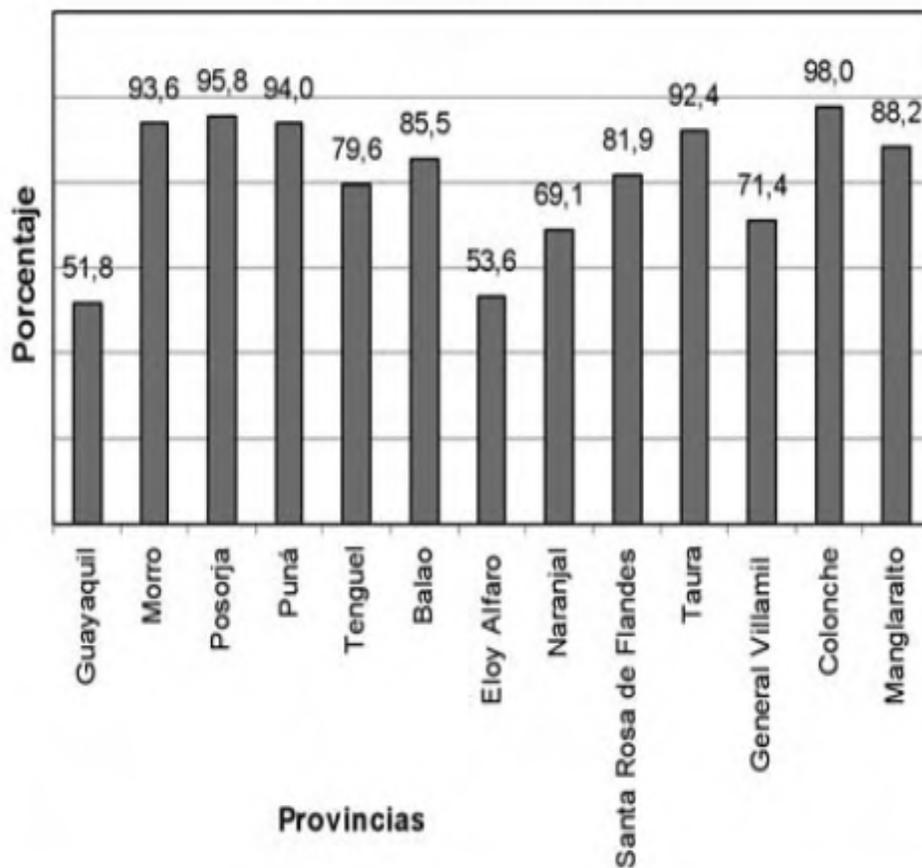
Elaboración: Propia

En la mencionada provincia, la industria está dominada por agro negocios y el procesamiento de productos alimenticios. Las actividades agrícolas y ganaderas constituyen unos de los principales rubros en la economía del Guayas. Los principales cultivos son: caña de azúcar, banano, cacao, algodón y arroz, a más de cítricos y frutas.

En cuanto a fuerza de trabajo, la población económicamente activa se ha incrementado un 20% en este mismo periodo. La tasa de desempleo a variado de 2.9% a un 5.3%, en el 2010, con un incremento del 2,4%.

De manera paradójica se encuentra que existen altos índices de pobreza en algunas de sus parroquias. En promedio la provincia de Guayas registra el 79,87% de pobreza por NBI, es decir que 8 de cada 10 habitantes de estas parroquias carece de los insumos básicos para la subsistencia. Puná alcanza índices de pobreza por sobre el 94% como se observa en el gráfico:

Gráfico N°22. Pobreza por NBI Guayas



Fuente: SICE, 2012

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se calcula que el Índice de Desarrollo Humano de la parroquia Puná se encuentra en los niveles más bajos del cantón Guayaquil, con 0,60, es decir, que presentan con relación al cantón y al nivel

ideal propuesto, los menores logros en el componente de salud, de educación y en el componente de ingresos per cápita.

Tomando en cuenta el Índice de Vulnerabilidad Social, la situación de Puná se torna desalentadora, dado que sus índices (IVS = 100) exceden el valor del promedio del cantón, lo cual recoge el grado de desprotección social al que se encuentran sometidos los ciudadanos puneños.

Para realizar un análisis comparativo se considerará como variable principal, al índice de pobreza medido por el nivel de ingreso puesto que este proyecto se enfoca en mejorar la calidad de vida de 93 productores de chirimoya, hay que considerar que existe beneficio directo e indirecto por lo que se considera que reactivar la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya tendrá un impacto positivo sobre la reducción de la pobreza en el tiempo.

Para ello, se tomará como referencia la evolución del índice de pobreza por nivel de ingresos del cantón Guayaquil en el período comprendido desde el año 2010 al año 2014, esto debido a que la isla Puná es una parroquia del cantón Guayaquil y es la que mayor concentración en niveles de pobreza evidencia y que debido a que concentra la rama de producción agrícola como principal fuente de aportación al PIB.

La pobreza por ingresos se obtiene, actualizando la línea oficial de pobreza por consumo mediante el Índice de Precios al Consumidor (IPC). Para tal efecto, aquellos individuos cuyo ingreso total per cápita sea inferior a la línea de pobreza son considerados pobres. Finalmente, se calcula la proporción de pobres frente al total de la población. Igual procedimiento se realiza para el cálculo de pobreza extrema por ingresos (INEC, 2015).

Como podemos observar en el siguiente cuadro, el índice de pobreza por nivel de ingreso, presenta un comportamiento con variaciones irregulares en este período de tiempo. Si

realizamos una proyección para saber el comportamiento del índice de pobreza hasta el año 2020 sería decreciente.

Para hacer una tendencia de cuanto puede ser el beneficio por mejorar la producción y comercialización de pulpa de chirimoya en beneficio de la Parroquia, tomaremos como dato conservador el valor decreciente de los períodos comprendido entre los años 2010 y 2014 de esta variable, es decir, 0,09% para cada año.

Con este análisis queremos decir que con este proyecto se mejorará la calidad de vida para el total de habitantes de la parroquia, por lo que contribuirá a disminuir el 0,09% del índice de pobreza por nivel de ingresos. Ver cuadro:

Tabla N°23. Proyección Índice de Necesidades Básicas

Año										
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
20.08	9.11	7.21	16.66	12.71	12.62	12.53	12.44	12.38	12.32	12.26
0.05	0.11	0.14	0.06							
Promedio período			0.09							

Fuente: INEC, 2014

Elaboración: Propia

Para ello, a continuación se especificará como se logrará a través de este proyecto reducir los niveles de pobreza por incremento de ingresos en la parroquia. El proyecto considera fortalecer las experticias y capacidades locales de hombres y mujeres productores/as, mediante la ejecución de talleres de capacitación específicos sobre temáticas vinculadas a procesos de producción, manejo pos cosecha, proceso de elaboración de pulpa de fruta, marketing y gestión comercial y servicios empresariales relacionados con los emprendimientos para el beneficio de 93 familias en forma directa.

Puesto que el proyecto busca producir y comercializar pulpa de chirimoya en el mercado interno, en la ciudad de Guayaquil inicialmente, es necesario definir la demanda:

Demanda

Población de referencia: La población de referencia demandante del proyecto, los constituyen el total de habitantes del cantón Guayaquil, es decir, 2'350.915 habitantes (proyección del INEC al 2010).

Población demandante potencial y efectiva: Como se analizó según la muestra obtenida y la aceptabilidad de este proyecto según la encuesta a los consumidores, la población demandante potencial lo constituyen el 15% de habitantes de la ciudad de Guayaquil que tienen como preferencia consumir bebidas naturales por diversos motivos, entre los que cuenta el cuidado de la salud. La población demandante potencial total, según el INEC es de 343.674 habitantes.

En los procesos económicos del proyecto, la viabilidad está asegurada por el despliegue de oportunidades económicas que se generan en las 93 familias beneficiarias, lo cual se manifiesta en el mejoramiento de las condiciones de vida de hombres y mujeres productores/as beneficiarias, a través de la generación de ingresos sostenidos y los beneficios colaterales en la dinamización del flujo de bienes y servicios en la subregión.

Con este proyecto, las 93 familias podrán generar autoempleo y mejorar su calidad de vida; con la replicación de emprendimientos complementarios, se irá gradualmente ampliando los beneficios y el impacto. Al generarse una dinámica comercial sostenida en el sector, existen posibilidades de poder en el futuro incursionar en otras actividades económicas.

Análisis comparativo, tendencia de la Viabilidad Financiera

Para el cálculo de la Viabilidad financiera del proyecto se ha estimado la inversión e ingresos anuales de las emprendimientos productivos de la población de chirimoyeros de Puná, beneficiarios directos, se ha tomado en cuenta las siguientes consideraciones:

- La época o temporada tradicional de cosecha de los cultivares de chirimoya de la parroquia Puná, la cual determina un flujo de comercialización estacional, entre los meses de Abril a Junio, periodo en que se realiza la compra venta de la fruta.
- La logística de gestión de compra venta de la fruta de chirimoya, realizada geográficamente entre la parroquia Puná y el mercado mayorista de la ciudad de Guayaquil, la cual determina un sistema de gestión en el principal mercado tradicional de Puná.
- La participación activa de la organización de productores chirimoyeros de Puná, cuya gestión para producir la fruta es de un aproximado de 4000 cajas de 75 Kg. De fruta de calidad, actualmente.

Primero, se va a realizar un análisis de la inversión requerida para el proyecto. Considerando que es un proyecto de enfoque social, se describirá las aportaciones de las instituciones involucradas para hacer realidad este proyecto.

Tabla N°24. Detalle subvención para la realización de actividades

Detalle	Subvención	Aporte de instituciones		
		Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Ministerio de Industrias y Productividad	Ministerio de Inclusión Económico y Social
Talleres de Capacitación	\$300,00	✓	✓	✓
Cruzada de Emprendimiento	\$400,00	✓	✓	✓
Adquisición de equipos y herramientas	\$30.800,00		✓	✓

Elaboración: Propia

Talleres de capacitación: Comprendido por 10 módulos. Los talleres de capacitación no tendrán costo, se los realizará a través de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, conjuntamente con las instituciones involucradas: Ministerio de inclusión Económico y Social y Ministerio de Industrias y Productividad. El traslado hacia la Cabecera Parroquial donde se dictarán los talleres, no tendrá costo puesto que se coordinará con las instituciones públicas como MIESS o Base Naval; sin embargo, se estima un costo de \$300 de movilización por precaución.

Cruzada de Emprendimiento: De igual manera se la coordinará conjuntamente con las instituciones involucradas en la ciudad de Guayaquil. El monto estimado es para el traslado de representantes de la Asociación y montaje de evento.

Equipo o Maquinaria: Se estima una inversión en equipo y maquinaria básica para que los productores empiecen con cantidades moderadas. Los bienes básicos como equipos, accesorios de riego, adecuación del local y herramientas de trabajo que se requieren para la

elaboración de pulpa de chirimoya tienen un valor aproximado de \$30.800,00. A continuación se describen los equipos:

Despulpadora con capacidad para 50/80 kg hora, completamente en acero inoxidable, eléctrico con motor, licuadora de 03/05 litros para tareas de homogenización, o de trituración de apoyo a la máquina para algunas frutas, con un costo aproximado de \$6.400.

El equipo desintegrador o de separación de la cáscara y semillas de la fruta para obtener la pulpa, con un costo aproximado de \$6.160; máquina de esterilización con un costo aproximado de \$3.800; tanque mezclador \$385; tanque de recepción \$423; máquina congeladora \$ 3500; 1 selladora y soldadora eléctrica de bolsas plásticas con temporizador \$4132 y adecuación del local o planta \$6.000 aproximadamente.

Tabla N.25 Equipos materiales y herramientas en la producción de pulpa

EQUIPOS	COSTO
Despulpadora, licuadora para homogenización	\$ 6.400,00
Equipo desintegrador	\$ 6.160,00
Máquina de esterilización	\$ 3.800,00
Tanque mezclador	\$ 385,00
Tanque de recepción	\$423,00
Máquina Congeladora	\$ 3.500,00
Selladora y soldadora electrica de bolsas plásticas con temporizados	\$ 4.132,00
Adecuación del local o planta	\$ 6.000,00
TOTAL	\$ 30.800,00

Fuente: Elaboración Propia

La coordinadora Zonal 8 del MIES, Peggy Ricaurte, refirió que mediante un convenio suscrito por \$ 132.676,24 con la Asociación 23 de Septiembre, se busca dotar de infraestructura productiva a los agricultores de Puná, a través de herramientas, maquinaria agrícola, transferencia de tecnologías en manejos de cultivos, la definición de un sistema

de comercialización acorde a las necesidades estacionarias de sus productos y un estudio que determine la factibilidad de aprovechar el agua para el sistema productivo.

Verificación de hipótesis

¿La elaboración y comercialización de la pulpa de chirimoya bajo la connotación de proyecto social, mejorará social y económicamente a los habitantes de la isla Puná, qué beneficios e impacto tendrá dentro de la sociedad?

El presente trabajo se llevó a cabo con el fin de ayudar a los habitantes de la isla puna a que puedan comercializar el producto a otros sectores de la costa y por medio de las encuestas se ha determinado la aceptación de los habitantes y consumidores respecto al manejo y elaboración de productos derivados de la fruta.

Como se ha podido demostrar en el sub capítulo anterior, el proyecto es viable tanto social y económicamente, puesto que pretende disminuir el índice de pobreza por nivel de ingresos mejorado, por lo que se puede verificar y responder a la hipótesis planteada en el presente proyecto.

CAPÍTULO IV.

PROPUESTA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Factibilidad Técnica:

El proyecto está enfocado al fortalecimiento de las capacidades técnicas para la producción y comercialización de pulpa de chirimoya. El programa propuesto es factible puesto que la metodología participativa que se propone, conlleva un dialogo entre todos los participantes e involucrados, partir de la experiencia y conocimientos previos de todos, la búsqueda de consensos y el análisis de cualquier aspecto, elemento o tema no como asunto aislado, sino en interrelación con otros elementos de una totalidad.

El proyecto en cada una de sus fases, aplicará normas técnicas y procedimientos idóneos para la máxima eficiencia en la gestión integral de los procesos productivos y sus instrumentos de aplicación, para ello se contarán con técnicos especialistas en cada una de las ramas propuestas, que conlleven a hacer realidad el emprendimiento.

La tecnología prevista para el actual proyecto de beneficio comunitario centrado en la producción primaria, de posproducción, de marketing y mercadeo asociativo, recoge normas técnicas específicas con estándares de implantación y recomendaciones técnicas idóneas para una eficiente gestión.

A través de la capacitación y monitoreo, apoyará la transferencia a las familias productoras de las técnicas de producción agroecológicas y de manejo integrado de los cultivos de chirimoya y el uso de técnicas de comunicación e información modernas para desarrollar eficientemente sus procesos de producción, marketing y comercialización.

El establecimiento de un sistema de comunicación, implica el uso de los actuales recursos tecnológicos con el propósito de contar con un sistema que permita precisión y

fiabilidad en los procesos de tabulación y organización de la información así como de almacenamiento de la misma.

Una de las limitantes para la dinamizar el flujo de bienes y servicios que permitan ampliar efectos colaterales dinamizadores de las economías locales es la “carencia colectiva” de conocimientos tecnológicos. Por ello el proyecto prevé un fuerte impulso al fortalecimiento de las capacidades técnicas locales que incorporen a la cultura productiva del recurso humano local, un enfoque de gestión empresarial que les permita superar la visión segmentada del productor hacia perspectivas ampliadas de empresarios con altos controles de calidad.

El proceso de fortalecimiento de las capacidades locales, y en general de la ejecución del proyecto, será acompañado técnicamente por estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, el cual propiciará la apropiación comunitaria de conocimientos y procedimientos sustentables de producción y gestión integral.

El enfoque de la propuesta del presente proyecto, se sustenta en varias perspectivas, considerando transversalizar una dimensión de equidad de género, la propuesta ecológica en los procesos productivos y la revalorización socio-cultural, enmarcadas en el enfoque de nueva ruralidad, por el complejo y dinámico entramado de relaciones multisectoriales que se impulsarán.

A partir de este enfoque se desarrollará de forma participativa un proceso comunitario para instituir una oferta agregada y diferenciada de la parroquia Puná, donde se potencien armónicamente los mecanismos sociorganizativos instituidos, los recursos y potencialidades naturales existentes, las iniciativas emprendedoras locales y un sistema productivo ecológico, integral e integrado de producción y comercialización.

Estos emprendimientos productivos están vinculados a la producción primaria, a procesos de pos cosecha, marketing y a la gestión comercial. La propuesta planteada hace

énfasis fundamentalmente sobre la base del uso racional de los recursos productivos y eco-culturales locales.

Si bien se incorpora equipos básicos y accesorios de riego, insumos agrícolas y herramientas de trabajo, así como mecanismos logísticos de marketing y gestión comercial, esta propuesta no conlleva la generación de dependencias tecnológicas, ni exclusiones en la operativización del proceso, más bien implica un mayor acceso a tecnologías limpias y fortalece la réplica autogestionaria de la experiencia, ampliando las libertades y posibilidades locales de incursión rentable en el flujo de bienes y servicios de la economía local.

Factibilidad Social:

El proyecto considera fortalecer las experticias y capacidades locales de hombres y mujeres productores/as, mediante la ejecución de talleres de capacitación específicos sobre temáticas vinculadas a procesos de producción primaria, manejo pos cosecha, marketing y gestión comercial y servicios empresariales relacionados con el emprendimiento propuesto de producción de pulpa de chirimoya a las 93 familias.

Factibilidad Ambiental:

El presente Proyecto tendrá un impacto ambiental positivo a nivel comunitario, debido a que su objetivo más importante consiste en mejorar las condiciones de vida de la población implicada. El mejoramiento del suelo, el uso de la tecnología agroecológica para los cultivos, permitirá renovar la fertilidad a la tierra y las familias tendrán acceso a alimentos seguros, y que niños, niñas, y las familias gocen de una vida más digna. En el proceso productivo no se producirá destrucción de la vegetación arbustiva o áreas forestales de las comunidades.

Como todo proyecto implica riesgos, en el aspecto de medio ambiente una de las preocupaciones que surgen por factores climáticos, como los presentados por la incidencia

del fenómeno de El Niño, trastornan cualquier planificación o programación de trabajo, ya que sus efectos destructivos impactan directamente sobre los medios de producción, con serios resultados negativos.

Factibilidad Operacional:

Para hacer posible la ejecución del proyecto como un proyecto vinculante con la sociedad, se prevé contar por un lado con docentes y estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, para la coordinación del proyecto y para impartir talleres que requieren más de la enseñanza empírica de temas generales; por otro lado se prevé contar con técnicos especialistas en ciertos temas enseñanza de mejora de cultivos y procesos de producción.

Para el traslado hacia la Cabecera Parroquial se contará con el apoyo de instituciones para movilizar al equipo de trabajo.

Descripción de la propuesta

Propuesta de Fortalecimiento de Capacidades Técnicas:

La propuesta metodológica que llevará a cumplir con los objetivos deseados se presenta de la siguiente forma:

Para la implementación del modelo del Programa de capacitación, se ha considerado desarrollar alianzas con instituciones o individuos que compartan la misma ideología en diferentes aspectos, tales como: Ministerio de Inclusión Social y Ministerio de Industrias y Productividad.

Se propone que La Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil como parte de su programa de vinculación con la sociedad, conjuntamente con Ministerio de Inclusión Social y Ministerio de Industrias y Productividad, impartirán los talleres por un lado con técnicos especializados y docentes de la Universidad. Al finalizar el programa, se entregarán certificados de haber cumplido y aprobado el programa de emprendimiento y

fortalecimiento de la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya, con el aval de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y con el apoyo de las dos instituciones antes mencionadas.

Todo programa de estudio requiere del trabajo y dedicación de un equipo de profesionales capacitados y con experiencia en el área, para ello se ha considerado que este programa debe contar con los siguientes perfiles que harán posible la ejecución del mismo:

Director del Programa: La persona encargada en direccionar, hacer seguimiento y llevar un control del proceso y de los asistentes. Esta persona puede ser un estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, para que de continuidad al proyecto.

Equipo de Comunicación: Una persona que se encarguen de presentar a los docentes o técnicos invitados a cada uno de los talleres, de captar el momento y difundir en las redes sociales material fotográfico, entre otras actividades de comunicación que se requieran. Esta persona puede ser un estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, para que dé continuidad al proyecto.

Actividades

El programa está estructura por 10 módulos, se ejecutará con un intervalo de tiempo entre un módulo a otro cada 7 días, con una duración de 3 horas por cada taller. El programa en su totalidad tendrá una duración de 2 meses y 15 días, el mismo que tiene previsto iniciar a partir del mes de enero 2016.

Metodología de trabajo:

Como se mencionó anteriormente, se utilizará una metodología participativa y práctica propia de la capacitación en adultos, por lo que se realizarán una serie de actividades académicas que involucren a los participantes de tal manera que se construya el conocimiento y se genere aprendizaje.

El método a utilizar serán talleres, dictados por expertos nacionales y docentes de la Universidad. Los módulos temáticos que harán posible los objetivos planteados son los siguientes:

Taller de Mejoramiento y manejo de cultivos: Este taller tiene como objetivo fortalecer las capacidades técnicas en cuanto al manejo de cultivos, uso de fertilizados, cosecha, post cosecha y selección de la fruta.

Taller Proceso de producción de pulpa: Este taller tiene como objetivo desarrollar las capacidades técnica paso a paso para que los productores den un valor agregado adicional a la fruta ya conocida en el mercado, importancia en su brevedad de las cadenas de valor.

Taller de Gestión de la Calidad: El objetivo central sería identificar los posibles problemas enfatizando la calidad de los productos y proceso en los eslabones de la Cadena de Valor en la elaboración de la pulpa; así como también la importancia y responsabilidad de colocar un producto en el mercado de calidad.

Taller de emprendimiento y creación de negocios: Busca incentivar a la comunidad de aprovechar su potencialidad para crear un negocio digno y de calidad. El objetivo del taller es desarrollar habilidades para:

- ✓ Reconocer los problemas y las necesidades como fuentes de oportunidad, enfocándose en su entorno y el perfil de los potenciales clientes.
- ✓ Proponer y presentar ideas, considerando la innovación y el potencial de generar riqueza.
- ✓ Proponer y presentar ideas de negocio, manteniendo valores éticos y de responsabilidad social y el trabajo en equipo.

Taller de Liderazgo y equipos de trabajo: Con este taller se busca principalmente incentivar y crear metas comunes para la Asociación de productores de Chirimoya, generar

conciencia y responsabilidad de que este emprendimiento es para beneficio de todas y todos. El contenido del taller se enfocaría en lo siguiente:

- ✓ La comunicación interpersonal: hablar, oír y escuchar.
- ✓ Interacción humana en el trabajo.
- ✓ Desarrollo personal: apertura y retroalimentación
- ✓ Motivación de logro en el trabajo y sus consecuencias.
- ✓ Integración y proceso de desarrollo de un equipo eficaz.
- ✓ Compromisos personales y organizacionales.

Taller de Plan de Marketing: Este taller tiene como principal objetivo, desarrollar habilidades a los productores para identificar mercados y posicionar su producto en el mercado objetivo. Para ello, se dotará de conocimientos básicos como:

- ✓ Conceptos clave: segmentación y posicionamiento.
- ✓ Las cuatro variables del marketing (4P): el marketing mix.
- ✓ Plan de Marketing

En concreto, a la hora de centrarse en ese mencionado conjunto de 4Ps, el responsable correspondiente tendrá en cuenta los siguientes factores para poder lograr los resultados esperados:

- ✓ En lo que respecta al precio del producto, se deberán tener en cuenta los que presenta los de empresas similares que están en el mercado. De esta manera, se podrá dar con aquel que sea competitivo y que se convierta en un importante atractivo para “atrapar” al consumidor.
- ✓ La distribución del producto también es fundamental dentro de la cadena de acciones para lograr los resultados esperados. En este sentido, hay que resaltar que se tendrán en consideración aspectos tales como el almacenaje de aquel, los lugares de punto de venta o la relación existente con los intermediarios.

- ✓ De la misma manera, dentro de esta acción de marketing mix, también se prestará atención muy cuidadosa a una serie de aspectos que están relacionados directamente con el producto como sería el caso de la garantía.
- ✓ El cuarto pilar de cualquier campaña de marketing mix es el que gira en torno a la promoción. Esta fase es fundamental en cuanto a que el producto se dé a conocer, sea identificable en el mercado y sea capaz de generar una gran demanda en el consumidor final. Para lograr todo ello, dentro de esta área está claro que se deberán llevar a cabo acciones en materia de publicidad, relaciones públicas e incluso merchandising.

Taller de Gestión de Ventas: Se busca fortalecer las capacidades de comercialización para que los productores realicen directamente la gestión comercial con clientes tales como tiendas y supermercados y que no exista entre ellos intermediarios. Por tanto el contenido debe ir enfocado en:

- ✓ Qué debe conocer el vendedor: producto, cliente, técnicas de venta.
- ✓ Actitud profesional en la venta: saber escuchar, saber preguntar y saber obtener información. Identificar las necesidades del cliente.
- ✓ Técnicas de venta: presentación de los beneficios del producto; cierre de ventas; manejo de objeciones.

Taller de Formalización de la Asociatividad – Aspectos Legales: Este taller es importante puesto como sabremos, el proyecto está dirigido para la Asociación de Productores de Chirimoya conformado por 93 familias. Se considera necesario este taller puesto para que el presente proyecto funcione se requiere que la Asociación esté formalizada correctamente. Para ello se considera el siguiente contenido:

- ✓ Trámites necesarios para la formalización.
- ✓ Inscripciones ante organismos del Estado.

- ✓ Obligaciones laborales, civiles, tributarias.

Los dos módulos restantes, se considerarán como módulos totalmente prácticos sobre las técnicas de cultivo y el proceso de elaboración de pulpa de chirimoya.

Al finalizar los talleres programados, se realizará una cruzada de emprendimiento para dar a conocer el proyecto de Producción y Comercialización de Pulpa de Chirimoya por la Asociación de Productores de Chirimoya de la isla Puna, la misma que consiste en la presentación del producto final para cumplir con el ciclo de aprendizaje. Se pondrá a prueba con el mismo, la capacidad de liderazgo y el aprendizaje adquirido durante el programa de estudio.

Propuesta para la subvención de equipos y herramientas para la producción y comercialización de pulpa de chirimoya:

Si bien la propuesta del proyecto se ha enfocado con mayor importancia hacia el fortalecimiento de las capacidades técnicas de los productores, esta iniciativa se volvería en vano si no se da cumplimiento a la siguiente fase correspondiente a la adecuación de un centro con el equipo y herramientas necesarias para iniciar el mismo.

Como se había analizado en el capítulo anterior, el producto irá dirigido a la elaboración de pulpa de chirimoya en el mercado de Guayaquil, de primer nivel y a un precio competitivo.

A continuación se presenta el proceso de producción que será necesario desarrollar para la obtención de la pulpa de fruta que se desea comercializar, dicha información permitirá entender los procesos más importantes y los requerimientos básicos para montar una pequeña planta de producción de la pulpa. Por tal motivo se presentan los siguientes procesos:

- ✓ Recepción de las frutas
- ✓ Elevado
- ✓ Lavado
- ✓ Selección
- ✓ Escaldado de la fruta
- ✓ Despulpado
- ✓ Esterilización
- ✓ Control de calidad
- ✓ Empaque y embalaje
- ✓ Almacenamiento y distribución.

Flujograma del proceso y sus equipamientos de fabricación

La Recepción de los frutos, materia prima. Aquí es necesario contar con 1 balanza para pesaje de la fruta en cajas, recomendable una de 250 kg. Una área de 02/03 metros². Personal equipado y material de control, plaquetas, pizarras etc. 01 pequeño armario para archivos.

Preparación de los Frutos al Proceso de Fabricación de Pulpas: Área de Pre-lavado y Lavado: Personal equipado con gorras, botas, guantes, delantal impermeable, escobas manuales, etc. Equipo 1 lavador con sistema para inmersión y lavado de los frutos. El proyecto creó un lavador de 3 piletas con duchas individuales que permite estas tareas con óptimos resultados de higienización y sanitación. Es necesario 2 baldes de plásticos de 50 lts para inmersión y apoyo al lavador a fin de aumentar la producción, 1 mueble metálico para todo los utensilios. Un área de 4/4.5 metros para 02/03operadores

Área de Cortes y Descasques: Personal equipado completo, sin contacto directo con los frutos, sala con paredes lisas y azulejada, piso liso y lavable con desagües, aireada y

ventilación protegida por telas anti mosquitos, las cuales deben ser ampliadas a toda la instalación de la unidad de producción.

Lavamanos, 3 tablas de corte de poliuretano duro, cuchillas 2 grandes y 2 pequeñas para cortes de limpieza, 2 descorazonadores, 2 descascadores de cabezal móvil y manual, bandejas de plástico blancas 3 de borda alta 1 borda baja, 1 recipiente esterilizado para cáscaras sanitadas y para almacenar, 1 para residuos, 1 molino común para molienda de frutos duros, zanahorias, remolachas, etc. Área necesaria 03/04metros².

Área de Escaldado, 1 cocinilla semi industrial para calentar agua con olla esmaltada, o acero inoxidable de 15/20 lts, cesto en acero inox. o cromada, para inmersión de los frutos, (menor que la olla), la opción por vapor en baño maría es más aconsejable, 1 recipiente para agua fría con hielo para enfriar los frutos. No son todas las frutas que necesariamente se deben escaldar.

Área de Despulpado; Sector protegido y área de desagüe para el lavado de la máquina, antes y después de cada día de operaciones, 1 operador equipado y protegido del contacto con la pulpa, pisos y paredes lisas lavables y azulejadas, separador de sección o biombo con mampara lavable, área totalmente a séptica.

Área de Envasar y Sellar las pulpas; área con bancada para 2 operadores, con 1 armario metálico para insumos y accesorios, 2 enchufes de corriente eléctrica, 2 embudos para apoyo al llenado y jarras de 01/02 litro con graduación.

Equipos y maquinas: 1 tanque dosificador de 15/20 litros con una canilla y pico dosificador, todo en acero inoxidable, 1 selladora y soldadora eléctrica de bolsas plásticas con temporizador, 30/40 cm. de área de sellado, 01 balanza electrónica para pesaje de 50 grs. a 05 kg. 01 marcador de fechas de validez para productos. Área necesaria para 02 operadores de 03/04metros².

Área de Congelamiento Rápido, es un sector contiguo al sellado y pesado de las bolsitas de pulpas, que deberán ser inmediatamente dispuestas en el congelador rápido y acomodadas para su congelamiento, el cual debe alcanzar su punto de congelamiento total de las pulpas dentro de un tiempo máximo de 6/8hrs.

Área de Almacenamiento Congelado, una vez alcanzado el punto de congelamientos en la etapa anterior, debe ser acomodada en esta área para su almacenamiento, para esperar el momento de su expedición de las pulpas para su venta y transporte al punto de comercialización.

Expedición y transporte: es necesario cajas de isopor o cajas térmicas para el reparto y entrega de los productos, llevando en cuenta que su tiempo de exposición no debe ultrapasar 06 horas, y mantenidas en hielo con estos recipientes adecuados con aislamiento térmico.

Para iniciar se requiere principalmente de la despulpadora de fruta, equipo de mayor importancia de la operación de separación de la cáscara y semillas de la fruta para obtener la pulpa.

Máquina de Esterilización, la cual consiste en eliminar todos los residuos de cáscaras y semillas que se hallen en la pulpa.

Maquina licuadora de 03/05 litros para tareas de homogenización, recipientes exclusivos para recepción de pulpa, pulverizador manual para desinfección aérea.

Como se especificó en el capítulo anterior, se contará con el apoyo de las instituciones públicas para la subvención del equipo y material requerido.

Recursos, análisis financiero

Este proyecto es de connotación social, por lo que para hacer realidad el proyecto, se contará con el apoyo de los docentes y estudiantes comprometidos de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, se contará con el apoyo del Ministerio de Inclusión Económico y

Social y el Ministerio de Industrias y Productividad de la Zonal 5, ciudad de Guayaquil, para el traslado a la Cabecera Parroquial de la isla Puná y para contar con el equipo técnico capacitado para dictar ciertos talleres. Además, se contará con el respaldo de las dos instituciones para definir los procesos técnicos para que la Asociación de Productores de Chirimoya, cumplan todos los trámites requeridos para la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya.

Como se analizó en el capítulo anterior, solo se requiere financiar la maquinaria para la elaboración de la pulpa y adecuar uno de los centros de la Cabecera Parroquial, para lo cual se cuenta con el apoyo del Ministerio de Inclusión Económico y Social. Además, para empresarios interesados y futuros distribuidores, se realizará una invitación especial al evento de Cruzada de Emprendimiento para apoyar este proyecto.

Impacto

El presente Proyecto tendrá un impacto ambiental positivo a nivel comunitario, debido a que su objetivo más importante consiste en mejorar las condiciones de vida de la población implicada. El mejoramiento del suelo, el uso de la tecnología agroecológica para los cultivos, permitirá renovar la fertilidad a la tierra y las familias tendrán acceso a alimentos seguros, y que niños, niñas, y las familias gocen de una vida más digna. En el proceso productivo no se producirá destrucción de la vegetación arbustiva o áreas forestales de las comunidades.

Riesgos y presunciones:

Toda la inversión en el campo agropecuario conlleva grandes riesgos, debido a lo vulnerable que constituye este sector, debido a factores externos y no gobernables, que inciden directamente sobre su producción, y consecuentemente, sobre el desarrollo socioeconómico de las familias campesinas que viven directamente de esta actividad.

Factores climáticos, como los presentados por la incidencia del fenómeno de El Niño, trastornan cualquier planificación o programación de trabajo, ya que sus efectos destructivos impactan directamente sobre los medios de producción, con serios resultados negativos, como los que hoy observamos, principalmente en el Litoral Ecuatoriano.

El exceso de lluvias, así como las sequías que cíclicamente se presentan en el país, constituyen grandes riesgos en el éxito del proyecto; razón por la cual, se tomarán las precauciones necesarias para evitar pérdidas desastrosas en el área productiva, como la de sembrar en sectores no inundables y la de proveerse de bombas de riego, en época de sequías.

Otros factores que inciden sobre el desarrollo del presente proyecto, puede ser potencialmente la comercialización tradicional de la producción de chirimoya, en el que los productores de Puná caen con facilidad en manos de los intermediarios; quienes se aprovechan de los esfuerzos y los sacrificios de las familias productoras. Situación que será asumida por el proyecto, a través del establecimiento de un sistema de comercialización comunitario, donde se desplegará el protagonismo de la organización de productores de chirimoya para gestionar la comercialización de sus productos y la mejora de los ingresos familiares de sus agremiados.

Con el presente proyecto se promoverá la coordinación interinstitucional para la concertación de acciones sinérgicas entre el conjunto de la institucionalidad pública y privada vinculada al proceso productivo y de comercialización de las áreas rurales para promover colectivamente la gestión integral del proyecto, tanto a nivel de coparticipación en la inversión para el desarrollo, como a nivel de la gestión de mecanismos de promoción y marketing de la oferta agrícola del territorio, organizándose para lograrlo redes de inter cooperación.

Se promoverá en el proceso de implementación del proyecto el fortalecimiento y la generación de capacidades técnicas en el recurso humano local, promoviendo la apropiación comunitaria de los procedimientos de gestión empresarial, servicios integrales de atención al cliente, la promoción y gestión comercial de la oferta de chirimoya del territorio de Puná.

Para institucionalizar espacios de construcción colectiva y apropiación comunitaria del proyecto se operativizarán los siguientes procedimientos:

- ✓ Conformación de una instancia de cogestión del proyecto por parte de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos 23 de Septiembre, para participar activamente de forma directa en los procesos de gestión comercial de la chirimoya de los productores agremiados de Puná.
- ✓ Acompañamiento técnico permanente a los procesos de comercialización para instituir y fortalecer la experiencia.
- ✓ Asambleas permanentes de planificación de la organización campesina
- ✓ Una evaluación interna participativa mensual del proceso

Factibilidad económica del proyecto

Flujo de caja del proyecto

Sobre los gastos brutos totales relacionados a la materia prima y costos directos de la producción y comercialización de pulpa de chirimoya, tenemos un aproximado:

La proyección de costos directos así como los ingresos se obtienen del total que producen los 93 productores que conforman la Asociación de Productores de Chirimoya, comprendido el período de tiempo de abril a junio, es decir, 4000 cajas de 15 Kg. De chirimoya de calidad para cada caja actualmente.

Se ha estimado que los gastos brutos totales del sistema de comercialización impulsado con el proyecto, están proyectados sobre un cálculo aproximado de 4.000 cajas de 15 kg

chirimoya, obtenidas durante el período total de cosecha entre los meses de abril a junio. Si consideramos prudente producir de cada caja recolectada, 300 fundas de 500 g., vamos a tener en total de producción 1200.000,00

El precio promedio considerado de cada funda de pulpa de chirimoya de 500 g. pagadas al productor para el cálculo de los gastos es de 0,50 dólares, en función de la fluctuación de precios bajos y altos, considerando los costos de producción, se estima gastos totales de 600.000,00 dólares. Además, gastos de personal, servicios básicos y logísticos se estiman dentro del detalle de costos.

En la gestión de comercialización de la producción de pulpa de chirimoya de Puná se considera un precio promedio de 0,80 centavos de dólar por cada funda de 500 g. al cliente distribuidor, en el cual se incluyen los costos de comercialización. Se estima unos ingresos brutos totales de 960.000,00 dólares.

Para determinar la factibilidad del proyecto, se consideró necesario realizar una proyección del mismo considerando como vida útil un período no menor a 5 años. Con esta información, más el detalle de ingresos, egresos y tomando como punto de partida que es un proyecto social, la inversión correría por cuenta de las instituciones públicas; sin embargo, se lo considerará en el detalle para obtener el VAN y TIR del proyecto, con una tasa de descuento utilizada del 12% que es la tasa que rige según Banco Central del Ecuador.

Económicamente el presente proyecto desde el primer período anual genera ingresos superiores con relación a los gastos, siendo positivo el flujo neto desde el primer período anual, con una relación costo beneficio de 390.793,91 en VAN y una TIR de 132%, lo cual es una garantía de sostenibilidad, considerando que el proyecto es social.

Tabla N°26. Flujo de Caja del Proyecto

Detalle	2015	2016	2017	2018	2019	2020
total Ingresos		960.000	1.017.600	1.078.656	1.143.375	1.211.977
Materia Prima		80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Personal		180.000	189.000	198.450	208.373	218.791
Embalaje		200.000	210.000	220.500	231.525	243.101
Empaque y etiqueta		100.000	105.000	110.250	115.763	121.551
Mantenimiento de plata		60.000	63.000	66.150	69.458	72.930
Trasporte		300.000	315.000	330.750	347.288	364.652
Servicios Básicos		7.000	7.350	7.718	8.103	8.509
Total Egresos		927.000	973.350	1.022.018	1.073.118	1.126.774
Inversión inicial						
Total General	-30800	33.000	44.250	56.639	70.257	85.203
Van	\$390.793,91					
TIR	132%					

Elaboración Propia

La inversión socioeconómica que aportará el proyecto demuestra ser sostenible y permitirá en el transcurso de su vida útil capitalizar recursos para posteriores ampliaciones y mejoras; el apoyo externo para dotar de materiales, equipos, acompañamiento técnico y capacitación a la población de la parroquia Puná, tiene un efecto multiplicador en la población puneña, de manera que el bien conseguido pasa a ser parte de los comportamientos sociales y de los derechos de la población.

Este apropiamiento social y cultural del servicio que brinda el proyecto hace que la comunidad defienda y busque mantener el sistema de producción y comercialización de pulpa chirimoya sin la necesidad de la presencia permanente de ayuda externa.

Metodológicamente el proyecto promoverá la participación proactiva y dinámica de las organizaciones campesinas locales, a fin de instituir en el territorio de intervención del proyecto, mecanismos de autorregulación, control social y participación, aspectos estratégicos que se incorporarán transversalmente al proceso integral de gestión participativa del presente proyecto.

De esta manera se optimizará el uso y cuidado de los bienes incorporados con el proyecto una vez que éste haya finalizado, generando perspectivas de sostenibilidad de las acciones proyectadas.

Para asegurar la continuidad sostenida del proyecto, durante su ejecución se impulsará la apropiación comunitaria de los procesos integrales generados con el proyecto por parte de la organización campesina de chirimoyeros y productores.

Con ello se busca formar un recurso humano local con capacidades técnicas de producción sustentable y de gestión administrativa gerencial, que se constituya en la base para dinamizar sostenidamente el flujo de bienes y servicios del territorio comunero, con perspectiva de rentabilidad, equidad y respeto del entorno natural y sociocultural.

PLAN COMERCIAL

El plan comercial tiene como principal objetivo analizar la estrategia de ingreso de mercado para cumplir con las metas de venta proyectadas.

En este sentido, como se ha analizará más adelante, se estima a corto plazo, la comercialización de 1.200.000 fundas de 500 gramos de pulpa de fruta dentro del periodo de tiempo de 6 meses, iniciando desde el mes de abril, mes en que se inicia la cosecha de la fruta. El cálculo obtenido se debe a que normalmente los productores cosechan aproximadamente 4.000 cajas de frutas de calidad, con lo que se estima que de cada caja se logre obtener 300 fundas de 500 gramos de pulpa.

A largo plazo, se estima que con las capacitaciones que reciban los productores, la motivación brindada por parte de las instituciones que participen en el presente proyecto y de la participación de más punaes, se mejore el proceso de cultivo de fruta y se obtenga al menos un 10% a partir del tercer o quinto año. Con esto, se podría mejorar incluso en la adquisición de más equipamiento para ampliar la línea de producción.

Para ello, siempre y cuando se llegue a un acuerdo o política de venta con los potenciales clientes, es decir, definiendo una política de precios y línea de crédito.

La política de precios: Se considerará como precio base de USD 0,80 ctvos. A partir de la venta de más de 5.000 unidades de 500 gramos; a partir de esto, se podría disminuir a favor del cliente, USD 0,01 ctvos. Por producto.

Línea de crédito: La fecha máxima de pago será de 5 días contra entrega del producto, considerando que el cliente realice depósito, transferencia o cancele mediante cheque de la empresa, la cancelación total del producto.

Distribución y entrega del producto: El responsable designado por la Asociación de productores y comercializadores de pulpa de chirimoya, será la persona encargada de la entrega del producto en el lugar destino que el cliente especifique. Para ello, dentro del proceso de producción, se considerará el valor de transporte contando desde la salida en bote de la Cabecera Parroquial de la Isla Puná hasta el lugar de destino.

Se estiman ventas anuales de 4.000 cajas de producto, cada caja tienen una capacidad de 300 fundas de 500 gramos de pulpa de chirimoya, se contratará a una empresa que nos colabore con el flete del producto desde la plata hasta el destino final fijado por el cliente (supermercado y/o tiendas), el costo por cada envío de 125 cajas (37.500 unidades de producto de pulpa de fruta de chirimoya será de \$9.375,00.

Objetivos de ventas

Cualitativos

Entre los objetivos que se fija en el proyecto para conseguir un mejor posicionamiento e imagen en el mercado podemos anotar los siguientes puntos, los resultados económicos se ven a medio y largo plazo.

- ✓ Captación de nuevos clientes.
- ✓ Conseguir mayor cobertura territorial.
- ✓ Fidelizar cartera de clientes.

Cuantitativos

Son aquellos objetivos en los que se fija para obtener unos mejores resultados económicos,

Se pretende que se cumplan a corto plazo, entre ellos anotamos:(Ver detalle en tabla 28)

- ✓ Previsión de ventas
- ✓ Previsión de ventas por zonas geográficas (cantones, parroquias)
- ✓ Previsión de ventas por vendedores.
- ✓ Número de visitas.
- ✓ Número de pedidos.

Previsión de ventas por zonas geográficas

Es importante tener claro nuestro segmento de mercado, definir zonas o grupo de zonas geográficas, hacer un mapeo completo de los sectores involucrados a comercializar el producto para prospectar clientes en supermercados o tiendas. 25 vendedores, cada uno atenderá un zona y harán 15 visitas al mes.

Tabla N.28 Cantones y Cabeceras cantonales de la provincia del Guayas

Cantón	Cabecera cantonal	Numero de cajas a comercializar	Unidades de producto por el total de caja por sector
Guayaquil	Guayaquil	465	139.500
Alfredo Baquerizo Moreno	Alfredo Baquerizo Moreno	50	15.000
Balao	Balao	30	9.000
Balzar	Balzar	30	9.000
Colimes	Colimes	30	9.000
Daule	Daule	50	15.000
El Empalme	Velasco Ibarra	50	15.000
El Triunfo	El Triunfo	80	24.000
Durán	Eloy Alfaro	85	25.500
General Antonio Elizalde	General Antonio Elizalde	30	9.000
Playas	General Villamil	300	90.000
Isidro Ayora	Isidro Ayora	25	7.500
Lomas de Sargentillo	Lomas de Sargentillo	25	7.500
Marcelino Maridueña	Marcelino Maridueña	25	7.500
Milagro	Milagro	450	135.000
Naranjal	Naranjal	470	141.000
Naranjito	Naranjito	300	90.000
Nobol	Narcisa de Jesús	300	90.000
Palestina	Palestina	345	103.500
Pedro Carbo	Pedro Carbo	40	12.000
Salitre	Salitre	200	60.000
Samborondón	Samborondón	200	60.000
Santa Lucía	Santa Lucía	100	30.000
Simón Bolívar	Simón Bolívar	160	48.000
Yaguachi	Yaguachi	160	48.000
	TOTAL	4.000	1.200.000

Fuente: Elaboración propia

Nota:

Se estima comercializar en las áreas ante mencionadas el valor de cada funda de 500 gr. de pulpa de fruta es de 0,80 siendo la de cada caja que contendrá 300 unidades el valor de \$ 240,00 de pulpa de fruta de chirimoya en el período de un año.

Pronóstico de ventas anuales

Tabla N. 29 Pronostico de ventas anuales hasta el periodo 2020

Detalle	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total Ingresos		960.000	1.008.000	1.056.000	1.104.000	1.152.000

Fuente: Elaboración propia

Se estima poder comercializar en el periodo de uno a cinco años a partir del año 2016, 300 fundas de 500 gramos para los años siguientes se ha considerado un incremento del 5% consecutivamente.

PRESUPUESTO DE VENTAS 2016

Tabla N. 30 Presupuesto de ventas 2016

Cantidad Vendida (Caja)	Precio por caja	Venta Total Anual	Costo Unitario	Costo Total	Margen
4.000	240	960.000	0,80	600.000	37,50%

Fuente: Elaboración propia

Fórmula para el cálculo del margen

$$\text{Margen \%} = \frac{\text{Precio de venta} - \text{Costo de venta}}{\text{Precio de Venta}} \times 100$$

$$\text{Margen \%} = \frac{0.80-0.50}{0.80} \times 100$$

$$\text{Margen} = 37,5\%$$

Análisis del entorno interno y externo.

Entorno Externo

Entre los factores externos que condicionarían el desempeño del presente proyecto podríamos considerar tanto en sus aspectos positivos como negativos entre las áreas más relevantes a los factores económicos, sociales y políticos, la evolución, crecimiento y desarrollo del mercado en provincia del guayas.

Con respecto a factores relacionados con el mercado objetivo podemos anotar el cambio de las expectativas y percepciones de los usuarios. Actualmente en el país se encuentran algunas empresas proveedoras de concentrado de frutas sin embargo hay una demanda de mercado que se encuentra insatisfecha y es la que se pretende dar atención.

Factores Internos

Si hacemos un análisis de los factores internos podríamos obtener una posible evaluación del desempeño e identificación de las fortalezas y debilidades como lo sería el recurso humano, la cultura organizacional, los procesos y las tecnologías disponibles.

Si bien actualmente en la asociación de agricultores de la Isla Puna no se dispone de tecnologías para funciones específicas por parte de las 93 familias que componen dicha asociación se puede encontrar un compromiso por mejorar su situación socioeconómica y estarían dispuestos a mejorar sus procesos.

Estrategia del Producto

Marca

El nombre comercial de la empresa, en la cual sea representativo de los productos que se ofrecen a los clientes con una identidad propia

Puná Fruit

Fuente: Elaboración propia

Logo

La imagen que usaremos en la publicidad para que las personas puedan identificar el producto, donde se demuestra el dinamismo, confianza y respaldo.



Empaque

El producto es empacado en una funda de polietileno en presentación de 500 gramos donde da protección al producto y sirve para incentivar el deseo de compra.

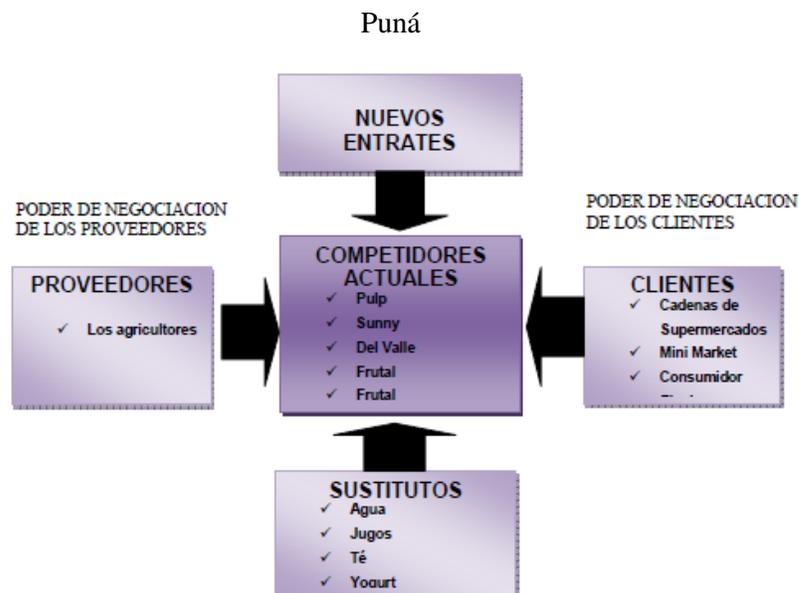


Fuente: Elaboración propia

Estrategia de corto plazo

Para definir el plan comercial de introducción de la pulpa de chirimoya a corto plazo, es necesario tomar como punto de partida un análisis de las cinco Fuerzas de Porter, con este análisis podemos definir las estrategias a implementar, es decir, identificar para la empresa sus objetivos y recursos dados por las fuerzas de Porter para ser más competitivo.

Gráfico N°23. Análisis de Porter para la Asociación de Productores de Chirimoya de la Isla



Fuente: Chóez, Hinojosa y Valdivieso, 2010

Análisis de competidores actuales

Como podemos observar en la Figura N°27 tenemos competidores de empresas ya reconocidas en el mercado tales como Pulp, Suney, Del Valle, entre otros que comercializan pulpa de frutas tradicionales. La ventaja competitiva de este producto es que se convertiría el primer producto de pulpa de fruta no tradicional, elaborado por los mismos productores de la isla Puná.

Se ha analizado el comportamiento de los mercados y de los consumidores a través del estudio de mercado, por tanto tendría la acogida a beneficio de los productores en todos los sentidos.

Mediante la capacitación que se realizará a los productores de la fruta, se logrará fidelizar a los clientes de forma que se apunte a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad).

Poder de negociación de los proveedores

En esta situación encontramos que los mismos productores son quienes van a producir y comercializar pulpa de chirimoya, por lo que no será necesario llegar a acuerdos pues es la misma materia prima que ellos cosechan para producir la pulpa de fruta.

Poder de negociación de los compradores

Con respecto a los potenciales clientes, existe una ventaja competitiva en todos los sentidos, ya que se cuenta con el apoyo de Instituciones Públicas que apoyarán la promoción y difusión de este nuevo producto elaborado por y para el beneficio de la Comunidad de la Parroquia Puná, por ser un producto diferenciador al ser elaborado a partir de una fruta no tradicional, a un precio competitivo y de buena calidad.

Amenazas de ingreso de productos sustitutos

El producto es nuevo y tiene propiedades diferenciadoras que lo hacen único, la pulpa de chirimoya se consume en jugo. Los productos sustitutos serían los jugos de cualquier marca, agua y té específicamente.

La amenaza consistiría en que al ser un producto estacionario, es decir, tiempo de producción de abril a mayo y su tiempo de conserva como pulpa de fruta congelada, aproximadamente 5 meses; la producción y comercialización se estimaría entre abril y septiembre, por lo que el resto del tiempo se da pie para que los consumidores opten por otra pulpa de frutas.

Marketing Mix

Con respecto a las 4Ps de Marketing, tenemos que el responsable correspondiente tendrá en cuenta los siguientes factores para poder lograr los resultados esperados a corto plazo para introducir el producto en el mercado:

Producto:

La chirimoya es actualmente como producto élite. Fruto altamente nutritivo y de sabor agradable, su consumo es muy adecuado para los niños, los deportistas y las mujeres embarazadas.

La pulpa de fruta de chirimoya está dirigida para el mercado interno de la ciudad de Guayaquil, específicamente para quienes prefieren consumir productos a base de pulpa de fruta natural.

Precio

El precio ha sido fijado considerando que es un producto introductorio al mercado y considerando únicamente los costos de producción, no se incluye el recuperar inversión puesto que es un proyecto social. Por tanto, el precio es a corto plazo a USD 0,80 ctvos. Para cadenas distribuidoras como tiendas y comisariatos.

Plaza

El producto será comercializado en la ciudad de Guayaquil, a través de cadenas de supermercados en un corto plazo, en un largo plazo se pueden incluir hoteles.

Promoción

El proyecto se promocionará inicialmente con la difusión que se realice a través de las instituciones Públicas involucradas, para ello se realizará una feria que los potenciales clientes conozcan y degusten el producto.

Estrategia a largo plazo

Se definirá la estrategia de las cinco fuerzas de Porter a partir del tercer o quinto año de vida del proyecto. Redefinir la estrategia de mercado, permitirá a los productores y comercializadores incrementar la producción y los canales de venta de este producto. Además, permitirá incluir otros productos en caso de ser necesario para ocupar el equipamiento durante el resto del año.

Cronograma

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, el proyecto está planteado para iniciar en el año 2016, considerando que el tiempo de cosecha de abril a junio, se implementaría desde enero 2016 con el apoyo de las instituciones antes mencionadas.

Tabla N° 31. Cronograma de Ejecución

No.	Descripción	Año de Ejecución: 2016											
		Enero				Febrero				Marzo			
	Actividades	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Taller de mejoramiento y manejo de cultivos	■											
2	Taller Proceso de producción de pulpa		■										
3	Taller de Gestión de la Calidad			■									
4	Taller de emprendimiento y creación de negocios				■								
5	Taller de Liderazgo y equipos de trabajo					■							
6	Taller de Plan de Marketing						■						
7	Taller de Gestión de Ventas							■					
8	Taller de Formalización de la Asociatividad - Aspectos Legales								■				
9	Prácticas - Taller I									■			
10	Prácticas - Taller II										■		
11	Cruzada de Emprendimiento											■	
12	Coordinación con Ministerio de Industria y Productividad, y Ministerio de Inclusión Económico y Social	■	■										
13	Gestión para la adquisición de maquinaria para elaboración de pulpa de chirimoya (Sector Público, Sector Empresarial u ONG).			■	■	■	■	■	■				
14	Gestión de las Instituciones Públicas para Cruzada de emprendimiento.							■	■	■			
15	Invitación a la Cruzada de Emprendimiento a potenciales clientes							■	■	■			
16	Puesta en marcha del Proyecto											■	■

Elaboración: Propia

Lineamiento para evaluar la propuesta

A continuación se presentan los parámetros para evaluar la propuesta planteada, considerando el programa de capacitación:

- ✓ El programa cumple con los objetivos planteados.
- ✓ La metodología es novedosa, responde a los actuales estándares de alta calidad de su disciplina.
- ✓ Proyecto bien diseñado en beneficio de los habitantes de la isla Puná.
- ✓ El proyecto contribuye al conocimiento técnico y social para los productores de chirimoya.

CONCLUSIONES

La presente tesis tuvo como objetivo demostrar que la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya de la isla puná para el mercado interno provincia del guayas seria de aporte importante para sus habitantes mediante la transferencia de conocimientos en talleres en los cuales no solo se manejaron temas de cultivos y riegos sino también de comercialización y ventas determinando a un segmento de mercado que aún no ha sido atendido y al producir el producto en mención satisfacemos las necesidades del mercado interno (provincia del Guayas) y a su vez generará un aporte importante a los habitantes de la parroquia Puná mejorando sus niveles de vida.

Como conclusión, podemos aseverar que con la realización de los diferentes estudios y casos presentados se ha permitido dar respuesta concreta a las diferentes dudas concernientes a este proyecto de investigación; el cual hemos demostrado que es viable.

En una parte importante se precisa a la Isla Puná, como el lugar estratégico y primordial para la ubicación del centro de acopio, en donde podremos aprovechar eficaz y eficientemente los factores de producción teniendo un impacto ambiental positivo.

La finalidad es promover el emprendimiento y la reactivación productiva mediante el fortalecimiento de las capacidades técnicas y de gestión impulsando la producción y comercialización de la pulpa de chirimoya en beneficio de los habitantes de la Isla Puna.

Es importante conocer la viabilidad del proyecto, lo cual demuestra que al ponerlo en marcha conllevara a ingresos y márgenes positivos para 93 familias y demás personas que trabajarían en la elaboración y comercialización de la pulpa de chirimoya en el mercado

interno provincia del Guayas, la disminución de la pobreza en esta parroquia es un gran aporte que el proyecto brinda a su habitantes.

En los talleres de capacitación para los agricultores de la Isla Puná conocerán y adquirirán conocimientos los cuales les podrán servir en el caso de que quisieran emprender negocios relacionados con la elaboración de pulpa en otros frutos teniendo en cuenta que Puna es un sector agropecuario y sus tierras son fértiles y su clima es favorable para los sembríos, la constante motivación por parte de la asociación en mejoras de calidad de vida para sus familias es importante para incentivar proyectos en esta región del país además de ser una sitio atractivo y turístico.

Los diferentes estudios nos indicaron la aceptación del producto, siendo así la percepción de posibles consumidores el interés por probar una pulpa de fruta diferente ofrecida actualmente en el mercado nacional.

En consecuencia, esto conllevara a mejores ingresos familiares y una mejor calidad de vida para la comunidad. Por eso se ha planteado la implementación del modelo del programa de capacitación y se ha considerado desarrollar alianzas con instituciones o individuos que compartan la misma ideología y visión.

RECOMENDACIONES

Dentro de un proyecto como lo fue este, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo, por lo tanto se recomienda a futuros tesisistas que tengan interés en proyectos con enfoque social tener en cuenta el lugar objeto de estudio, tipo de población y preferencias de los consumidores.

Se desea recomendar evaluar y determinar más personas o empresas que puedan involucrarse directa o indirectamente en el aporte del proyecto.

Se recomienda hacer un estudio de mercado para la elaboración de productos derivados de la fruta como por ejemplo mermeladas, jarabes para cocteles, papillas entre otros.

Se recomienda que se exploren mercados internacionales para tener en cuenta expandir la comercialización del producto hacia esos mercados.

Se recomienda efectuar estudios de alianzas estratégicas con la municipalidad del cantón o parroquias o programas de televisión nacionales para posicionar en el mercado este producto de origen nacional.

Teniendo en cuenta que la producción de este exótico fruto es estacional (abril a junio) se recomienda el estudio de oportunidades en otra variedad de fruta para aprovechar al máximo las maquinarias y equipos a invertir.

BIBLIOGRAFÍA

- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. (2006): “Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?”. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Pp: 1-22.
- ESPEITX, Elena (2004): “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular” en *Revista de Turismo y patrimonio Cultural*, Vol. 2, Universidad de Zaragoza, España. Disponible en <http://www.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>
- GUZMÁN V, A. y TRUJILLO D., M. (2008): “Emprendimiento Social-Revisión de literatura”, en *Estudios Gerenciales* 24, pp. 105-125.
- LORCA, Paula (2013): “Modelos de factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América latina: Estudio cualitativo”, Tesis, Santiago de Chile, Chile. Disponible en <http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112189/Lorca%20Mesina.pdf?sequence=1>
- Promo negocios (2007): Definición de investigación de mercados. Recuperado de <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>.
- FLACSO – MIPRO (2012): “Boletín mensual de análisis sectorial MIPYMES”, *Revista FLACSO – MIPRO*, Quito – Ecuador.
- C-CONDEM (2012): “Situación cultural y socioeconómica de la población que habita en zonas del ecosistema manglar”, C-CONDEM, Quito – Ecuador.
- CORPEI (2008): “Sondeo nacional de pulpas, mermeladas, y jaleas a base de frutas amazónicas”, Estudio, Quito, Ecuador.
- INEC (2015): “Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares Urbanos y Rurales 2010 – 2012”, Boletín, Quito, Ecuador.

- CATAPULTA (2011): “Cimientos de emprendimiento en el Ecuador”, Boletín, Quito, Ecuador.
- Curto (2012): “El emprendimiento social: estructura organizativa, retos y perspectivas de futuro”, IESE, Cuadernos de la Cátedra, N° 14.
- E – Análisis (2012): “El empleo indígena en el Ecuador, una mirada a su situación y estado de ánimo laboral”, Revista Coyuntural, Tercera Edición, Quito, Ecuador.
- Gutiérrez (2011): “Producción arroceras en la provincia del Guayas (2007 – 2010), Tesis, Guayaquil, Ecuador.
- BCE (2013): “Reporte Trimestral de mercado laboral urbano”, Boletín Banco Central del Ecuador”, Diciembre 2013, Quito, Ecuador.
- Choez, Hinojosa y Valdivieso (2010): “El empleo indígena en el Ecuador, una mirada a su situación y estado de ánimo laboral”, Tesis de Grado, Universidad ESPOL, Guayaquil, Ecuador.
- Banco Mundial (2015): “Oferta y Demanda de Servicios Industriales del Ecuador”, Servicio de Asesoramiento Reembolsable para el Ministerio de Industria y Productividad Del Gobierno de Ecuador, MIPRO, Quito, Ecuador.