



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TÍTULO DEL PROYECTO

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA POTENCIAR EL CULTIVO Y
COMERCIALIZACIÓN DEL ARAZÁ COMO ACTIVIDAD GENERADORA DE
INGRESOS DE LAS FAMILIAS DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL
GUAYAS; EN EL PERIODO 2014 -2015.

AUTORES:

PEÑAFIEL ALCIVAR PATRICIA LEONOR
SALAZAR CAMPOS KARINA IRENE

TUTOR: Ec. Rosa Espinoza Toalombo

MILAGRO, ABRIL 2014
ECUADOR

ACEPTACION DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado, por Karina Irene Salazar Campos y Patricia Leonor Peñafiel Alcívar, para optar al título de Economista que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 4 días del mes de Abril del 2014

EC. Rosa Espinoza Toalombo

Firma del tutor(a)

.....

DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Universidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 4 días del mes de Abril del 2014

Karina Irene Salazar Campos

Patricia Leonor Peñafiel Alcívar

Firma del egresado (a)

CI: 0921174413

Firma del egresado (a)

CI: 0929392272

CERTIFICACION DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economista otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALANTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Al momento que culmino una de mis metas propuestas, es cuando recuerdo aquellas ayudas recibidas, expresiones de amor y comprensión así como tantas voces de aliento; es por esto que dedico este triunfo:

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por guiar cada paso que he dado en mi vida.

A mis padres, por todo su apoyo, su amor, sus consejos y sobre todo por haber creído en mí.

Por último pero no menos importante dedico este proyecto a una persona muy especial en mi vida, que ha sabido brindarme su apoyo y su amor incondicional en todo momento.

Karina Salazar Campos.

Al terminar unos de nuestros proyectos tan laborioso y llenos de dificultades, es inevitable sentirse orgulloso y entonces empezamos a recordar por todos los sacrificios por lo que tuvimos que pasar es por eso que dedico mi meta.

A Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis queridos abuelitos, porque creyeron en mí y me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mí meta.

A mi madre Verónica por su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos más difíciles de mi vida a pesar de la distancia siempre estuviste conmigo.

A una persona muy especial que a pesar de todos los obstáculos siempre me inspiro con sus consejos, paciencia y comprensión.

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda.

Patricia Peñafiel Alcívar.

AGRADECIMIENTO

El resultado exitoso de este trabajo es fruto del esfuerzo de todas aquellas personas que me han ayudado de diferentes maneras.

Motivo por el cual doy mis más sinceros agradecimientos a la Ec. Rosita Espinoza, quien a lo largo de todo este tiempo ha sabido guiarme con sus conocimientos, experiencias, paciencia y sobre todo motivación para el desarrollo de este proyecto.

A los catedráticos de esta maravillosa Universidad que formaron parte de esta incursión del saber, aportando día a día con valores y conocimientos, y así prepararme para un futuro competitivo.

Karina Salazar Campos.

Han sido años de esfuerzos y sacrificios, cerrada esta etapa, me queda agradecer principalmente a Dios por permitirme llegar a esta instancia del camino.

A mis queridos abuelitos y mi madre por ser los co-autores de todo este proceso y porque gracias a su apoyo hice realidad mi sueño de estudiar una carrera que me llena de orgullo y refleja lo que tiene mi corazón.

A mi directora de tesis la EC. Rosa Espinoza por su esfuerzo y dedicación, quien con su experiencia, paciencia y motivación ha logrado que termine mis estudios con éxito.

A mi familia por darme el aliento necesario en los momentos difíciles de mi vida.

A esa persona especial por su paciencia y comprensión depositada en mí; y a mi querida amiga por su confianza y cariño.

Encomienda a Jehová tu camino, y confía en él; y el hará.

Patricia Peñafiel Alcívar

CESION DE DERECHOS DE AUTOR

Lcdo. Jaime Orozco Hernández, Msc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título DE Tercer Nivel, cuyo tema fue “DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA POTENCIAR EL CULTIVO Y COMERCIALIZACION DEL ARAZA COMO FUENTE GENERADORA DE INGRESOS PARA LAS FAMILIAS DEL CANTON SIMON BOLIVAR”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 4 días del mes de Abril del 2014

Karina Irene Salazar Campos

Patricia Leonor Peñafiel Alcívar

Firma del egresado (a)

CI: 0921174413

Firma del egresado (a)

CI: 0929392272

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACION DEL TUTOR.....	III
DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION.....	IV
CERTIFICACION DE LA DEFENSA.....	.V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
INDICE GENERAL.....	VIII
INDICE DE CUADROS.....	XII
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCION.....	18
CAPITULO I.....	19
EL PROBLEMA.....	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.1.1 Problematización.....	19
1.1.2 Delimitación del problema.....	20
1.1.3 Formulación del problema.....	20
1.1.4 Sistematización del problema.....	20
1.1.5 Determinación del tema.....	21
1.2 OBJETIVOS.....	21
1.2.1 Objetivo General.....	21
1.2.2 Objetivos Específicos.....	21
1.3 JUSTIFICACION.....	22
1.3.1 Justificación de la investigación.....	22
CAPITULO II.....	23
MARCO REFERENCIAL.....	23
2.1 MARCO TEORICO.....	23
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	23
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	26
2.1.3 Fundamentación.....	29

2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	53
2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES.....	55
2.3.1 Hipótesis General.....	55
2.3.2 Hipótesis particulares.....	56
2.3.3 Declaración de variables.....	56
2.3.4 Operacionalización de las variables.....	57
CAPITULO III.....	60
MARCO METODOLOGICO.....	60
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION.....	60
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	62
3.2.1 Características de la población.....	62
3.2.2 Delimitación de la población.....	62
3.2.3 Tipo de muestra.....	62
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	63
3.2.5 Proceso de selección.....	64
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	64
3.3.1 Métodos teóricos.....	64
3.3.2 Métodos empíricos.....	66
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	66
3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION.....	66
CAPITULO IV.....	68
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	68
4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	68
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION Y TENDENCIA.....	68
4.3 RESULTADOS DE DATOS ESTADISTICOS.....	73
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS.....	87
CAPITULO V	91
PROPUESTA	91
5.1 TEMA.....	91

5.2 FUNDAMENTACION.....	91
5.3 OBJETIVOS.....	94
5.3.1 Objetivo General de la propuesta.....	94
5.3.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	94
5.4 UBICACIÓN.....	95
5.5 FACTIBILIDAD.....	95
5.5.1 Recursos, Análisis Financiero.....	109
5.5.2 Impacto.....	109
5.5.3 Cronograma.....	110
5.5.4 Lineamientos para evaluar la propuesta.....	111
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES.....	112

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	Clasificación botánica del arazá.....	24
CUADRO 2	Composición de la mermelada de arazá.....	32
CUADRO 3	Épocas de producción de arazá en la Región Amazónica.....	35
CUADRO 4	Plagas que afectan el cultivo del arazá.....	36
CUADRO 5	Etapas del proceso de consumo.....	46
CUADRO 6	Declaración de variables.....	59
CUADRO 7	Operacionalización de variables de la hipótesis general.....	60
CUADRO 8	Operacionalización de variables de la hipótesis particular 1.....	61
CUADRO 9	Operacionalización de variables de la hipótesis particular 2.....	62
CUADRO 10	Operacionalización de variables de la hipótesis particular 3.....	63
CUADRO 11	Operacionalización de variables de la hipótesis particular 4.....	64
CUADRO 12	Empresas colombianas que utilizan el arazá como materia prima.....	65
CUADRO 13	El arazá como una forma de generar recursos.....	66
CUADRO 14	Disponibilidad de cultivo para el arazá.....	69
CUADRO 15	El arazá como emprendimiento.....	70
CUADRO 16	Medios de financiamiento como apoyo a la producción.....	72
CUADRO 17	Deficiente información difundida sobre los beneficios del arazá.....	80
CUADRO 18	Desconocimiento de los mercados que requieren arazá.....	81
CUADRO 19	Aceptación del arazá por parte de los consumidores.....	82
CUADRO 20	Cuadro de mando integral.....	84
CUADRO 21	Verificación de hipótesis general.....	85
CUADRO 22	Verificación de hipótesis particular 1.....	86
CUADRO 23	Verificación de hipótesis particular 2.....	87
CUADRO 24	Verificación de hipótesis particular 3.....	88
CUADRO 25	Verificación de hipótesis particular 4.....	89

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1	Mejoramiento de la economía familiar mediante el cultivo del arazá.....	24
GRAFICO 2	El arazá como una forma de generar recursos.....	32
GRAFICO 3	Disponibilidad de cultivo para el arazá.....	35
GRAFICO 4	Medios de financiamiento como apoyo a la producción.....	36
GRAFICO 5	El arazá como emprendimiento.....	46
GRAFICO 6	Deficiente información difundida sobre los beneficios del arazá.....	59
GRAFICO 7	Desconocimiento de los mercados que requieren arazá.....	60
GRAFICO 8	Desconocimiento del proceso productivo del arazá.....	61
GRAFICO 9	Están de acuerdo en producir arazá.....	62
GRAFICO 10	Bajo consumo de arazá en la región.....	63
GRAFICO 11	Desconocimiento de los beneficios del arazá.....	64
GRAFICO 12	Volumen de venta del arazá depende de la difusión de información de la fruta.....	65
GRAFICO 13	Existencia del arazá en los mercados de frutas.....	66
GRAFICO 14	Desconocimiento del proceso productivo del arazá.....	70
GRAFICO 15	Medios de financiamiento como apoyo a la producción.....	72
GRAFICO 16	Deficiente información difundida sobre los beneficios del arazá.....	80
GRAFICO 17	Desconocimiento del proceso productivo del arazá.....	81
GRAFICO 18	Están de acuerdo en producir arazá.....	82
GRAFICO 19	Desconocimiento de los beneficios del arazá.....	83
GRAFICO 20	Volumen de venta del arazá depende de la difusión de información de la fruta.....	84
GRAFICO 21	Existencia del arazá en los mercados de frutas.....	85
GRAFICO 22	Aceptación del arazá por parte de los consumidores.....	86

GRAFICO 23 Desconocimiento del proceso productivo del arazá.....	87
GRAFICO 24 Cinco fuerzas competitivas de Porter.....	89
GRAFICO 25 Análisis FODA.....	101
GRAFICO 26 Matriz MEFE.....	102
GRAFICO 27 Matriz MEFI.....	103
GRAFICO 28 Análisis de las estrategias FO-FA-DO-DA.....	104
GRAFICO 29 Matriz de perfil competitivo.....	106
GRAFICO 30 Costo de producción de mango.....	107
GRAFICO 31 Costo de producción de piña.....	108

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objeto estudiar la producción de la fruta llamada arazá en el Cantón Simón Bolívar, su utilización, sus bondades y el potencial que tiene de ser parte del mercado ecuatoriano en diversas formas.

Hemos fundamentado teóricamente el trabajo en el cual nos basamos en las bondades de la fruta así como en la utilización que se le da en otros mercados, esto ayuda a conseguir el objeto que se persigue el que es determinar si el arazá es potencialmente un producto al que se le pueda explotar sus atributos nutricionales y comerciales.

Se ha realizado una investigación de campo en la que se ha indagado la percepción de las personas hacia la fruta y de la misma forma que disponibilidad tienen de consumirla o de que forma verían la posibilidad de masificar la producción para que este producto pueda ser procesado por la industria y comercializado en los diversos mercados de la región y el país.

Como resultado de la investigación ha sido propuesto el diseño de un plan estratégico para posesionar al arazá tanto para su cultivo como para su consumo, comercialización y procesamiento industrial, plan que busca interesar tanto a agricultores como empresarios en la explotación del arazá y por consiguiente colaborar con el desarrollo de la región y cambio de la matriz productiva.

PALABRAS CLAVES: ARAZÁ, ORGANIZACIONAL, PLAN ESTRATEGICO, MISION VISION, ESTRATEGIAS, DISEÑO ORGANIZACIONAL.

ABSTRACT

The present research is to study the production of the fruit called arazá in Canton Simón Bolívar, its use, its benefits and the potential to be part of the Ecuadorian market in various forms.

The researchers have theoretically substantiated his work that have explored the benefits of the fruit under study as the use given to it in other markets , this helps to achieve the aim pursued is whether that is arazá potentially a product that you can exploit their nutritional and commercial attributes.

He has conducted research in the field has been investigated the perception of people towards the fruit and in the same way that they consuming or availability that would form the possibility of expanding production for this product can be processed by industry and sold in various markets of the region and the country.

As a result of the research has been proposed to design a strategic plan to Place the positive to arazá both cultivation to consumption , marketing and industrial processing plan that seeks to interest both farmers and entrepreneurs in exploiting arazá and therefore collaborate of the region with the development and change of the productive matrix .

KEYWORDS: ARAZA, ORGANIZATIONAL, STRATEGIC PLAN, MISSION VISION, STRATEGIES, ORGANIZATIONAL DESIGN

INTRODUCCIÓN

El cambio de la matriz productiva en nuestro país y la necesidad de hacer conciencia social y apostar a todo lo que produzca la tierra para lograr la sustentabilidad y sostenibilidad del planeta

El objetivo de un plan estratégico es lograr que las cosas pasen por medio de acciones ordenadas y dirigidas. El presente plan estratégico busca acercamientos a los agricultores y a los empresarios tanto industriales como comerciales para que se interesen en la comercialización y procesamiento del arazá.

Se está proponiendo una serie de acercamientos, reuniones, focus group, y demás estrategias que permitan llegar al público objetivo e interesarlos .en el desarrollo de negocios por medio de esta fruta poco conocida pero muy útil, los resultados esperados de esta propuesta son la decisión tanto de agricultores como de empresarios de cultivar y procesar la fruta para su comercialización como derivado o íntegramente como se la cosecha.

Será un proyecto de alto impacto, colaborará con el cambio de la matriz productiva, dinamizara la economía por medio de la creación de empleo además de ser una fuente de generación de ingresos para el estado por medio de la recaudación de los impuestos que se generen en el desarrollo del negocio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1 Problematización.

Simón Bolívar es por defecto un cantón netamente agrícola dedicado a la siembra y cosecha de diferentes productos de exportación como cacao, café y banano además productos que van a reforzar directamente los mercados ecuatorianos y que son elementos indispensables de la canasta básica como plátano, maíz, tomate, fréjol y demás hortalizas propias de la costa.

La agricultura no es explotada en su totalidad en este populoso sector quizás por falta de recursos económicos, puesto que la mayoría son tierras con árboles frutales de mango, naranja, fruta de pan entre otras que en ocasiones los dueños de las fincas prefieren que se pierda y solo en pocas cantidades son vendidas, por los bajos precios que cancelan los compradores al momento de la cosecha.

Entre los productos que se plantan en este populoso sector está la fruta del arazá, mismo que se cultiva dentro de los huertos familiares y la destinan únicamente para el consumo familiar debido a la falta de potencialización comercial de dicho producto.

Existe desconocimiento en las propiedades alimenticias de este fruto denominado también Guayaba que es propio de la amazonas, motivo por el cual no se consume en grandes cantidades o si lo ven no les llama la atención.

También juega un papel muy importante los deficientes medios de financiamiento por lo que las familias del cantón no cuentan con suficientes recursos económicos para su cultivo.

Si la comercialización del arazá llegara a potencializarse la economía de las familias que cultivan esta fruta podría tener un mejoramiento significativo ya que obtendrían un ingreso extra por la venta de dicha fruta.

Para lograr la potencialización comercial del arazá podemos diseñar y ejecutar estrategias, las mismas que permitan dar a conocer esta fruta en el mercado central, mini mercados y en general a todos los habitantes del cantón Simón Bolívar con el fin de que esta fruta pueda ser comercializada de manera potencial.

1.1.2 Delimitación del problema.

La incidencia del nivel de potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.

1.1.3 Formulación del problema.

¿Cómo incide la falta de potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas?

1.1.4 Sistematización del problema.

- ¿De qué manera incide los medios de financiamiento en los recursos económicos de las familias para la producción del arazá?
- ¿De qué manera influye el conocimiento de los beneficios del arazá en su volumen de venta?
- ¿De qué manera influye la falta de mercados en la comercialización del arazá?
- ¿Cómo influye el nivel de conocimiento de las familias sobre el proceso productivo del arazá en la producción de esta fruta?

1.1.5 Determinación del tema.

Estudio del nivel de potencialización comercial del arazá y su influencia en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 Objetivo General

Determinar de qué manera la potencialización comercial del arazá incide en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar, mediante herramientas de investigación para mejorar su nivel económico.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera incide la falta de medios de financiamiento en los recursos económicos de las familias del cantón Simón Bolívar destinados para la producción.
- Determinar de qué manera influye el nivel de conocimiento de los beneficios del arazá en su volumen de venta.
- Determinar cómo influye la falta de mercados en la potencialización comercial del arazá.
- Analizar cómo influye el nivel de conocimiento de las familias sobre el proceso productivo del arazá en la producción de esta fruta.

1.3 JUSTIFICACION

1.3.1 Justificación de la investigación.

En nuestro país la comercialización de frutas cítricas aporta en gran parte a la economía y al contar con la existencia de una fruta que se cultiva en distintas regiones de nuestro país, además de poseer grandes propiedades alimenticias y al no ser comercializada en los principales mercados del Ecuador, específicamente en el cantón Simón Bolívar estamos perdiendo la oportunidad de comercializar con frutas y productos totalmente naturales y beneficiosos para la salud humana; así como también le estamos negando al país la oportunidad de contribuir con su Producto Interno Bruto (PIB) para mejorar el desarrollo económico del mismo.

Debido a esta realidad hemos visto la necesidad de realizar un estudio en el cantón Simón Bolívar provincia del Guayas, el mismo que nos permitirá determinar de qué manera incide la potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón antes mencionado.

Este estudio podría llegar a ser de gran beneficio tanto para los comerciantes de frutas de la zona así como también para las familias que dentro de sus huertos cultivan el arazá en sus hogares, ya que la potencialización comercial de esta fruta contribuiría en el desarrollo sustentable familiar.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El arazá, es un árbol originario de la región amazónica occidental comprendida entre los ríos Marañón y Ucayali, también se la conoce como guayaba amazónica, su fruto es un cítrico de un aroma exquisito y un delicioso sabor, apto para producir jugos , mermeladas ,yogurt así como también para la producción industrial de pulpas congeladas.¹

Esta fruta se encuentra en estado silvestre solamente en la Amazonia Occidental, y es cultivada en los países de: Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia, Costa Rica y se adapta bien a suelos pobres y ácidos.

El sudoeste de la Amazonia es la región de mayor diversidad genética de arazá, siendo considerada como el probable centro de origen de la especie.

Abarca el Estado de Acre (Brasil) y el Departamento de Loreto (Perú), donde se ha verificado la existencia de grandes poblaciones espontaneas en el valle del rio Ucayali.²

La especie *Eugenia stipitata* fue clasificada en 1956 por R. McVaugh, quien tuvo algunas dudas en cuanto a la posición sistemática de la especie dentro del género. Considerando que las semillas poseían una estructura eugenoide, sin embargo, eran relativamente más numerosas de lo que comúnmente se encuentra en la sub-categoría *Eugeninae*.

¹*Notas Preliminares Sobre el Arazá (Eugenia Stipitata) Frutal Nativo de la amazonía Peruana.* (2011). Lima: IICA

²Asistencia Agroempresarial Agribusiness. (2012). *Manual técnico del cultivo del araza.* Quito: AAA S.A.

La clasificación botánica establecida fue la siguiente:

Cuadro 1. Clasificación botánica del arazá.

Reino	Plantae
División	Magnoliophyta (Angiospermas)
Clase	Magnoliopsida (Dicotiledóneas)
Subclase	Rosidae (Archichlamydeas)
Orden	Mortales (Myrtiflorae)
Familia	Mirtáceas
Género	Eugenia
Especie	Estipitata.

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Al hacer la clasificación, McVaugh verificó también la existencia de dos poblaciones de *Eugenia stipitata* que se podrían describir como especies independientes, en caso de estar aisladas geográficamente.

Estas poblaciones distintas, que presentaban muchas características cualitativas en común, se consideraron entonces como subespecies: *Eugenia stipitata* y sub especie sororia.³

Eugenia stipitata.

Es un arbusto de tamaño medio, con mayor número de estambres, hojas y flores más grandes con frutos de mayor tamaño.

Sub especie sororia.

Es un arbusto con flores de menor número de estambres, hojas y flores más pequeñas, con frutos de menor tamaño.

³Arazá (*Eugenia Estipitata*) Cultivo Y Utilización, Manual Técnico. Tratado De Cooperación Amazónica, 2005.

Entre las dos subespecies, la sororia es la más extendida en el ámbito agrícola, por sus ventajas naturales de resistencia a enfermedades y a altas saturaciones de aluminio del suelo y a su alta productividad de frutos. Las diferencias fundamentales radican en la variabilidad de la densidad del follaje, tamaño y aroma de los frutos y número de estambres

Aspectos Botánicos



Fuente: Programa de investigación en Cultivos Tropicales (INIA)

Especie conocida también como guayaba brasilera .Es un árbol (arbusto) de porte bajo y compacto, generalmente de 1 metro de alto aunque en su estado adulto puede llegar a medir 6 metros.

La fruta tiene un peso que varía entre 100 y 250 gr .La pulpa constituye el 70% del peso del fruto y ya sea fresca o congelada se puede utilizar en la agroindustria o en consumo directo en jugos También tiene un alto potencial para la producción de fruta deshidratada y para la extracción de aceites esenciales debido a sus propiedades aromáticas.

El contenido proteínico del Arazá supera al característico del Borojó. Por otro lado, su contenido de vitamina C es superior en más de dos veces al contenido

de la Naranja. Este frutal es buena fuente de Hierro, de vitamina B1, Zinc así como otros minerales.

La fruta tropical del arazá fue domesticada por los indios del oeste del Amazonas (Perú, Ecuador, Colombia, Brasil) y se cultiva a escala artesanal, tanto en estas regiones como en América Central desde los años 80. El cultivo se lleva a cabo junto con otras frutas y árboles útiles. La pulpa amarilla y jugosa es ácida y, por tanto especialmente adecuada para bebidas refrescantes. Gracias al efecto estabilizante de las pectinas de su propia pulpa, el arazá es especialmente adecuado para la fabricación de productos lácteos exóticos. El arazá tiene un sabor propio entre el de piña y el de mango.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

En el proyecto denominado **“Valoración financiera de la elaboración y comercialización de pulpa de arazá para la ciudad de Guayaquil”** pertenecientes a López Manrique Jennifer Elizabeth, García López Neiva Patricia, Salazar Bohórquez y Rosa Lisette, alumnos de la escuela Politécnica del Litoral, los autores nos comentan que el proyecto fue orientado a determinar la factibilidad de producción y comercialización de la pulpa de arazá en la ciudad de Guayaquil, ya que en dicha ciudad no conocen las propiedades de esta fruta.⁴

Además comentan que su proyecto está orientado a dar a conocer los beneficios que tiene el arazá, ya que además de ser una fruta rica al paladar de las personas, goza de grandes e importantes beneficios proteínicos y vitamínicos lo cual lo hace atractivo hacia los posibles consumidores.

Lo cual los lleva a explotar las propiedades y beneficios que brinda la pulpa de arazá desarrollando una investigación del mercado objetivo, y marcando los lugares potenciales para su distribución y venta.

⁴DOLORES, M. C. (2010). *Determinación de índices de madurez para la cosecha y conservación al ambiente*. Quito: EPN

También su proyecto realizó un estudio financiero que permitió analizar cada etapa de los procesos que se desarrollen, llevando a tomar decisiones acertadas en la comercialización de dicho producto.

Todo esto nos lleva a sacar nuestra conclusión de que el producto es un fruto totalmente desconocido y que cuenta con muchos nutrientes.

Según un estudio realizado por: Álvarez Bonilla Patricia Salome y Espín Chávez Silvia Paulina denominado “**Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de los concentrados y/o mermelada de arazá, a los Estados Unidos**” demuestran que el arazá y sus derivados tienen sus fortalezas y sus debilidades.

Fortalezas

- Por su delicioso sabor, olor y aroma será fácil llegar a nuestros posibles consumidores e introducirlo en el mercado
- Debido a su gran porcentaje de Vitamina C y un elevado índice de Potasio será de gran aceptación en el mercado al cual nos dirigimos
- Gracias a la amplia gama de productos que se pueden producir en base al arazá, lograremos que el consumidor tenga la opción de elegir de qué manera desea consumir nuestro producto.
- Contribuir con el desarrollo socio-económico de las personas que se dedican al cultivo de esta fruta.

Debilidades

- Falta de conocimiento de la fruta y de sus beneficios por parte de la población a estudiar.

- Limitación de expandir nuestra producción debido al poco cultivo de dicha fruta.⁵

En el proyecto denominado “Diseño Del Proceso de Obtención y Estudio de Estabilidad de la Pulpa Refinada de Arazá” desarrollada por la alumna Mónica Viviana Quiñones Cobos de ingeniería en alimentos de la Escuela Politécnica del Litoral, podemos ver el diseño de un proceso para la industrialización de este producto no tradicional que ayuda a introducirlo al mercado exportador, la tesis tuvo por objeto establecer parámetros de procesamiento, a fin de lograr la estabilidad de la pulpa refinada de arazá.

Con este proyecto nos ayudó a conocer las características del manejo pos cosecha, establecer los rendimientos de la fruta durante el proceso, se aprendió a determinar los posibles agentes causantes del deterioro de la fruta y saber los factores que afectan la calidad de la pulpa, considerando que esta fruta es altamente perecible y susceptible a daños de manipulación.

Actualmente han surgido con éxito en el país, las industrias dedicadas al aprovechamiento y transformación de frutas. Para lograr que estas industrias tengan un buen desempeño y se fortalezcan en el mercado nacional e internacional, es necesario que se aprovechen las ventajas competitivas que nos ofrece el medio, la industria ecuatoriana, difícilmente puede competir con la tecnología de las industrias asentadas en los países desarrollados.

Es por esto que la industria ecuatoriana dedicada a las frutas, debe aprovechar toda la variedad de frutas exóticas que posee, pues son altamente apetecidas en los mercados extranjeros.⁶

⁵ÁLVAREZ ,Patricia y ESPÍN, Silvia: *Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de los concentrados y/o mermelada de arazá, a los Estados Unidos*, Tesis de grado para optar al título de Economista, Escuela de Economía ,Escuela Politécnica Nacional,Quito,2007

⁶Gómez, M. S. (2010). *Araza: manejo y conservacion*. Colombia: Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas-Sinchi

2.1.3 Fundamentación

Zonas de cultivo en el Ecuador.

La mayor parte de producción de arazá se encuentra en la región amazónica principalmente en las provincias de Sucumbíos, Napo, Orellana y Pastaza; también se cultiva en la costa ecuatoriana y en las zonas de clima tropical como es la provincia de Pichincha (Noroccidente y Sto. Domingo) y en poca escala en la provincia de Los Ríos. Si hablamos de la costa ecuatoriana podemos mencionar que una de las provincias que cultiva a mayor escala el arazá es Esmeraldas, específicamente en el cantón La Concordia por la empresa Romero Kotre; esta compañía tiene una plantación de arazá de 30 hectáreas en este sector, la misma que sirve como materia prima para la planta procesadora que tiene una capacidad instalada de 10 TM/ día.

Otros productores de derivados del arazá en Ecuador.

La delicia.

Productos “Madre Tierra” de la Fábrica “La Delicia”. Madre Tierra es una de las zonas de mayor producción de guayaba y arazá de la Amazonía central con un aproximado de 5000 Kg. /mes.

Ubicado en el Municipio de Mera, Provincia de Pastaza.

Los Productores son campesinos organizados en la Asociación de Productores de Guayaba “La Delicia”, buscan combatir la pobreza y la destrucción ambiental a través del aprovechamiento de los productos del bosque. El trabajo de recolección de esta fruta es en un 80 por ciento familiar y participan principalmente las mujeres.

En su procesamiento trabajan jóvenes, hombres y mujeres.

Los productos Madre Tierra; jaleas, bolos y pulpas de guayaba, arazá, piña y otras frutas, son 100 por ciento naturales.

En el 2001, cinco años después del iniciado proyecto y de una constante búsqueda de apoyo técnico y financiero, tanto por parte del Municipio de Mera como la Asociación de Productores, La Fundación Ambiente y Sociedad/Programa Bolsa Amazonía con el apoyo técnico del Programa Pobreza y Medio Ambiente en la Amazonía y la Agencia Brasileña de Cooperación consigue el financiamiento de la Unión Europea para la readecuación completa de la infraestructura física, el equipamiento y el acompañamiento técnico permanente durante un año. Financiamiento que fue completado por el Municipio de Mera, institución que además participó en el seguimiento del proyecto y en su difusión.

Desde enero del 2002 se impulsó una Cooperación técnica Sur-Sur Brasil Ecuador para fortalecer el tema de la higiene y productividad el mismo que contó con el apoyo de la Universidad Técnica de Ambato y el Programa POEMA de la Universidad Federal.

La materia prima utilizada como la guayaba, piña, papaya, arazá ocupó un volumen de aproximadamente 5721kg en los 7 meses del año que corresponden a 817kg por mes.

De estos volúmenes de materia prima se ha vendido, en el tiempo de Enero a Julio, como producto final lo siguiente:

- 2089 frascos de mermelada / jalea de 250gr = 522kg
- frascos de mermelada /jalea de 500gr = 251kg. esto corresponde a 773kg de mermelada / jalea o sea 110kg al mes.
- En pulpas se ha vendido 829kg que significa 118kg al mes.
- En lo que se refiere a bolos la producción total llegó a la cantidad de 832kg lo que corresponde a 119kg al mes. De todos los productos descritos, la venta fue de 347kg por mes

La Gamboina

La capacidad actual de producción es de 1500 kg. De fruta fresca mensuales.

La Gamboina utiliza solamente el 12% de su capacidad instalada, considerando que no está dedicada exclusivamente a procesar frutas, la capacidad en este caso particular disminuye aún más. Para tener una idea del volumen de fruta comprado se tiene que en el 2001 se compró 1575 kg., mientras que en el 2002 se alcanzó a 390 kg., lo cual se debe fundamentalmente a que la fábrica diversificó el tipo de su producción hacia lácteos y palmito que son los productos más demandados en el mercado.⁷

En la actualidad la Gamboína tiene una producción de 300 cajas que contiene 24 unidades de 300gr. de mermelada de arazá mensual, esta producción está destinada para el consumo local, cabe recalcar que si la demanda fuera mayor esta fábrica está en la capacidad de duplicar su producción.⁸

Usos del arazá en Ecuador

Mermelada de Arazá

Es una mezcla de fruta (entera, trozada o molida) y azúcar, le da un carácter especial al producto, se considera de una calidad superior a los procesados de pulpa. Una mermelada que proviene de una materia prima sana, envasada al vacío es un producto muy estable en el tiempo. El vacío evita el desarrollo de hongos y levaduras, después de abierto se debe conservar en el refrigerador. Sin preservantes ni aditivos, proviene de fruta fresca.

⁷MANTILLA, Lucia Ruiz, *Situación de la cadena productiva*, Septiembre del 2003, Pág. 30-32

⁸Entrevista Ing. Ramón Hernández, Director de La Gamboína.

Cuadro 2.Composición de la mermelada de arazá

Materia Prima	Porcentaje
Fruta sola o con aditivo fibroso	40%
Edulcorante	20%
Pectina	2,00%
Acido Cítrico	0,02%
Benzoato de sodio	0,10%
Agua o jugo de Fruta	37,88%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel
Fuente: McVougmnan gourmet sauce.

Producción Actual del Arazá

La producción de frutos en plantas adultas se da todo el año, ya que la planta tiene simultáneamente flores y frutos, aunque existen períodos de mayor cosecha: de octubre a enero y de abril a junio.

Lo que más impresiona cuando se lo ve por primera vez es que siendo un arbolito tan pequeño produzca flores y frutos con tanta precocidad, ésta, conocida como neotenia.

Esta característica tan inusual permite que el arazá empiece a producir frutos a los 12 meses de ser transplantado.

No es de extrañar que si las plantas están nueve meses en el vivero y se trasplantan con éxito en un suelo de buena fertilidad, empiecen a fructificar a los 10 meses del trasplante.

Es importante mencionar que a pesar de la poca información disponible sobre las áreas y volúmenes de producción de las frutas exóticas amazónicas, existen iniciativas exitosas de cadenas productivas desarrolladas en países como Brasil, Bolivia, Ecuador y Colombia; estas experiencias se han enfocado en fortalecer el procesamiento de frutas frescas para la elaboración de mermeladas, pulpa congelada, frutas

deshidratada, conserva de frutas, néctar, vino, jugos, yogurt entre otros elaborados.⁹

Épocas de producción del arazá

En el siguiente cuadro, se aprecia que el arazá se produce en las tres regiones: norte (Cáscales, Lago Agrio, Shushufindi, Sacha, Coca, Loreto), centro (Archidona, Tena, Mera, Puyo, Palora, Macas, Sucúa, Logroño, Méndez, Gualaquizá) y sur (Yantzaza, El Bangui, Nangaritza, Centinela del Cóndor).

Cuadro 3. Épocas de producción de arazá en la Región Amazónica.

Región	Cantones	Meses											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Norte	Cascales/L. Agrio	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1
	Shushufindi/sacha	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1
	Coca	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1
	Loreto	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1
Centro	Archidona/Tena	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1
	Mera/Puyo	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1
	Palora	3	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1
	Macas	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1
	Sucua	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1
	Méndez	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
	Gualaquiza	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
Sur	Yantzaza	1	1	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1
	Nangaritza	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
Nomenclatura		1: producción baja			2: producción media			3: producción alta					

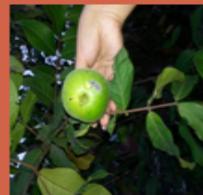
Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel
Fuente: Escuela Politécnica Nacional

⁹TRATADO DE COOPERACION AMAZONICA, *Arazá Cultivo y Utilización, Manual Técnico*; Pág. 20,

- El gráfico nos muestra que la producción de arazá está repartida durante todo el año, sin embargo, el pico de producción en la región norte se registra entre febrero y mayo, y de agosto a noviembre. En las regiones centro y sur se presentan fluctuaciones de producción de entre 3 y 6 meses, dependiendo de la zona, a excepción de los cantones de Nangaritza y Centinela del Cóndor que registran un solo pico de producción comprendido en Mayo.¹⁰

Plagas

Cuadro 4. Plagas que afectan el cultivo del arazá.

Nombre	Consecuencias	Control
<p>Mosca de la fruta</p> 	<p>Las larvas de la mosca nacen y desarrolla en el interior de la fruta, alimentándose de la pulpa.</p>	<p>Mediante aspersiones de insecticidas, es importante eliminar los frutos que caen.</p>
<p>Acaro de los cogollos</p> 	<p>Es una arañita casi invisible, ataca a los cogollos tiernos, chupan su savia, inoculan la toxina causante de la toxemia, aparecen puntos amarillos y deformación de las hojas.</p>	<p>Kelthane, como fungicida y acaricida.</p>
<p>Gusano negro</p> 	<p>Las larvas de este insecto son completamente negras, presentan pelos negros en el dorso y con sus propios excrementos en la base de las hojas fabrican una capsula café oscura en la que viven y se desarrollan hasta convertirse en pupas y luego en mariposas, en el estado larvario se alimentan de los follajes de los arbustos.</p>	<p>Mediante insecticidas o mediante control biológico con un tipo de avispa.</p>

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Hoja técnica arazá www.proexant.org.ec/HTAraza

¹⁰Hernández, M. S. (2011). *Arazá, origen, fisiología y conservación*. Colombia: Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas-SINCHI.

Sistema de propagación del arazá.

Sexualmente, por medio de semillas, la multiplicación de plantas por semillas se inicia con la selección de los mejores frutos, los mismos que deben haber llegado a la madurez fisiológica, estos frutos deben provenir de plantas sanas y con buen desarrollo.

La obtención de las semillas se realiza despulpando la fruta manualmente a fin de no romper o lastimar la semilla, luego se procede a lavarlas, desinfectarlas (con fungicidas) a fin de evitar contaminaciones y pudriciones durante la etapa de secado.

La etapa de secado debe ser corta (3 ó 4 días) para inmediatamente hacer la siembra a fin de mantener la viabilidad de las semillas. Pasados 8 días después de obtenida la semilla, esta pierde considerablemente su poder germinativo.

Formación del vivero.-Se inicia con la preparación de la tierra, esta debe ser suelta, de preferencia arena gruesa, compost y fertilizante químico en proporciones iguales a los dos primeros, mientras que, el tercero puede ir en dosis de 1Kg.

Enfundado.-Una vez que está lista la tierra se procede al enfundado de la misma en fundas de plástico, color negro, perforadas, de 30cm. de alto, 20cm. de diámetro y 4 milésimas de espesor, el llenado se realiza hasta los 29 cm. de altura de la funda, esto es para que pueda acumularse el agua y se absorba hacia el interior. Luego se procede a colocar las fundas en un área sombreada formando bloques de 1m de ancho por 10 m de largo, dispuestas en filas e hileras a fin de facilitar las labores de deshierba, fertilización y riego.

Siembra.-La siembra de la semilla se realiza colocando una en el centro de cada funda, a 2cm. de profundidad, ésta demora de 10 a 15 días en germinar, de acuerdo a la humedad y temperatura ambientales. Es recomendable realizar la formación del vivero en verano con el propósito de que el trasplante definitivo se realice durante la estación más lluviosa.

y mejore el rendimiento.

Mientras la planta permanece en el vivero, es necesario realizar riegos constantes a fin de dotar de agua necesaria para una buena germinación, emergencia y desarrollo de la planta.

Tiempo en vivero.-Las plantas permanecen en el vivero de 5 a 6 meses hasta cuando alcancen los 50–60 cm de altura y comienzan a ramificarse, este es el momento para realizar el trasplante al lugar definitivo.

Preparación del terreno

Si el terreno tiene vegetación natural, debe destroncarse y luego seguir con las siguientes labores:

Arado, rastra, delineado y hoyado.-El terreno requiere de una pasada de rastra y dos de hoyado ,luego se procede a delinear, en promedio se utilizan 6m entre hileras y 4m entre plantas, se acostumbra delinear las hileras hacia el Este, los hoyos son de 40x40 cm.,se aconseja separar la capa arable de la tierra del fondo ,la primera es mezclada con 10lb de material orgánico descompuesto y luego se procede a añadir fertilizante químico ,al momento del trasplante, la tierra preparada se pone al fondo y con la otra tierra se rellena el hoyo.

Trasplante.-Puede realizarse en cualquier época, siempre que exista suficiente riego, se debe procurar que la planta quede en el centro del hoyo luego se procede a retirar totalmente la funda.

Deshierbas.-El control de malezas se realiza periódicamente cada 3 ó 4 meses, con la ayuda de pequeños tractores o manualmente, durante la labor de deshierba se realiza la formación de la corona, evitando lastimar las raíces. El herbicida se lo dirige directo a la maleza sin salpicar a la planta.

Aplicación de fertilizantes y abonos

Debe realizarse cada dos meses, en el arranque del cultivo es necesario que la planta tenga suficiente nitrógeno, fósforo y potasio para que forme su follaje y raíces, mediante aspersiones foliares se aplica cobre, hierro y otros elementos menores.

El abonamiento consiste en adicionar materia orgánica bien descompuesta a la corona de la planta ,una o dos veces al año ,estas aplicaciones mejoran el suelo y su capacidad de retención de humedad y temperatura .La fertilización química se realiza mediante aplicaciones a la corona, al voleo o por golpes, el anillo de la corona tiene 5o10cm.de profundidad y debe estar libre de malezas, cuando se coloca el abono ,se acostumbra cubrir la corona con tierra, la fertilización por golpes consiste en hacer pequeños hoyos en el suelo con una barra a media copa del árbol, en los cuales se coloca el fertilizante químico .Cuando se aplica abono y fertilizante ,los hoyos son más grandes.

Podas

La poda de formación se hace cuando la planta está en crecimiento y antes de la cosecha, a fin de evitar que el exceso de ramas y ramillas dificulten la cosecha, se eliminan ramas quebradas, torcida y en exceso, procurando que las nuevas estén acordes con ventilación y producción.¹¹

Suelos

El Arazá es un árbol que se adapta fácilmente a suelos de tipo ácido, poco fértil con deficiencias de fósforo y magnesio; con pH menor a 5.0, además soporta inundaciones periódicas y cortas menores a 15 días.

¹¹www.otca.org.br/publicacao/SPT-TCA-VEN-SN/araza.pdf.

Cosecha

El color del fruto es un indicativo de su estado para la recolección aproximadamente a la novena semana de edad y cuando presenta una coloración verde mate, se puede cosechar, una vez el fruto es retirado del árbol continúa el proceso de maduración hasta cuando está apto para su consumo, alcanzando una coloración amarillo intenso¹²

Composición química y valor nutricional

La pulpa del fruto presenta excelentes propiedades organolépticas, que le confieren un sabor y aroma característicos. Además, tiene un alto contenido de agua, proteína, carbohidratos y fibras y un considerable contenido de vitaminas y sales minerales, destacándose los elevados contenidos de nitrógeno y potasio. El elevado contenido de agua del fruto favorece la elaboración de jugos, pero causa el debilitamiento del mesocarpio y epicarpio, dejándolo más sujeto al deterioro.

La cantidad de vitamina A en 100g de pulpa, puede suplir las necesidades diarias de una persona adulta. La cantidad de vitamina C no es constante en la pulpa de los frutos y depende de la planta, condiciones edafoclimáticas predominantes en el cultivo, manejo del cultivo y estado de maduración de los frutos.

Además científicos de la Universidad Nacional y de Ohio State University descubren que la luteína, que impide la degeneración macular de la retina del ojo humano, se encuentra en una alta concentración en esta fruta amazónica.

La luteína es un carotenoides, tinte natural presente en ciertas frutas, vegetales y animales marinos como crustáceos. Es un compuesto de colores naranja, rojo y amarillo. Por su parte, la mácula es la zona de la retina que hace nítida y detallada la visión; esta sufre degeneración por el daño alrededor de los vasos sanguíneos que la irrigan.

¹²Centro agronómico Tropical de Investigación y enseñanza. (2012). *Programa de Agricultura Tropical Sostenible*. Lima: Datie.

Para la investigación se tomaron el arazá como objeto por su color amarillo intenso, indicio de que tenía un alto contenido de esta sustancia. El perfil de carotenoides no se había estudiado y estos científicos lo hicieron mediante un proyecto entre ambas universidades.

Encontraron que esta fruta tiene una gran concentración de luteína (489 microgramos por cada 100 gramos de fruta fresca). Esto es muy inusual porque la luteína se encuentra, principalmente, en vegetales de hojas verdes y no en este tipo de frutas.

La metodología utilizada para determinar los niveles de luteína fue la cromatografía líquida y la espectrometría de masas. La primera separa los componentes y permite medir su concentración. Separados los carotenoides se puede examinar cuáles están presentes y cuáles son mayoritarios. El segundo proceso permite identificar cada uno de los componentes y sus respectivas características con base en sus pesos moleculares.

Actualmente la luteína se extrae de la flor de caléndula y se usa para fortificar alimentos. Los vegetales verdes también aportan esta sustancia. Ahora el arazá emerge como una alternativa que se puede consumir de diversas formas. ¹³

Factores climáticos para la producción del arazá

El clima de la región amazónica donde se cultiva el Arazá, fue clasificado como húmedo y con temperaturas promedio de 25 °C, mínima de 18 °C y

¹³AGENCIA DE NOTICIAS, Universidad Nacional: Descubrimiento de luteína en el arazá,<http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/descubren-altos-niveles-de-luteina-en-el-araza/index.html>,extraidoel 17 de febrero del 2014

máxima de 33 °C. La precipitación pluvial máxima en el año, es de 472 mm en el mes de julio, y la mínima es de 42 mm en el mes de enero. La humedad relativa es de 84%.¹⁴

Estudios realizados por Aguiar (1983), indican que el principal factor meteorológico que influye en la producción de Arazá es la precipitación pluvial. La incidencia de la humedad relativa y de la temperatura, son factores secundarios sobre la floración y la fructificación, si estos factores son constantes y se presenta una precipitación pluvial entre 200 y 300 mm/mes se pueden obtener buenos resultados.

Cuando en el suelo la cantidad de agua llega a alta saturación casi al 100% tanto la floración como la fructificación aumentan.

Análisis previo al mercadeo

El primer paso antes de mercadear un producto es entender sus respectivas ventajas y desventajas.

Aplicar el análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) nos permite conocer a fondo cada producto o servicio.

Luego, se debe determinar cuál es el mercado meta, es decir, a qué público va dirigido, para direccionar los esfuerzos hacia un sector o nicho, tomando muy en cuenta las características del mismo.

De la misma manera es importante entender la capacidad de producción, ya sea del producto o del servicio, así como la capacidad de crecimiento de la compañía. Esto es importante ya que un mercadeo demasiado agresivo puede sobrepasar la capacidad de producción y tener un resultado negativo es decir que la cantidad de producción no puede satisfacer a la cantidad de demanda.

¹⁴Stipitata, E. (2010). *Características de la Production de Frutales Nativos en la Amazonia Peruana*. Lima: IICA.

También se debe saber cuál es el presupuesto que se va a dedicar al mercadeo, y escoger dentro de todas las opciones cuál sería la más eficiente para llegar al nicho de mercado.

Estrategias de Marketing.

Como implementar con éxito una estrategia de marketing.

Una organización sea esta industrial o comercial está orientada al cliente y por lo tanto, una empresa o persona encargada de comercializar su producto fija sus metas en dar a conocer su producto.

El marketing no debe ser tarea o responsabilidad de una sola persona o empresa. Esta manera de entender la empresa se ha demostrado que está obsoleta ya que hoy debemos ofrecer lo que demandan los consumidores y no producir para después vender nuestra mercadería.

En una empresa, todos los departamentos deben estar orientados de forma integral al marketing, convirtiéndolo en una cultura que impregne a toda la organización. De esta forma, los departamentos financieros, logísticos, de recursos humanos o de dirección estarán enfocados en satisfacer al cliente.¹⁵

Sin embargo hay que definir un plan de marketing a nivel estratégico para acordar qué beneficios del producto, imagen de marca y que valores queremos transmitir. Es decir, marcar la dirección de lo que vamos a llevar a cabo y cómo queremos que el cliente o consumidor nos reconozca.

¹⁵Benza, J. C. (2011). *Algunos Frutales Nativos de la Selva Amazonica de Interes Para la Industria*. Lima: IICA.

Diseño de una estrategia de marketing orientada al cliente.

Cuando comprende perfectamente a los clientes y al mercado, la dirección de marketing puede diseñar una estrategia de marketing orientada al cliente.

Definimos la dirección como el arte y la ciencia de elegir los mercados objetivos y crear relaciones rentables en los mismos. El objetivo del director de marketing consiste en encontrar, atraer, mantener y hacer crecer a los clientes objetivos creando, proporcionando y comunicando un valor superior para el cliente.

Para diseñar una estrategia de marketing ganadora, el director de marketing debe responder a dos preguntas importantes: ¿a qué clientes vamos a atender (cuál es nuestro mercado objetivo)? Y ¿Cómo podemos atender mejor a estos clientes (cuál es nuestra propuesta de valor)?

Orientación de la dirección de marketing

La dirección de marketing quiere diseñar estrategias que crearan relaciones rentables con los clientes objetivos. Pero, ¿Qué filosofía debería guiar a estas estrategias de marketing? ¿Qué importancia habría que dar a los intereses de los clientes, de la organización y de la sociedad? A menudo estos intereses chocan entre sí.

Existen enfoques alternativos bajo los cuales las organizaciones diseñan y aplican sus estrategias de marketing, estos enfoques son:

- Enfoque de producción
- Enfoque de producto
- Enfoque de ventas
- Enfoque de marketing

Enfoque de producción.

Sostiene que los clientes preferirán productos disponibles y muy asequibles. Por tanto la dirección debe centrarse en mejorar la eficiencia de la producción y la distribución.

Las empresas que adoptan esta orientación corren el riesgo de enfocarse demasiado en sus propias actividades y perder de vista el objetivo real: satisfacer las necesidades del cliente y crear relaciones con él.

Enfoque de producto.

Este enfoque sostiene que los clientes preferirán los productos que ofrezcan más calidad, mayor rendimiento y características innovadoras.

Según este concepto la estrategia de marketing se ocupa de la continua mejora del producto.

La calidad del producto y la mejora son partes importantes de la mayoría de las estrategias de marketing. Sin embargo el basarse únicamente en los productos de la empresa también puede provocar miopía de marketing.

Enfoque de ventas.

Muchas empresas aplican el enfoque de ventas que sostiene que los clientes no comprarán suficientes productos de la empresa salvo que esta realice importantes esfuerzos de promoción y venta a gran escala.

El concepto se suele practicar con bienes que no son buscados: aquellos en los que los compradores no suelen pensar en adquirir, como por ejemplo seguros o donaciones de sangre.

Estos sectores deben ser capaces de buscar a sus clientes potenciales y venderles los beneficios del producto. Sin embargo esta venta agresiva conlleva riesgos elevados puesto que se ocupa de crear transacciones de ventas más que en relaciones rentables a largo plazo con el cliente.

Enfoque de marketing.

Sostiene que la consecución de las metas de la organización depende de que se conozcan las necesidades y deseos de sus mercados objetivos y de ofrecer la satisfacción que buscan sus clientes de una mejor forma de lo que lo hacen los competidores.

Bajo el enfoque de marketing, la atención orientada al cliente y al valor son los caminos para lograr las ventas y los beneficios.

Comportamiento del consumidor.

Se refiere al estudio de los procesos que intervienen cuando los individuos o los grupos seleccionan, compran, usan o desechan productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades o deseos.

Los consumidores adquieren muchas formas, las cuales abarcan desde un niño de ocho años de edad que ruega a su madre para que le compre un muñeco de felpa, hasta un ejecutivo de una gran empresa que decide sobre la compra de un sistema de cómputo que cuesta varios millones de dólares

Los artículos que consumimos pueden incluir una enorme variedad, desde guisantes enlatados hasta un masaje.

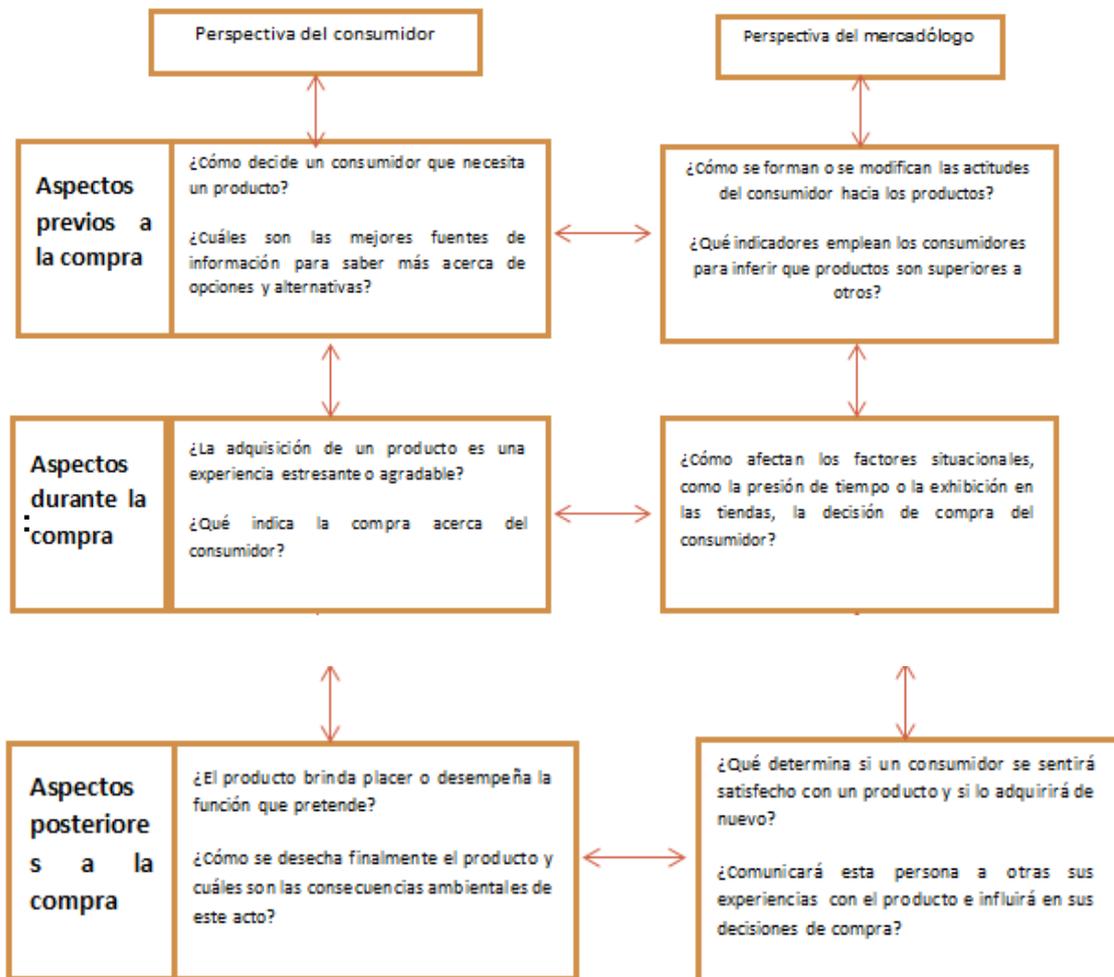
Las necesidades y los deseos que queremos satisfacer van desde el hambre y la sed, hasta el amor, el estatus o incluso la realización espiritual.

El comportamiento del consumidor es un proceso.

En la actualidad la mayoría de los mercadólogos reconocen que el comportamiento del consumidor es, de hecho, un proceso continuo y no únicamente lo que sucede en el momento en que un consumidor entrega dinero o una tarjeta de crédito, y a cambio recibe algún bien o servicio.¹⁶

¹⁶ SOLOMON, Michael: *Comportamiento del consumidor*, Pearson, México ,2013

Cuadro 5. Etapas del proceso de consumo



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Solomon Michael, Comportamiento del consumidor

2.2 MARCO LEGAL

PRODUCCIÓN

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Democratización de los factores de producción

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

Sección quinta-Suelo

Art 410.- El estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los proteja y promuevan la soberanía alimentaria.¹⁷

CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios

¹⁷ Constitución del Ecuador, 2008

lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;

- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;
- l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

- p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;
- r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,
- t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

DEL DESARROLLO PRODUCTIVO, MECANISMOS Y ORGANOS DE COMPETENCIA

Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad

Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la

economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia;

c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;

d. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel;

e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo;

f. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;

g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;

- h. Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal;
- i. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia; y,
- j. La territorialización de las políticas públicas productivas, de manera que se vayan eliminando los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo.

De la Institucionalidad del Desarrollo Productivo

Art. 6.- Del Consejo Sectorial.- Corresponde a la Función Ejecutiva la definición de las políticas de desarrollo productivo y el fomento de las inversiones a través del Consejo Sectorial de la Producción, que se conformará y funcionará según lo establecido en el Reglamento a este Código, enmarcando sus directrices dentro del Sistema Nacional de Planificación.

Este organismo contará con una Secretaría Técnica a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la producción y cuyas atribuciones serán las que se establezcan en el presente Código y en el reglamento. Esta Secretaría contará con las áreas técnicas necesarias para diseñar políticas públicas y programas de política de fomento productivo e inversiones, entre otros vinculados con el sector productivo.

Art. 7.- Participación Intersectorial.- La participación intersectorial en el desarrollo de estas políticas, se garantiza a través del Consejo Consultivo de Desarrollo Productivo y Comercio Exterior; órgano de estricto carácter consultivo y obligatoria convocatoria institucional por parte de quien preside el consejo sectorial de la producción, en la forma que determine el reglamento.

Este Consejo Consultivo estará conformado entre otros, por representantes del sector productivo privado, mixto, popular y solidario, trabajadores y gobiernos autónomos descentralizados. El Consejo Consultivo tendrá una representación amplia y plural que refleje los distintos sectores, territorios y tamaños de producción. El Consejo Consultivo no contará con recursos públicos para su funcionamiento, pero la Secretaría Técnica del Consejo Sectorial de la Producción brindará apoyo logístico a su operación y para la participación de sus integrantes.

El Consejo Consultivo podrá proponer o sugerir lineamientos técnicos para la elaboración de políticas a ser adoptadas por las entidades responsables de las políticas de desarrollo productivo, inversiones y comercio exterior. La integración y el funcionamiento de este Consejo Consultivo se normarán en el reglamento a este Código y, en lo no previsto en dicho Reglamento, mediante resolución del Consejo.¹⁸

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Nivel de conocimiento

Mediante el conocimiento, el hombre penetra las diversas áreas de la realidad para tomar posesión de ella, y la propia realidad presenta niveles y estructuras diferentes en su constitución.

Medios de financiamiento.

Los medios de financiamiento son las diferentes maneras de conseguir los recursos que se precisan para llevar a cabo un proyecto.

Recursos económicos de las familias

Medios materiales o inmateriales que permitirán satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo del arazá o cualquier otra fruta utilizada como materia prima.

¹⁸ Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones, 2010, <http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2013/02/codigo-organico-de-la-produccion.pdf>.

Potencialización.

Es la operación por medio de la cual nosotros podemos llegar a tener una idea más o menos real del potencial del mercado en el cual vamos a movernos.

Este potencial debe contemplar la magnitud de elementos consumidores y su volumen de movimiento en unidades y dinero¹⁹

Cantidad demandada.

La cantidad de un bien o servicio es la cantidad de este que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico.

Muchos son los factores que influyen en los planes de compra y uno de ellos es el precio.

Cantidad ofrecida (oferta)

La cantidad ofrecida de un bien o servicio es la suma que los productores planean vender durante un periodo dado a un precio específico.

Son muchos los factores que influyen en los planes de venta, uno de ellos es el precio.

La Producción.

La producción consiste en realizar los pasos necesarios para transformar los bienes a fin de hacerlos aptos para el consumo directo y capaces de satisfacer necesidades, por este motivo en esta idea de producción se deben incluir no solo los aspectos de la fabricación, si no otros como el transporte o el comercio que permiten poner los bienes a disposición de los consumidores.²⁰

¹⁹Eugenia Stipitata MeVaugh. (2010). *El Cultivo del Arazá*. Colombia: Corpoica.

²⁰Sidney Alberto do Nascimento, D. F. (2012). *Araza (Eugenia stipitata) cultivo y utilización: manual técnico*. Colombia: Secretaría Pro Tempore.

El trabajo.

Comprende la aportación directa que hace el ser humano al proceso productivo. La remuneración de su aportación le permite tener los medios necesarios para cubrir sus necesidades.

Recursos naturales.

Cuando en Economía hablamos de tierra lo hacemos en sentido amplio, es decir, nos referimos no solo a la tierra productiva, rustica o urbana, sino también a todos los recursos naturales como la pesca, la minería, el agua etc.

Capital.

Se denomina capital al elemento necesario para la producción de bienes de consumo y que consiste en maquinarias, inmuebles u otro tipo de instalaciones.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El nivel de potencialización comercial del arazá incide en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.

2.4.2 Hipótesis Particulares

1. Los medios de financiamiento, influyen en los recursos económicos de las familias para la producción del arazá.
2. El nivel de conocimiento de los beneficios del arazá incide en su volumen de venta.

3. La falta de mercados afecta a la comercialización del arazá.

4. El nivel de conocimiento de las familias sobre el proceso productivo del arazá incide en el cultivo de esta fruta.

2.4.3 Declaración de Variables

Cuadro 6. Declaración de variables.

Hipótesis General	Variable independiente	Variable dependiente
El nivel del potencial comercial del arazá incide en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.	Nivel del potencial comercial	Economía familiar
Hipótesis Particular	Variable independiente	Variable dependiente
Los medios de financiamiento, influyen en los recursos económicos de las familias para la producción.	Medios de financiamiento	Recursos económicos
El nivel de conocimiento de los beneficios del arazá incide en su volumen de ventas	Nivel de conocimiento de los beneficios del arazá.	Volumen de ventas
La falta de mercados afecta a la comercialización del arazá.	Mercados	Comercialización
El nivel de conocimiento de las familias sobre el proceso productivo del arazá incide en el cultivo de esta fruta	Nivel de conocimiento	Producción del arazá.

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Indicadores de las variables.

Cuadro 7. Operacionalización de variables de la hipótesis general

HIPOTESIS GENERAL				
El nivel del potencial comercial del arazá incide en la economía de las familias del Cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.				
Variable	Definición	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Variable independiente Nivel del potencial comercial	Quiere decir que hay perspectivas de obtener ventas y beneficios de un nivel suficiente.	Nivel del potencial comercial del arazá.	Encuesta	Consumidores
Variable dependiente Economía de las familias	Es el conjunto de medidas de orden y administración.	Situación económica	Encuesta	Familias

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 8. Operacionalización de variables de la hipótesis particular número 1

HIPOTESIS ESPECIFICA				
Los medios de financiamiento, influyen en los recursos económicos de las familias para la producción.				
Variable	Definición	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Variable independiente Medios de financiamiento	Mecanismos que permiten contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de objetivos.	Número de créditos para producción	Encuesta	Familias
Variable dependiente Recursos económicos	Medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer necesidades dentro del proceso productivo o actividad comercial	Ingresos mensuales	Encuesta	Familias

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 9. Operacionalización de variables de la hipótesis particular número 2

HIPÓTESIS ESPECIFICA				
El nivel de conocimiento sobre los beneficios del arazá incide en su volumen de ventas				
Variable	Definición	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Variable independiente Nivel de conocimiento sobre los beneficios del arazá.	Conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje.	Nivel de conocimiento	Encuesta	Consumidores
Variable dependiente Volumen de venta	Es una medida contable que recoge los ingresos que una empresa ha obtenido por motivo de actividad durante un periodo de tiempo.	Cantidad de arazá vendido.	Encuesta	Consumidores

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 10. Operacionalización de variables de la hipótesis particular número 3

HIPÓTESIS ESPECIFICA				
La falta de mercados afecta a la comercialización del arazá.				
Variable	Definición	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Variable independiente Mercados	Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales.	Numero de mercados donde se comercializa el arazá.	Encuesta	Consumidores
Variable dependiente Comercialización	Conjunto de las acciones encaminadas a la compra y venta de productos, bienes o servicios sociales.	Numero de mercados donde se comercializa el arazá.	Encuesta	Consumidores

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 11. Operacionalización de variables de la hipótesis particular número 4

HIPÓTESIS ESPECIFICA				
El nivel de conocimiento de las familias sobre el proceso productivo del arazá incide en el cultivo de esta fruta.				
Variable	Definición	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Variable independiente Nivel de conocimiento	Es un conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje	Nivel de conocimiento	Encuesta	familias
Variable dependiente Cultivo	Proceso por medio del cual se obtienen distintos tipos de frutas y hortalizas.	Número de plantas de arazá.	Encuesta	familias

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION.

Investigación aplicada.

“Es la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos, en la mayoría de los casos, en provecho de la sociedad”²¹(BARAY A. , 2006)

Con el fin de cumplir con los objetivos de nuestro estudio desarrollaremos una investigación aplicada, la misma que nos permitirá conocer la incidencia de la potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas para poder ejecutar estrategias las cuales nos permitirán dar a conocer esta fruta para que pueda ser comercializada de forma potencial.

Investigación explicativa.

Pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Procuran responder a preguntas como: ¿Por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos requieren del control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado.²²(BERNAL, METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION, SEGUNDA EDICION)

En nuestro estudio mediante esta investigación una vez determinada la incidencia de la potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar, nos permitirá conocer y explicar los factores implicados en la incidencia antes mencionada.

²¹BARAY, A. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*

²² BERNAL TORRES, César: *Metodología de la investigación*, Pearson, Segunda edición.

Investigación Bibliográfica.

De acuerdo con Casares Hernández ,et al.(1995), la investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos ,entendiendo por estos todo material al que se puede acudir como fuente de referencia ,sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento .

Para los autores mencionados las principales fuentes documentales son: documentos escritos (libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados, conferencias escritas)²³(BERNAL, METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION, 2010)

La investigación bibliográfica la utilizaremos, porque necesitamos material de apoyo de investigaciones existentes, el cual nos va a facilitar nuestro trabajo, para no tener que realizar ciertos estudios necesario para nuestro proyecto y solo tendríamos que referenciar ciertas teorías o datos, escritos o realizados por otros autores.

Investigación de Campo.

Este tipo de investigación nos sirve de apoyo en diversos tipos de informaciones, como son las entrevistas, encuestas y observaciones. Pues es la investigación en la que la información se la obtiene de fuentes reales, o más apegadas a la realidad, es decir de primera mano.

Esta investigación es aplicable en la obtención de información directa, utilizando los medios como lo son las encuestas, entrevistas, cuestionarios que ayudan a recopilar información verídica sobre la situación problemática que se ha planteado.

²³ BERNAL TORRES, César: *Metodología de la investigación*, Pearson, Colombia ,2010

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población.

La población establecida para la realización de las respectivas encuestas corresponde al número de viviendas, tomando como referencia una familia por domicilio y el número de habitantes del cantón SIMON BOLIVAR provincia del Guayas los mismos que serán utilizados desde un rango de edad 19-29 años en calidad de consumidores de frutas.

3.2.2 Delimitación de la población

La investigación está basada en la población de familias del cantón SIMON BOLIVAR provincia del Guayas que en sus huertos familiares incluyan el cultivo del arazá así como también está basada en la población general del cantón en un rango de edad de 19-29 años en calidad de consumidores de frutas.

3.2.3 Tipo de muestra.

Nuestra investigación aplicara una muestra de tipo no probabilístico, debido a que las encuestas serán realizadas solo a las familias que en sus huertos familiares incluyan el cultivo del arazá, así como también será encuestada la población del cantón en un rango de edad de 19 -29 años en calidad de consumidores de frutas.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra de la investigación será considerada la base de datos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas de la cual hemos obtenido el número de viviendas del sector rural y urbano, tomando como referencia de que en cada vivienda existe una familia a la cual se le realizara una encuesta.

También será considerada la población existente del cantón en un rango de edad de 19 a 29 años en calidad de consumidores.

A continuación la población detallada de la siguiente manera:

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (viviendas 4959; población del cantón en un rango de edad de 19 a 29 años: 3856 personas)

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Reemplazando tenemos:

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

Viviendas

Población

$$n = \frac{4959(0,50)(0,50)}{\frac{(4959-1)0,05^2}{1,96^2} + (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{3856(0,50)(0,50)}{\frac{(3856-1)0,05^2}{1,96^2} + (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{4959(0,25)}{\frac{4958(0,0025)}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{3856(0,25)}{\frac{3855(0,0025)}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{1239,75}{\frac{12,395}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{964}{\frac{9,638}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{1239,75}{3,228 + 0,25}$$

$$n = \frac{964}{2,509 + 0,25}$$

$$n = \frac{1239,75}{3,478}$$

$$n = \frac{964}{2,759}$$

$$n = 356$$

$$n = 349$$

3.2.5 Proceso de selección

En nuestra investigación hemos utilizado la muestra no probabilística, en la cual se ha escogido como procedimiento el muestreo por cuota debido a que hemos tomado como referencia para nuestra investigación la población con respecto a las edades, es decir hemos escogido para realizar nuestras encuestas solo a la población que se encuentre en el rango de 19 a 29 años.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes:

3.3.1 Métodos teóricos

Histórico- Lógico

El método histórico lógico estudia la trayectoria de los fenómenos y acontecimientos en el devenir de su historia. Por su parte, el método lógico investiga la existencia o no de leyes generales de funcionamiento y desarrollo de los fenómenos.

Lo lógico no repite lo histórico, si no que reproduce en el plano teórico lo que es más importante del fenómeno. Ambos métodos no están dissociados entre sí, se complementan y están vinculados. El método lógico requiere apoyarse en el método histórico para descubrir la existencia de leyes fundamentales de los fenómenos basados en los datos que va proporcionando este último, para

despojarse de toda posibilidad de generar razonamientos especulativos.²⁴(DIAZ, 2009)

Es aplicado en los antecedentes históricos y en la lógica que tiene la información histórica utilizada como guía para la realización de nuestra investigación.

Analítico-Sintético

Consiste en la descomposición mental del objeto estudiado en sus distintos elementos o partes componentes para obtener nuevos conocimientos acerca de dicho objeto. Como se afirma en el Diccionario Filosófico De Rosental (1980), para llegar al conocimiento profundo del objeto: "Es condición necesaria que el análisis sea multifacético. La desmembración de un todo en sus partes componentes, permite descubrir la estructura del objeto investigado; la descomposición permite delimitar lo esencial de aquello que no lo es, reducir a lo simple lo complejo; tenemos una de las formas de análisis en la clasificación de los objetos y de los fenómenos".²⁵

Este método lo aplicaremos en la recopilación de todos los datos obtenidos mediante las respectivas encuestas, y luego en la interpretación de los resultados.

Hipotético- Deductivo

El método deductivo consiste en elaborar una hipótesis que explicaría un fenómeno, para luego someterla a prueba en un experimento. Implementaremos este método porque primero se hace la formulación de la hipótesis y después, a partir de derivaciones lógicas deductivas, se llega a conclusiones particulares.

Estadístico.

²⁴ DIAZ ,Víctor :*Metodología de la investigación científica* ,Rill editores ,Santiago de Chile,2009

²⁵ HURTADO LEON, Iván, y, TORO GARRIDO, Josefina: *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio*, CEC.SA, Venezuela, 2007.

Por medio de este método se recopilará la información por medio de las encuestas, las cuales serán tabuladas, con los resultados posteriormente se realizará a un análisis y para así determinar conclusiones.

3.3.2 Métodos Empíricos

Se empleará como métodos empíricos la técnica de encuesta para las familias del cantón Simón Bolívar así como también para la población en general, las mismas que permitirán un análisis más preciso de las variables, llegando justamente a quienes son nuestros informantes calificados, evitando truncar la información con interpretaciones erróneas.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

El instrumento que utilizaremos es la encuesta que nos ayudará a obtener información directa y de calidad en nuestra investigación.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la información, se utilizará la herramienta Excel que es un programa de computadora de Microsoft, ya que nos sirve para la tabulación de los datos obtenidos en las encuestas mediante la aplicación de la tabla dinámica que consiste en el resumen de un conjunto de datos, atendiendo a varios criterios de agrupación, representado como una tabla de doble entrada que nos facilita la interpretación de dichos datos. Los resultados serán presentados en los cuadros correspondientes, donde se determine las frecuencias relativas, y el total de encuestados. También con la información se elaboran gráficos circulares, columna, y barras, de acuerdo a cada pregunta.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Referente a la problemáticas planteadas, mediante un estudio de campo, en el cantón Simón Bolívar hemos analizado la situación actual del mismo, manifestándose un deficiente consumo de arazá lo cual no permite que la comercialización de esta fruta se potencialice en el cantón.

De igual forma se ha observado que la información sobre los beneficios alimenticios del arazá no ha sido difundida ante la población del cantón, lo cual afecta al volumen de venta de la fruta.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Mercados de países productores:

El arazá en Colombia

El arazá se ha empleado, principalmente, para el consumo interno, en la mayoría de los países productores y en menor medida para la exportación.

En el caso de Colombia, el cultivo de arazá se encuentra específicamente en los departamentos amazónicos de Caquetá, Putumayo y Guaviare. Se estimó para el 2005 un área cultivada de 495 ha con arazá (bajo sistemas agroforestales),

manejadas por 912 productores y productoras, según estudios de mercado. Con esta producción no se cubre el potencial mercado nacional, por lo que los esfuerzos se han orientado al desarrollo de la producción para mercado interno y posterior a eso al mercado internacional.

Una de las empresas colombianas que actualmente comercializa este tipo de pulpa (presentación congelada) es la Miscelánea y Comercializadora PACO LTDA, esta empresa ha sido líder en el desarrollo de mercado nacional, su área de impacto es Jamundí del Valle del Cauca

(Con productores y productoras de la zona). Se funda en 2002, donde la producción anual fue de 650 kg (trabajando con 30 familias) y ya para 2008 su producción se estimó en 30.000 kg. Un aspecto importante de señalar es la variedad de productos que se están elaborando en Colombia, ya que no sólo se usa como pulpa para la elaboración de jugos, postres o bebidas, sino que existe una amplia gama de productos de interés que se puede explorar.²⁶

El arazá en Ecuador.

En Ecuador el cultivo y utilización del arazá se ha dado específicamente en la provincia de Esmeraldas en el sector La Concordia por la empresa Romero Kotre; esta compañía tiene una plantación de arazá de 30 hectáreas en este sector, la misma que sirve como materia prima para la planta procesadora que tiene una capacidad instalada de 10 TM/ día.

Otra de las empresas dedicadas al cultivo y producción de derivados del arazá es La delicia, con sus productos “Madre Tierra”.

Madre Tierra es una de las zonas de mayor producción de guayaba y arazá de la Amazonía central con un aproximado de 5000 Kg. /mes.

Ubicado en el Municipio de Mera, Provincia de Pastaza.

²⁶ ESCOBEDO ,Adriana: Sondeo rápido de mercado,CATIE,Colombia,2013

Los Productores son campesinos organizados en la Asociación de Productores de Guayaba “La Delicia”, buscan combatir la pobreza y la destrucción ambiental a través del aprovechamiento de los productos del bosque. El trabajo de recolección de esta fruta es en un 80 por ciento familiar y participan principalmente las mujeres.

En su procesamiento trabajan jóvenes, hombres y mujeres.

Los productos Madre Tierra; jaleas, bolos y pulpas de guayaba, arazá, piña y otras frutas, son 100 por ciento naturales.

En el 2001, cinco años después del iniciado proyecto y de una constante búsqueda de apoyo técnico y financiero, tanto por parte del Municipio de Mera como la Asociación de Productores, La Fundación Ambiente y Sociedad/Programa Bolsa Amazonía con el apoyo técnico del Programa Pobreza y Medio Ambiente en la Amazonía y la Agencia Brasileña de Cooperación consigue el financiamiento de la Unión Europea para la readecuación completa de la infraestructura física, el equipamiento y el acompañamiento técnico permanente durante un año. Financiamiento que fue completado por el Municipio de Mera, institución que además participó en el seguimiento del proyecto y en su difusión.

Desde enero del 2002 se impulsó una Cooperación técnica Sur-Sur Brasil Ecuador para fortalecer el tema de la higiene y productividad el mismo que contó con el apoyo de la Universidad Técnica de Ambato y el Programa POEMA de la Universidad Federal.

La Gamboina

La capacidad actual de producción es de 1500 kg. De fruta fresca mensuales. La Gamboina utiliza solamente el 12% de su capacidad instalada, considerando que no está dedicada exclusivamente a procesar frutas, la capacidad en este caso particular disminuye aún más. Para tener una idea del volumen de fruta comprado

se tiene que en el 2001 se compró 1575 kg., mientras que en el 2002 se alcanzó a 390 kg., lo cual se debe fundamentalmente a que la fábrica diversificó el tipo de su producción hacia lácteos y palmito que son los productos más demandados en el mercado.

En la actualidad la Gamboína tiene una producción de 300 cajas que contiene 24 unidades de 300gr. de mermelada de arazá mensual, esta producción está destinada para el consumo local, cabe recalcar que si la demanda fuera mayor esta fábrica está en la capacidad de duplicar su producción.²⁷

Cuadro 12. Empresas colombianas que utilizan el arazá como materia prima .

Nombre de la empresa	Actividad	Municipio
Pre cooperativa procesadora de frutas del Amazonas.	Producción de mermeladas de: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Arazá ➤ Carambola ➤ Cocona 	Leticia (Amazonas)
Asoheca	Producción, transformación y comercialización de caucho y productos de arazá	Florencia(CAQUETA)
Mukatri	Producción de salsa agridulce de arazá.	Florencia(CAQUETA)
Productos amazónicos	Licor de arazá	Puerto Asís (Putumayo)
Miscelánea y comercializadora PACO LTDA.	Arazá congelada	Jamundí (Valle del Cauca)
Asociación Agropecuaria, Ambiental Y Social	Arazá	Jamundí (Valle del Cauca)
Amazonia lácteos	Yogurt de : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Arazá ➤ Cocona ➤ Pomarrosa ➤ piña 	Mocoa(Putumayo)
Agrocomercial del Caquetá Nueva Esperanza	<ul style="list-style-type: none"> ➤ caucho ➤ maderables ➤ arazá ➤ Piña 	Caquetá

²⁷MANTILLA, Lucia Ruiz, *Situación de la cadena productiva*, Septiembre del 2003, Pág. 30-32

Cuadro 12.Empresas Ecuatorianas que utilizan el arazá como materia prima

Nombre de la empresa	Actividad	Municipio
Romero Kotre	Productos de arazá	La Concordia (Esmeraldas)
La Delicia	➤ Mermeladas de arazá. ➤ Bolos de arazá.	Mera (Pastaza)
La Gamboina	Mermelada de arazá.	La amazonia

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel.

- Podemos ver según los cuadros presentados que nuestro país no utiliza el arazá en gran cantidad como lo hace Colombia con gran diversidad de productos derivados de la fruta.

Esta información muestra una referencia para una perspectiva positiva en cuanto a la potencialización comercial de esta fruta en nuestro país, lo cual podríamos lograrlo con un diseño de un plan estratégico que nos ayude a dar a conocer tanto los beneficios alimenticios de la fruta así como también los beneficios económicos de la comercialización de la misma

4.3 RESULTADOS DE DATOS ESTADÍSTICOS

Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar.

1. ¿Considera usted que los cultivos familiares y su comercialización; en los cuales se incluye el arazá permiten mejorar la economía de las familias?

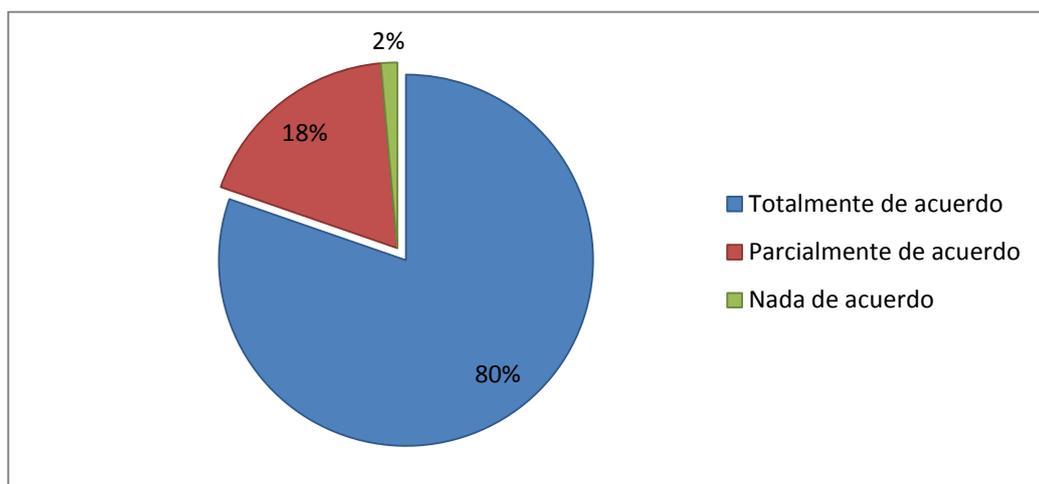
Cuadro 5.Mejoramiento de la economía familiar mediante el cultivo y comercialización del arazá.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	286	80%
Parcialmente de acuerdo	65	18%
Nada de acuerdo	5	2%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Figura 1. Mejoramiento de la economía familiar mediante el cultivo y comercialización del arazá.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANÁLISIS:

Como podemos observar la mayor parte de la población está totalmente de acuerdo que los cultivos familiares permiten mejorar la economía de las familias, siendo este uno de los principales medios que les genera recursos para sus hogares.

Según comentarios de los encuestados, la inclusión del arazá en estos cultivos y su comercialización ayudarían a mejorar la economía de las familias del sector.

2. ¿Estaría interesado en cultivar el arazá como una forma de generar recursos a su familia?

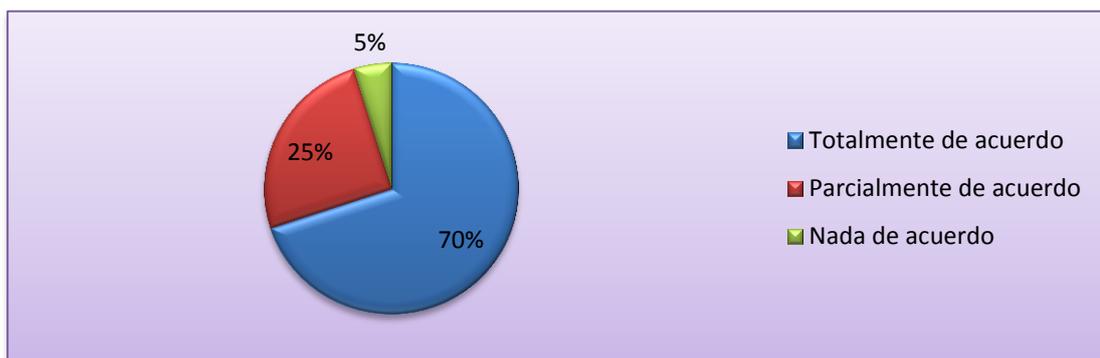
Cuadro 6. El arazá como una forma de generar recursos.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	249	70%
Parcialmente de acuerdo	90	25%
Nada de acuerdo	17	5%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Grafico 2.El arazá como una forma de generar recursos



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANALISIS:

En el cantón el 70% de las familias están interesados en cultivar el arazá como una forma de generar recursos a su familia, un 25% está parcialmente de acuerdo y tan solo el 5% no está de acuerdo.

Por comentarios emitidos por las personas encuestadas, este resultado se debe a que Simón Bolívar es un cantón netamente agrícola en donde la mayoría de hogares cuentan con un huerto familiar en el cual incluyen por lo menos una planta de arazá.

3. ¿Si el arazá fuera una fruta con alto nivel de comercialización estaría dispuesto a cultivarla?

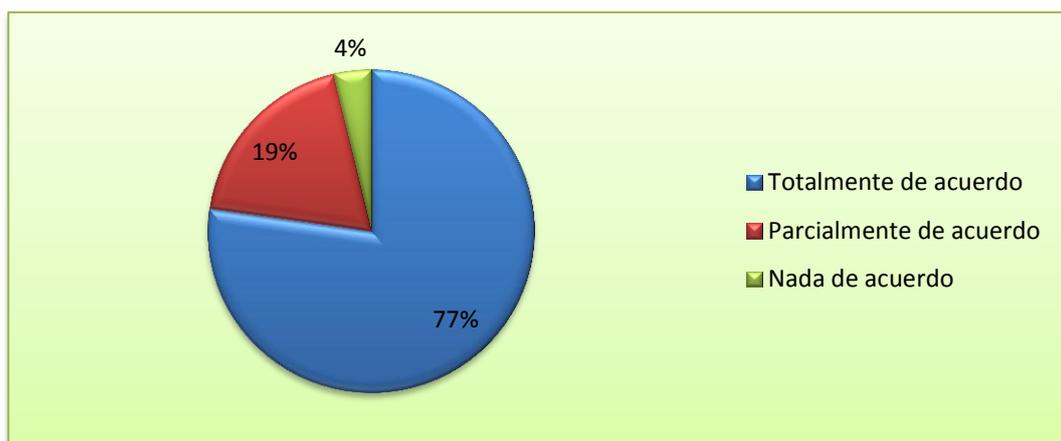
Cuadro 7. Disponibilidad de cultivo para el arazá

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	275	77%
Parcialmente de acuerdo	68	19%
Nada de acuerdo	13	4%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel
Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Fuente:

Gráfico 3. Disponibilidad de cultivo para el arazá



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel
Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Fuente:

ANÁLISIS

En el resultado de las encuestas realizadas la mayoría de familias expresaron que si están de acuerdo en cultivar el arazá si este tendría un alto nivel de comercialización, ya que tendrían gran facilidad de venderlo y obtener la rentabilidad esperada de esta venta.

4. ¿Cree usted que los medios de financiamiento son de gran apoyo para la producción?

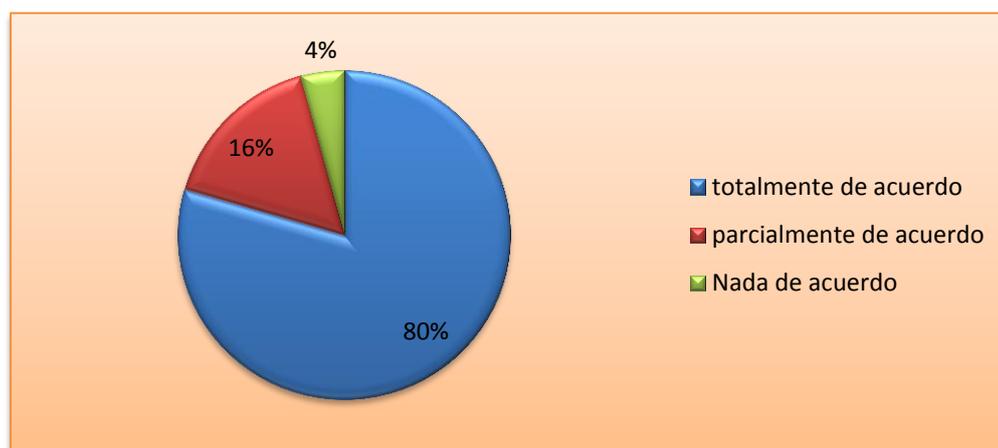
Cuadro 8.Medios de financiamiento como apoyo a la producción

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	283	80%
Parcialmente de acuerdo	58	16%
Nada de acuerdo	15	4%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Grafico 4. Medios de financiamiento como apoyo a la producción



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANALISIS:

El 80% de las familias encuestadas están totalmente de acuerdo en que los medios de financiamiento son de gran apoyo para la producción, ya que juegan un rol muy importante dentro de sus recursos económicos.

5. ¿Si usted pudiese acceder a un financiamiento o crédito para cultivos pondría en práctica este tipo de emprendimiento?

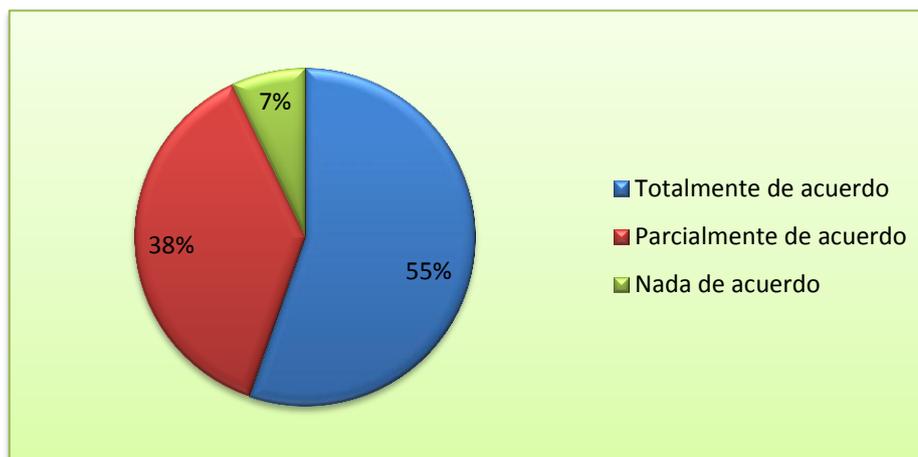
Cuadro 9. El arazá como emprendimiento

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	197	55%
Parcialmente de acuerdo	134	38%
Nada de acuerdo	25	7%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Gráfico 5. El arazá como emprendimiento



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANÁLISIS:

Con un 55%, las familias están de acuerdo en hacer del cultivo de arazá un modelo de emprendimiento en el cantón siempre y cuando puedan acceder a

financiamientos o créditos productivos. El 38% está parcialmente de acuerdo y tan solo el 7% no está de acuerdo.

6. ¿Cree usted que el arazá es una fruta de la cual se han difundido todos sus beneficios alimenticios?

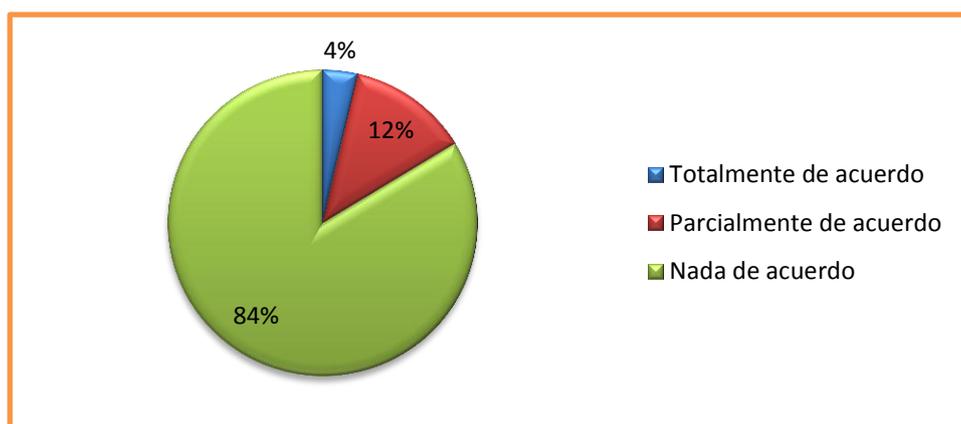
Cuadro 10. Deficiente información difundida sobre los beneficios del arazá

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	13	4%
Parcialmente de acuerdo	45	12%
Nada de acuerdo	298	84%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Gráfico 6. Deficiente información difundida sobre los beneficios del arazá



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANÁLISIS:

El 84 % de las familias encuestadas opinan que la información sobre los beneficios alimenticios del arazá no han sido difundidos, el 12% de los

encuestados están parcialmente de acuerdo y un 4% opina que esta información si ha sido difundida.

7. ¿Conoce usted cuales son los mercados donde el arazá es altamente requerido?

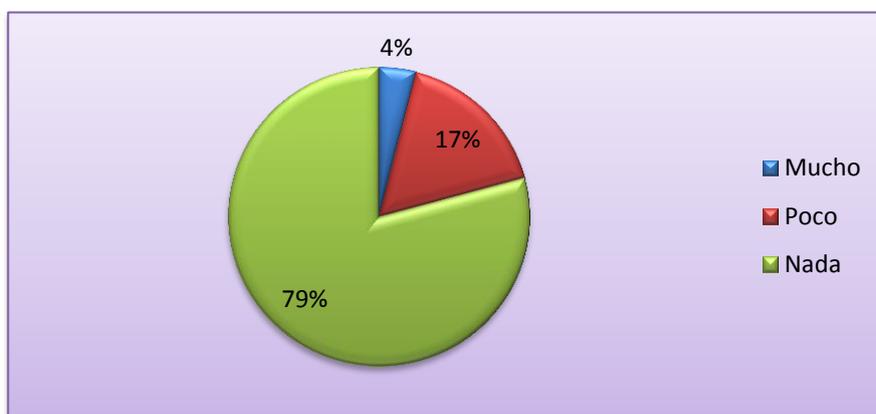
Cuadro 11. Desconocimiento de los mercados que requieren arazá.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Mucho	14	4%
Poco	60	17%
Nada	282	79%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel
Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Fuente:

Gráfico 7. Desconocimiento de los mercados que requieren arazá.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel
Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Fuente:

ANÁLISIS:

De acuerdo a la encuesta realizada el 79% de las familias desconocen totalmente los mercados donde el arazá es altamente requerido; por este motivo

no se dedican al cultivo del arazá en gran cantidad debido a que no tienen compradores para su producción.

1. ¿Usted como parte de una familia que se encuentra en una región agrícola tiene conocimiento del proceso productivo del arazá?

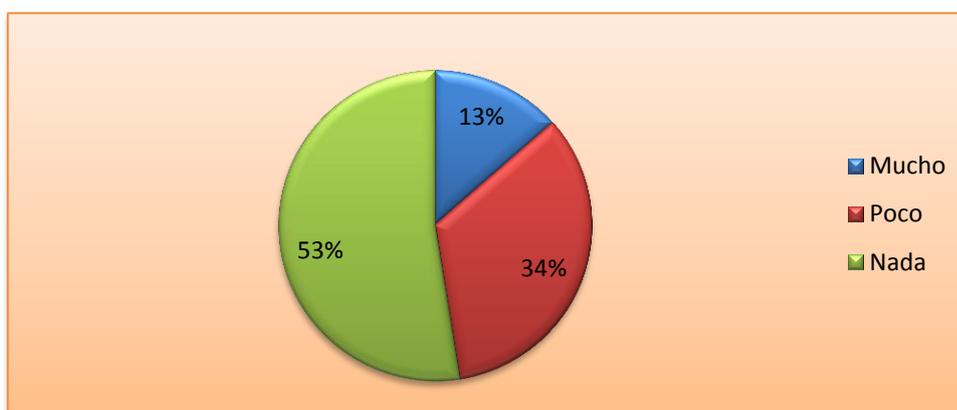
Cuadro 12.Desconocimiento del proceso productivo del arazá.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Mucho	48	13%
Poco	121	34%
Nada	187	53%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Gráfico 8. Desconocimiento del proceso productivo del arazá.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANALISIS:

Un 53% de las familias no tienen conocimiento sobre el proceso productivo del arazá, el 34% conoce muy poco y tan solo el 13% tiene gran conocimiento sobre el tema planteado.

En la encuesta realizada a las familias pudimos constatar la falta de conocimiento del proceso productivo del arazá, debido a que cuentan con esta planta solo para el consumo familiar.

1. ¿Si tuviese el conocimiento adecuado y de financiamiento ingresaría a la producción del arazá?

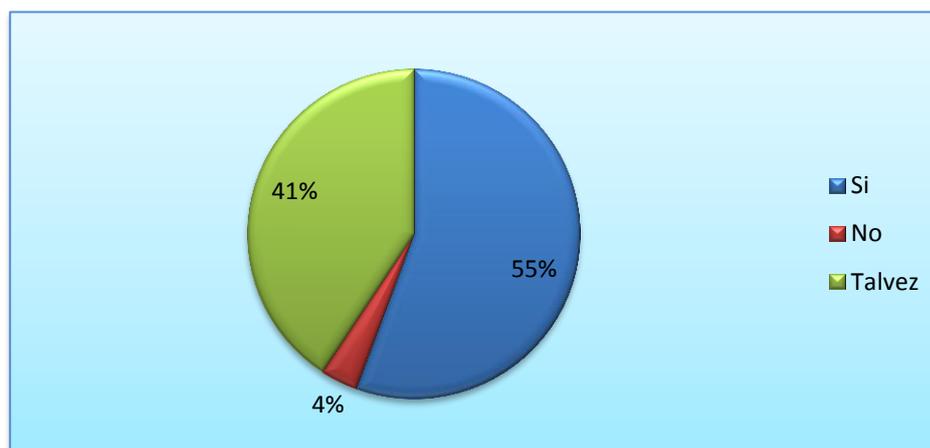
Cuadro 13. Están de acuerdo en producir arazá

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Si	198	55%
No	13	4%
Tal vez	145	41%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Gráfico 9. Están de acuerdo en producir arazá



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANALISIS:

Según las encuestas realizadas a las familias el 55 % está de acuerdo en cultivar arazá siempre y cuando cuenten con los conocimientos adecuados tanto de cómo obtener un financiamiento así como del proceso productivo de la fruta.

Encuestas realizadas a los consumidores.

1) ¿El arazá es una fruta de alto consumo dentro de esta región?

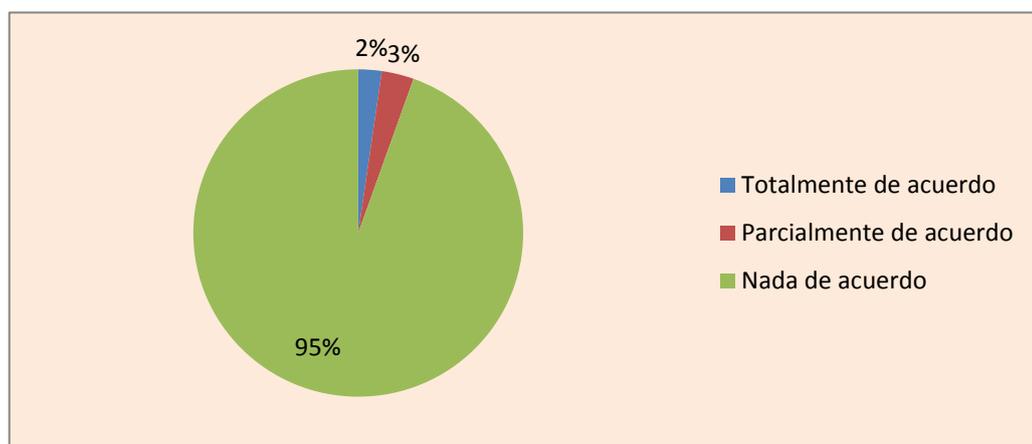
Cuadro 14. Bajo consumo de arazá en la región.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	8	2%
Parcialmente de acuerdo	11	3%
Nada de acuerdo	330	95%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar.

Grafico 10. Bajo consumo de arazá en la región.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar.

ANALISIS:

Según las encuestas realizadas podemos notar que el arazá no es una fruta de alto consumo dentro de la región y específicamente dentro del cantón Simón Bolívar.

2) ¿Conoce cuáles son los beneficios que tiene el arazá?

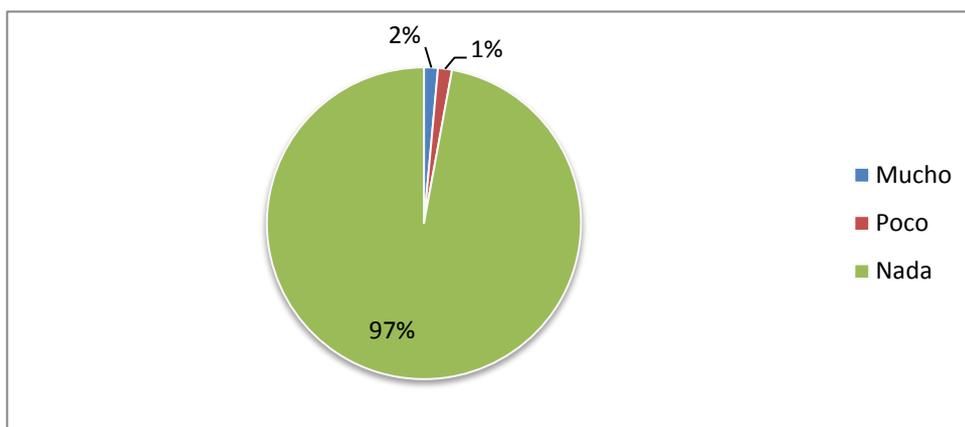
Cuadro 15. Desconocimiento de los beneficios del arazá.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Mucho	5	2%
Poco	5	1%
Nada	339	97%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar.

Grafico 11. Desconocimiento de los beneficios del arazá.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar.

ANALISIS:

Con un 97% podemos afirmar que en el cantón Simón Bolívar existe total desconocimiento sobre los beneficios del arazá. Según comentarios de los encuestados esto se debe a la falta de publicidad de la fruta donde den a conocer sus propiedades así como sus beneficios.

1) ¿Cree usted que el volumen de ventas del arazá actualmente depende de que tan difundidos son los beneficios de la fruta?

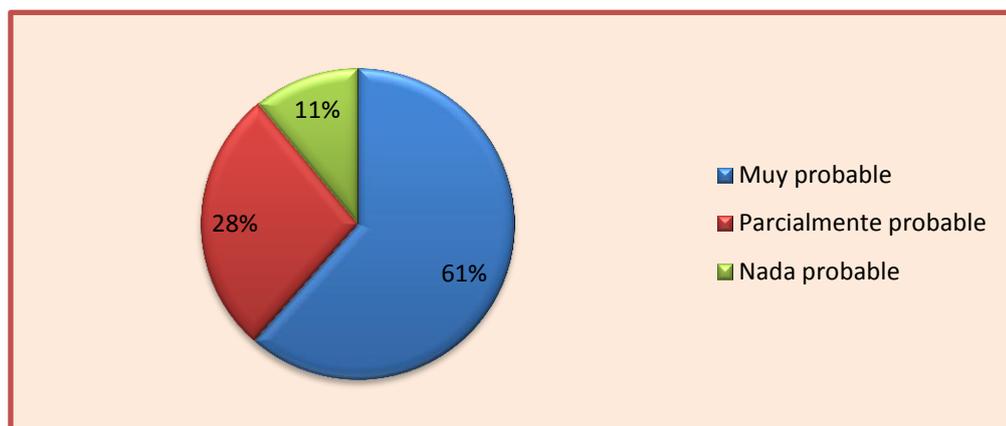
Cuadro 16. Volumen de venta del arazá depende de la difusión de información de la fruta.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Muy probable	219	61%
Parcialmente probable	98	28%
Nada probable	39	11%
TOTAL	356	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

Gráfico 12. Volumen de venta del arazá depende de la difusión de información de la fruta.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Simón Bolívar

ANÁLISIS:

El 61% de los encuestados creen que es muy probable que el nivel de ventas del arazá dependa de que tan difundida sea la información sobre los beneficios de la fruta; según opiniones personales de las familias; el consumidor no puede elegir una fruta sin saber sus beneficios alimenticios.

3) ¿En los sitios que actualmente acude para comprar frutas, existe el arazá?

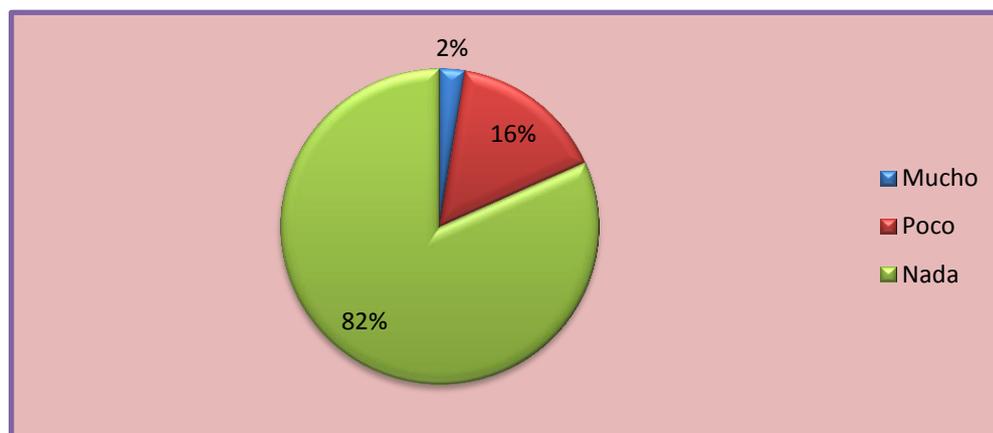
Cuadro 17. Existencia del arazá en los mercados de frutas.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Mucho	9	2%
Poco	55	16%
Nada	285	82%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar

Grafico 13. Existencia del arazá en los mercados de frutas.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar

ANALISIS:

Según las encuestas realizadas podemos ver que en los mercados de frutas a los cuales acuden las personas del cantón Simón Bolívar no existe el arazá para que pueda ser comercializado.

4) ¿Estaría dispuesto a consumir el arazá si conociera cuales son todos sus beneficios?

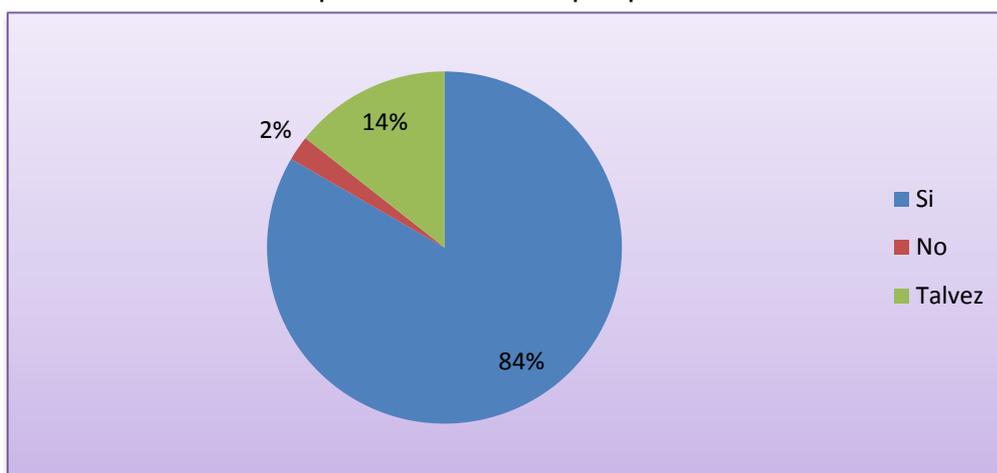
Cuadro 18. Aceptación del arazá por parte de los consumidores.

Alternativas	Frecuencia relativa	Porcentajes
Si	291	84%
No	8	2%
Tal vez	50	14%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar.

Grafico 14. Aceptación del arazá por parte de los consumidores.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Fuente: Encuesta realizada a la población (19-29 años) del cantón Simón Bolívar.

ANALISIS:

Con el 84%, las personas están de acuerdo en consumir el arazá siempre y cuando tengan conocimiento de sus beneficios. Ya que según comentarios emitidos no pueden arriesgarse a consumir frutas que pueden causar daños en su salud.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 19. Verificación de hipótesis general

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
El nivel del potencialización comercial del arazá incide en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.	<p>Según las encuestas realizadas y específicamente en la pregunta N° 1 podemos corroborar la hipótesis planteada ya que con un 80% la mayoría de familias encuestadas están totalmente de acuerdo en que los cultivos familiares y su comercialización; en los cuales se incluye el arazá permiten mejorar la economía de las familias.</p> <p>Aquí se está cumpliendo la hipótesis ya que hablamos de una incidencia del potencial comercial del arazá en la economía familiar.</p>

Fuente: Hipótesis y Resultados de Encuesta.

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 20. Verificación de hipótesis particular 1

HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
Los medios de financiamiento, influyen en los recursos económicos de las familias para la producción.	Los medios de financiamiento juegan un rol muy importante dentro de la producción, es así que podemos comprobar la hipótesis planteada; ya que en la pregunta N° 4 el 79% de las familias encuestadas están totalmente de acuerdo en que los medios de financiamiento son de gran apoyo en sus recursos económicos destinados a la producción.

Fuente: Hipótesis y Resultados de Encuesta.

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 21. Verificación de hipótesis particular 2

HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
<p>El nivel de conocimiento de los beneficios del arazá incide en su volumen de ventas.</p>	<p>Efectivamente confirmamos la hipótesis con las preguntas N°3 y N° 5 de la encuestas realizadas a los consumidores, en la pregunta número tres la mayoría de personas creen que es muy probable que el nivel de venta del arazá dependa de la difusión de la información de la fruta.</p> <p>Esto podemos corroborarlo de una mejor manera con la pregunta número cinco ya que el mayor número de encuestados están de acuerdo en consumir el arazá siempre y cuando conozcan sus beneficios</p>

Fuente: Hipótesis y Resultados de Encuesta.

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 22. Verificación de hipótesis particular 3

HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
La falta de mercados afecta a la comercialización del arazá.	<p>Esta hipótesis es comprobada mediante la pregunta N° 7 de la encuesta realizada a las familias y la pregunta N° 4 realizada a los consumidores.</p> <p>En la pregunta número siete podemos ver que las familias no conocen los mercados en donde el arazá es altamente requerido, esto hace que no tengan interés en cultivarlo, por lo tanto hay escasez de la fruta para su comercialización.</p> <p>La pregunta número cuatro de la encuesta realizada a los consumidores nos muestra que en los mercados a los que ellos acuden no existe el arazá como fruta comercializable .con esto verificamos que la hipótesis se cumple.</p>

Fuente: Hipótesis y Resultados de Encuesta.
Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Cuadro 23. Verificación de hipótesis particular 4

HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
El nivel de conocimiento de las familias sobre el proceso productivo del arazá incide en el cultivo de esta fruta	La pregunta N° 8 nos ayuda a comprobar la veracidad de esta hipótesis, ya que más del 50% de los encuestados no tienen conocimiento sobre el proceso productivo del arazá y según comentarios emitidos por ellos esto hace que no tomen el riesgo de dedicarse a la producción de arazá en gran cantidad.

Fuente: Hipótesis y Resultados de Encuesta.
Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de un plan estratégico para potenciar el cultivo y comercialización del arazá como actividad generadora de ingresos de las familias del cantón Simón Bolívar, provincia del Guayas.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

PLAN ESTRATÉGICO

Entendemos por plan estratégico a un documento que acoge aquellas principales líneas de acción, es decir, aquellas estrategias que una organización se propone seguir en el corto y mediano plazo.

Podemos mencionar también que un plan estratégico es aquel documento oficial en el que los responsables de una organización reflejan cual será la estrategia a seguir en el medio plazo.

Para qué sirve el plan estratégico.

La finalidad de un plan estratégico es definir aquellos objetivos y saber cuáles son las mejores acciones que se deben llevar a cabo para alcanzar los objetivos propuestos.

De esta forma se puede facilitar la gestión de la organización para así hacerla más eficiente, asignando políticas concretas a los diversos sectores implicados.

Objetivos de la planeación estratégica.

En toda organización debemos saber dónde nos encontramos y a dónde queremos llegar. Por lo tanto la planeación estratégica tiene sus propios objetivos, los cuales pueden variar de acuerdo a su implementación.

Aplicando estos objetivos en nuestra investigación tenemos que un plan estratégico nos ayudaría a:

- Mejorar la posición del arazá en el mercado
- Búsqueda de mayor rentabilidad para las personas que lo cultivan en sus huertos familiares.
- Establecimiento de mayor Imagen y prestigio de la fruta.
- Mayor crecimiento de producción y comercialización en las diferentes regiones del país.
- Aumento en la participación en el mercado

4. TIPOS DE PLANES ESTRATEGICOS

Decimos que el plan estratégico es ventajoso ya que se puede clasificar de acuerdo a las necesidades, naturaleza o propósito de cualquier organización. Basándonos en esta clasificación aplicaremos los siguientes planes estratégicos:

Plan Estratégico de Producción y comercialización

Este plan estratégico nos permitirá analizar y evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta el arazá para su producción; mediante esto podremos diseñar las respectivas estrategias para el cultivo del arazá en el cantón Simón Bolívar.

Así como también podremos crear estrategias para que esta fruta sea altamente comercializada.

Etapas de la planeación estratégica

Para llevar a cabo nuestro plan estratégico aplicaremos cuatro etapas muy importantes.

Los cuales son:

- Análisis de la situación actual.
- El establecimiento de la misión.
- El establecimiento de objetivos Y
- El diseño de estrategias adecuadas.

Análisis de la Situación Actual

Es una etapa fundamental, ya que nos permite saber el porqué de nuestro plan estratégico; es decir mediante el análisis de la situación actual aplicando un análisis FODA sabremos en qué circunstancias se encuentra el arazá en el Cantón Simón Bolívar, sabremos cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para así no caer en errores que conlleven a obtener resultados frustrantes, costosos y no deseados.

Establecimiento de la misión.

Etapa que nos permite saber quiénes somos, es decir nos permite conocer el motivo por el cual realizaremos el plan estratégico, sus características, así como también de qué forma vamos a involucrar nuestro plan con la sociedad interesada.

Establecimiento de objetivos.

Nos permite saber qué es lo que queremos lograr con nuestro plan estratégico, es decir los objetivos nos permitirán saber hacia dónde queremos llegar.

Diseño de las estrategias adecuadas.

La selección de estrategias nos sirve para fortalecer el cumplimiento de los objetivos de nuestro plan.

Cabe mencionar que: el éxito o el fracaso de un plan estratégico depende del diseño y una adecuada aplicación de estas estrategias.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Con el cambio de la matriz productiva del Ecuador, el tener una especie producida por nuestra tierra con tantas propiedades a la vez y que no se las esté explotando como fuente de alimentación, trabajo y generación de recursos es un problema que se debe mejorar de inmediato.

La presente propuesta busca como objetivo hacer consciencia en los agricultores de la zona y por qué no en los inversionistas industriales para que miren el arazá como un recurso no explotado e innovador que puede ser una fuente generadora de riqueza para la sociedad.

Se conocerán cuantas personas tienen en sus terrenos el producto, cuantos lo venden, los precios y quienes están dispuestos a tomarlo como una fuente de ingresos.

De esta manera se justifica esta propuesta por los impactos que a nivel económico, nutricional, social y productivo va a generar en la población de Simón Bolívar y sus sectores aledaños.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la propuesta

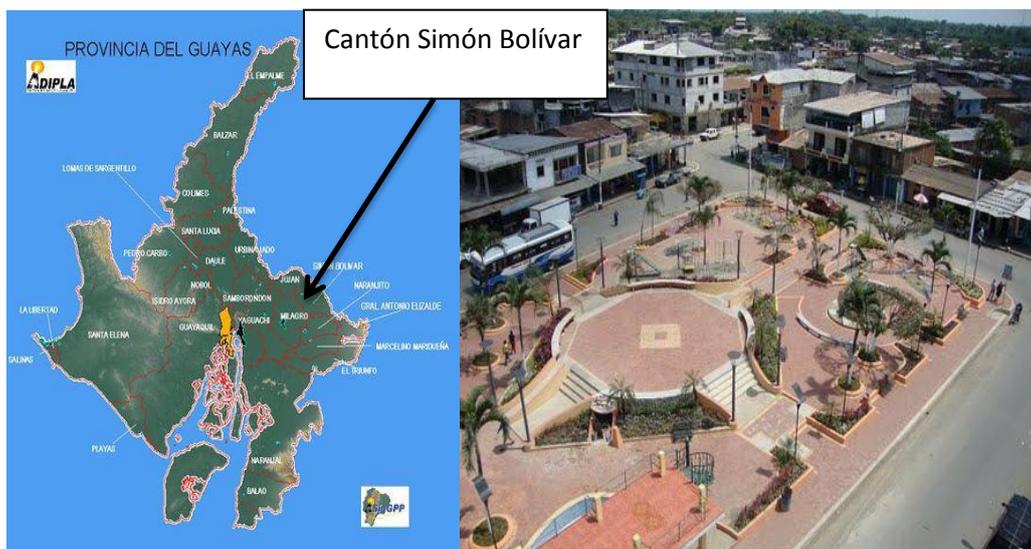
Potenciar el cultivo y comercialización del arazá diseñando un plan estratégico que permita dar a conocer esta fruta como una fuente generadora de ingresos de las familias del cantón Simón Bolívar, provincia del guayas.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Formular estrategias que nos permitan atraer a quienes tienen terrenos sin producir a que cultiven el arazá.
- Formular estrategias para despertar el interés en los empresarios y en la ciudadanía en general para que de esta manera usen el arazá con fines comerciales y/o industriales.
- Ejecutar el plan estratégico

5.5 UBICACIÓN

Grafico 15. Mapa del Cantón Simón Bolívar.



Fuente: Imágenes de Google.

5.6 FACTIBILIDAD

Factibilidad legal

Economía Popular Y Solidaria

Art.- 1. Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y practicas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación del capital.

Formas de organización de la Economía Popular Y Solidaria

Art.- 2.- Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

- a) Las unidades socioeconómicas populares ,tales como los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros , dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado con el fin de ,mediante el autoempleo generar ingresos para su auto subsistencia.

- b) Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes y servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las

condiciones de su entorno próximo, tales como los comedores populares , las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras que constituyen el sector comunitario²⁸.

Nuestra propuesta será factible legalmente basándonos en los artículos uno y dos de la ley de Economía Popular Y Solidaria, ya que mediante nuestro plan estratégico queremos incentivar a los habitantes del Cantón Simón Bolívar a producir y comercializar el arazá como un emprendimiento familiar generador de ingresos que les permitirá mejorar su calidad de vida.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades.

A continuación se establecen las actividades que forman parte del plan estratégico para potenciar el cultivo y comercialización del arazá como fuente generadora de ingresos para las familias del Cantón Simón Bolívar provincia del Guayas, el mismo que se ha diseñado para un año (Agosto del 2014 a Agosto del 2015).

Misión

Hacer del arazá una fruta altamente conocida tanto a nivel industrial como comercial en el Cantón Simón Bolívar, con el fin de convertir esta fruta en una fuente generadora de ingresos para las familias del sector

Visión

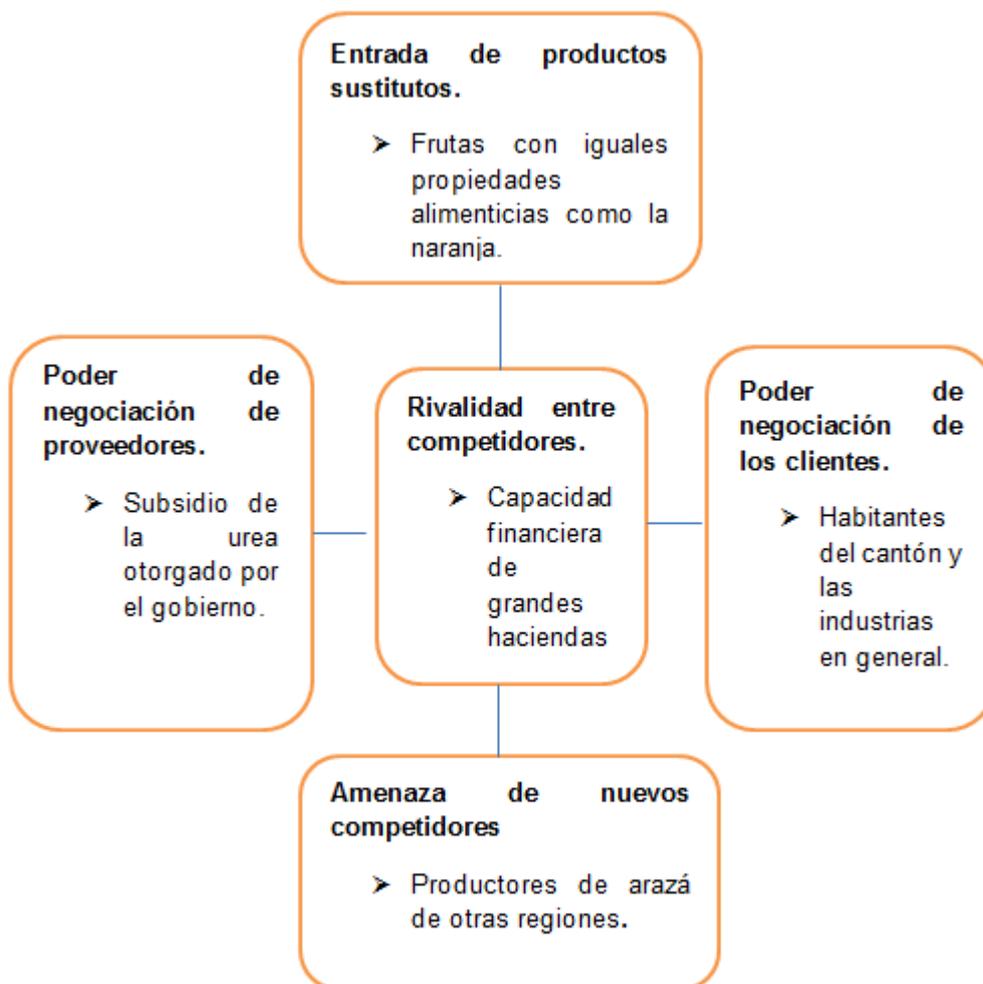
Para el año 2015, lograr posicionar al arazá como una fruta altamente requerida en los mercados locales y regionales.

²⁸ Ministerio Coordinador de Desarrollo social, Ley Orgánica de economía social y solidaria, <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria>

Análisis del nivel de competitividad del sector

Análisis de Porter del arazá.

Figura 16. Cinco fuerzas competitivas de Porter.



Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel.

Según el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter podemos darnos cuenta que los factores que tenemos en contra son la rivalidad entre competidores, la entrada de productos sustitutos, así como también la entrada

de nuevos competidores que pueden ser productores de arazá de otras regiones.

Gráfico 17. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Contar con terrenos para el cultivo</p> <p>Producto innovador</p> <p>Experiencia por las persona que ya tienen el producto</p> <p>Contamos con profesionales al frente del proyecto</p>	<p>Producto poco conocido</p> <p>Desconocimiento de técnicas para potencializar la producción</p> <p>Escasos recursos para el cultivo</p> <p>Desinterés en los agricultores</p>
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Financiamiento del estado para nuevos emprendimientos</p> <p>Cambio de la matriz productiva</p> <p>Aprovechamiento de las frutas exóticas por parte de los empresarios</p> <p>Formar parte de la región 5</p>	<p>Falta de valoración hacia el producto por parte de las población de Simón Bolívar</p> <p>La competencia con productores de otras regiones</p> <p>Crisis económica</p> <p>Presión tributaria a los empresarios</p>

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Gráfico 18.Matriz MEFE

Factor externo clave	Ponderación	Calificación	Resultado ponderado
OPORTUNIDADES			
Financiamiento del estado para nuevos emprendimientos.	0.3	3	0.9
Cambio de la matriz productiva	0.5	2	1
Aprovechamiento de las frutas exóticas por parte de los empresarios.	0.3	2	0.6
Formar parte de la región 5	0.1	1	0.1
AMENAZAS			
Falta de valoración hacia la fruta por parte de los habitantes del cantón.	0.1	1	0.1
Crisis económica	0.2	2	0.4
Presión tributaria a los empresarios	0.4	1	0.4
TOTAL	2.2		3.8

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

Esta matriz analiza los factores externos colocados en el lado derecho y ha recibido una ponderación y una calificación, al obtener los factores externo que interactúan en el accionar de las estrategias a implementarse una calificación final de 3.8, nos indica que se posee la capacidad de controlar las amenazas y aprovechar las oportunidades, ya que 2.5 es la calificación positiva que indica un mínimo de reacción.

Gráfico 19. Matriz MEFI

FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS			
Contar con terrenos para el cultivo	0.2	4	0.8
Materia prima innovadora	0.2	4	0.8
Experiencia por las personas que ya tienen el producto	0.2	4	0.8
Contamos con profesionales al frente del proyecto	0.2	4	0.8
DEBILIDADES			
Producto poco conocido	0.2	2	0.4
Escasos recursos para el cultivo	0.1	2	0.2
Desconocimiento de técnicas para potenciar la producción	0.1	2	0.2
Desinterés en los agricultores.	0.2	2	0.4
	1.4		4.4

Elaborado por: Karina Salazar Y Patricia Peñafiel.

En esta matriz se ha realizado lo mismo que en la matriz MEFE, pero esta vez aplicándolo a los factores internos, al obtener una calificación de 4.4 podemos ver que estamos listos para aprovechar esos factores a favor del plan estratégico

Gráfico 20. Analisis de las estrategias FO-FA-DO-DA.

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Contar con terreno para el cultivo • Materia prima innovadora • Experiencia de las personas que ya tienen la fruta. • Contar con profesionales al frente del proyecto. 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Producto poco conocido. • Escasos recursos para el cultivo. • Desconocimiento de técnicas para potenciar la producción. • Desinterés en los agricultores.
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento del estado para nuevos emprendimientos. • Cambio de la matriz productiva. • Aprovechamiento de las frutas exóticas por parte de los empresarios. 	ESTRATEGIAS FO <ul style="list-style-type: none"> • Invitar a los empresarios a visitar los cultivos • Usar los terrenos que se encuentran sin producir, para cultivar el arazá. 	ESTRATEGIAS FA <ul style="list-style-type: none"> • Realizar publicidad televisiva para dar a conocer los resultados en países que han fabricado productos a partir de Arazá • Invitar a los agricultores a visitar los cultivos en otras regiones.
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • Falta de valoración hacia la fruta por parte de los habitantes del Cantón. • Crisis económica. • Presión tributaria a los empresarios. 	ESTRATEGIAS DO <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar plan de capacitación sobre las técnicas para el cultivo del arazá. 	ESTRATEGIAS DA <ul style="list-style-type: none"> • Utilizando el marketing on-line dar a conocer las propiedades que tiene el producto • Aprovechar los créditos productivos a bajo interés otorgados por el Banco Nacional de Fomento.

En esta matriz se ha analizado cada factor interno y externo, se los ha enfrentado a las debilidades y amenazas con las oportunidades y fortalezas y se han establecido que acciones tomar para evitar que las amenazas y las debilidades tengan un efecto negativo aprovechando las fortalezas y oportunidades

Gráfico 21.Matriz de perfil competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACION	ARAZÁ		MANGO		PIÑA	
		Clasif.	Result	Clasif.	Result	Clasif.	Result
a	b	c	d	e	f	g	h
PARTICIPACION EN EL MERCADO	0.1	4.0	0.4	4.0	0.4	4.0	0.4
COMPETITIVIDAD EN PRECIOS	0.1	3.0	0.3	2.0	0.2	3.0	0.3
CANALES DE DISTRIBUCION	0.2	2.0	0.4	3.0	0.6	3.0	0.6
CALIDAD DEL PRODUCTO	0.4	4.0	1.6	3.0	1.2	3.0	1.2
DESARROLLO TECNOLOGICO	0.2	2.0	0.4	2.0	0.4	2.0	0.4
TOTAL RESULTADO PONDERADO	1.0	--	3.1	--	2.8	--	2.9

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel

La matriz de perfil competitivo analiza la posición que el arazá tiene frente a otras frutas competidoras en el mercado, se han determinado como factores de éxito las siguientes variables:

- Participación en el mercado
- Competitividad de precios
- Canales de distribución
- Calidad del producto
- Desarrollo tecnológico

Al ponderar la importancia y el peso que tiene cada una de esas variables y otorgarle una calificación al arazá y los productos que potencialmente compiten con la fruta podemos observar que frente al 3.1 de calificación del arazá el competidor más peligroso es la piña con 2.9, sin dejar de observar el mango que tiene una calificación de 2.8.

Costo de producción de Mango

Se ha evaluado los costos de producción de mango, piña y arazá bajo los mismos parámetros de financiamiento y las mismas condiciones a fin de evaluar la conveniencia de la inversión en los diferentes tipos de fruta.

Gráfico 22. Costo de producción de mango.

MANO DE OBRA	Unidad	Precio	Cantidad	Total
Huequeada	Jornal	1.60	25.00	40.00
Trasplante	Jornal	1.60	15.00	24.00
Aplicación de fitosanitario	Jornal	1.60	45.00	72.00
Aplicación de fertilizantes	Jornal	1.60	4.00	6.40
Deshierba natural	Jornal	1.60	25.00	40.00
Cosecha	Jornal	1.60	20.00	32.00
Semillas				
Plantas injertadas	Plantas	0.04	3500.00	140.00
Fertilizantes				
Urea	Saco	6.74	4.00	26.96
Completo	Saco	11.45	4.00	45.80
Fitosanitario				
Nematicidas	Kilos	5.18	10.00	51.80
Herbicidas	Litros	5.76	0.20	1.15
herbicida GMXN	Litros	6.62	2.50	16.55
Insecticida	Litros	23.09	0.30	6.93
Fungicida	Litros	26.25	0.50	13.13
Maquinarias y Equipos				
Preparación de suelo	Ha	40.00	1.00	40.00
riego por goteo	Ha	24.00	1.00	24.00
transportación de cosecha	Camión	115.00	10.00	1150.00
Total Costo directo				1730.71
Costos indirectos				
5% Costo de administración				65.44
26% Interes del 80% capital en 6 meses				134.65
5% de imprevistos				64.74
5% de reparación de infraestructura				64.74
Total de costos indirectos				329.57
COSTO TOTAL POR HECTAREA				2060.28
TONELADAS POR HECTAREAS	18	COSTO TONELADA		114.46

Gráfico 23. Costo de producción de piña.

MANO DE OBRA	Unidad	Precio	Cantidad	Total
Huequeada	Jornal	2.40	78.00	187.20
Trasplante	Jornal	1.60	15.00	24.00
Aplicación de fitosanitario	Jornal	1.60	45.00	72.00
Aplicación de fertilizantes	Jornal	1.60	4.00	6.40
Deshierba natural	Jornal	1.60	25.00	40.00
Cosecha	Jornal	1.60	20.00	32.00
Semillas				
Base de piña	Plantas	0.08	4200.00	336.00
Fertilizantes				
Urea	Saco	6.74	7.00	47.18
Abono	Saco	18.00	12.00	216.00
Fitosanitario				
Nematicidas	Kilos	7.75	18.00	139.50
Herbicidas	Litros	6.52	0.20	1.30
herbicida GMXN	Litros	6.62	2.50	16.55
Insecticida	Litros	23.09	0.30	6.93
Fungicida	Litros	35.69	0.50	17.85
Maquinarias y Equipos				
Preparación de suelo	Ha	85.00	1.00	85.00
riego por goteo	Ha	52.00	1.00	52.00
transportación de cosecha	Camión	150.00	10.00	1500.00
Total Costo directo				2779.91
Costos indirectos				
5% Costo de administración				65.44
26% Interes del 80% capital en 6 meses				134.65
5% de imprevistos				64.74
5% de reparación de infraestructura				64.74
Total de costos indirectos				329.57
COSTO TOTAL POR HECTAREA				3109.48
TONELADAS POR HECTAREA	21	COSTO TONELADA		148.07

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel.

Gráfico.24 Costo de producir arazá.

MANO DE OBRA	Unidad	Precio	Cantidad	Total
Huequeada	Jornal	1.60	25.00	40.00
Trasplante	Jornal	1.60	15.00	24.00
Aplicación de fitosanitario	Jornal	1.60	45.00	72.00
Aplicación de fertilizantes	Jornal	1.60	4.00	6.40
Deshierba natural	Jornal	1.60	25.00	40.00
Cosecha	Jornal	1.60	20.00	32.00
Semillas				
Plantas injertadas	Plantas	0.03	900.00	27.00
Fertilizantes				
Urea	Saco	6.74	2.00	13.48
Completo	Saco	11.45	4.00	45.80
Fitosanitario				
Nematicidas	Kilos	5.18	6.00	31.08
Herbicidas	Litros	5.76	0.20	1.15
herbicida GMXN	Litros	6.62	2.50	16.55
Fungicida	Litros	26.25	0.50	13.13
Maquinarias y Equipos				
Preparación de suelo	Ha	40.00	1.00	40.00
riego por goteo	Ha	24.00	1.00	24.00
transportación de cosecha	Camión	72.80	10.00	728.00
Total Costo directo				1154.59
Costos indirectos				
5% Costo de administración				57.73
26% Interes del 80% capital en 6 meses				50.03
5% de imprevistos				57.73
5% de reparación de infraestructura				64.74
Total de costos indirectos				230.23
COSTO TOTAL POR HECTAREA				1384.82
TONELADAS POR HECTAREA	22	COSTO HECTAREA		62.95

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel.

Con estos cuadros de costos de producción podemos verificar que es menos costoso producir arazá en comparación con el mango y la piña.

CRITERIOS / ESTRATEGIAS	HERRAMIENTAS	TÉCNICAS	INDICADORES	VERIFICACIÓN Y CONTROL	MEJORAMIENTO Y RESULTADOS
Invitar a los empresarios a visitar los cultivos	Comunicaciones y contactos	Organización de evento empresarial	Presencia de por lo menos 50 empresarios	Evidencias de cumplimiento de estrategia	Interés de los empresarios por conocer más acerca del producto
Informarlos sobre las propiedades que tiene el producto	Visitas a empresarios, correos de difusión, redes sociales	Marketing online y marketing relacional	Nivel de conocimiento de la fruta	Evidencia de gestión de información	Interés en conocer los beneficios económicos del cultivo
Mostrarle los resultados en países que han fabricado productos a partir de Arazá	Visitas a empresarios, correos de difusión, redes sociales	Marketing online y marketing relacional	Nivel de conocimiento de la fruta a nivel internacional	Evidencia de gestión de información	Pre acuerdo para un compromiso comercial
Mostrar los beneficios para el sector comercial de tener un nuevo producto en su área de frutas	Reunión con empresarios	Focus Group	Interés económico	Resultados de la reunión	Opciones de financiamiento para empezar a producir
Invitar a los agricultores a visitar los cultivos en otras regiones.	Comunicaciones y contactos	Evento de integración	Presencia de por lo menos 10 agricultores dueños de por lo menos 20 hectáreas	Evidencias de cumplimiento de estrategia	Acuerdos para planear el cultivo
Mostrar el ahorro que significa fabricar productos derivados del arazá.	Reuniones con agricultores y empresarios en conjunto	Reunión de oportunidad	Inicio de los estudios para el cultivo	Documento de estudio	Conformación comisión de estudio

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Costo de la implementación de las estrategias

Estrategia	Costo por estrategia
Invitar a los empresarios a visitar los cultivos.	\$500
Usar los terrenos que se encuentran sin producir para cultivar el arazá.	\$100
Realizar publicidad televisiva para dar a conocer los resultados en países que han fabricado productos a partir de Arazá	\$300
Invitar a los agricultores a visitar los cultivos en otras regiones.	\$600
Elaborar plan de capacitación sobre las técnicas para el cultivo del arazá.	\$500
Utilizando el marketing on-line dar a conocer las propiedades que tiene el producto.	\$100
Aprovechar los créditos productivos a bajo interés otorgados por el Banco Nacional de Fomento.	\$50
Costo total	\$2050

Elaborado por: Karina Salazar y Patricia Peñafiel.

5.7.3 Impacto

Debido a la generación de conocimiento y desarrollo que se dará con la implementación de la propuesta los impactos que se podrán percibir en el medio serán:

Impacto Económico: Será una fuente de mayores ingresos para los agricultores, empresarios y personas que trabajen en el cultivo, producción y venta del arazá

Impacto Financiero: Generará una dinámica de recursos en la región

Impacto ambiental: Volcará la atención de la población en general hacia lo que produce la naturaleza.

5.7.3 Cronograma.

ACTIVIDADES	DURACIÓN (DÍAS)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ajustar el anteproyecto	█	█	█												
Establecer contactos	█														
Elaborar marco teórico		█	█	█											
Procesar todos los datos			█	█	█	█	█								
Analizar todos los resultados								█	█	█	█				
Aplicar instrumentos (cuestionarios)								█	█	█		█	█		
Elaborar el informe final														█	█
Entregar el informe final															█

5.7.4 Lineamiento para evaluar la propuesta.

A fin que la propuesta sea considerada de gran utilidad para la región en el ámbito empresarial, social y económico se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Nivel de conocimiento sobre la existencia del arazá por parte de los habitantes del Cantón.
- ✓ Nivel de interés de los agricultores en ingresar al negocio de la producción de la fruta
- ✓ Nivel de interés de los empresarios en procesar y comercializar la fruta
- ✓ Eficacia en la elaboración del proyecto.

CONCLUSIONES

- ✓ El arazá es una fruta de gran proyección que aún no ha sido explotada en nuestro medio
- ✓ La no explotación de la fruta ha traído consecuencias como menosprecio de parte de los habitantes y agricultores.
- ✓ La no explotación ha causado que algunos terrenos estén inutilizados y algunos agricultores hayan dejado de ganar dinero, además de las plazas de empleo que se han dejado de generar.
- ✓ Nuestro proyecto posicionará al arazá como una de las frutas de mayor crecimiento en la región y luego en el país por las bondades anotadas en este estudio.

RECOMENDACIONES.

- Adicional a este estudio se recomienda realizar el proyecto de inversión para la elaboración de los derivados.
- Para posicionar a nivel nacional a Simón bolívar como la ciudad del arazá se recomienda contratar nutricionistas, médicos y profesionales de la gastronomía para descubrir todas las propiedades nutricionales y curativas que pueda tener el arazá con el fin de difundirlo a nivel nacional.
- Iniciar un estudio de factibilidad para determinar las posibilidades de exportación de la fruta y sus derivados.

BIBLIOGRAFÍA

Alles, M. (2012). Diccionario de términos de Recursos Humanos. Buenos Aires, Argentina: MVZ Argentina.

Asociación, R. G. (2006). Manual de Instrumentos y Recomendaciones sobre el Seguimiento de Egresados. Monterrey, Nuevo Leon, Mexico: La Red GRADUA2 y la Asociación Columbus, 2006.

Dept, I. M. (2012). Finanzas y Desarrollo. Tokio, Japon.

Felipe Larrin B., J. D. (s.f.). Macroeconomía en la Economía Global.

Frechina, E. L. (2010). Consecuencias económicas y sociales de la crisis mundial. Madrid: Avantia Comunicación Gráfica S.A.

Galino Martín, M. A. (2008). Diccionario de Economía Aplicada: Política económica y economía mundial . Madrid, España: Ecobook - Editorial del Economista.

Gallego, E. (2009). Historia Breve del Mercado de Trabajo. Madrid: Ecobook - Editorial del Economista. 2009.

Hernández Mangones, G. (2006). Diccionario de Economía. Medellín, Colombia: Teoría del Color.

HOY, D. (2011). Ecuador no queda fuera de las consecuencias de la crisis estadounidense. Ecuador: Diario HOY.

ICCI, I. C. (2013). el Desempleo en el Ecuador. EL INTI RAYMI.

La Roca, F., & Sánchez, A. (1996). Economía Crítica. Valencia: Guada Litografía, S.L.

Pearce, D. W. (1999). Diccionario Akal de Economía Moderna. Madrid, España: MaterPrint S.L.

Schaub, H., & Zenke, K. G. (2001). Diccionario Akal de Pedagogía. Madrid, España: Ediciones Akal S.A.

Schettino, M. (2002). Introducción a la Economía para no Economistas. México: Printed in México.

Toharia, O. d. (1996). El desempleo en España. Tres ensayos críticos. Cuenca: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Vazquez, M. d., Gómez, C., & Lugo, C. (2004). Historia Universal 2, del absolutismo a la modernidad. México: Editorial Limusa, S.A. de C.V.

Vos, R. (2000). Ecuador 1999: crisis económica y protección social. Quito: Ediciones Abya-Yala.

ALLES, Martha. Diccionario de Términos, Recursos Humanos. Buenos Aires: Editoria Granica. (2011).

CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del Talento humano. México: Elsevier Mexico (2009)..

CHIAVENATO, I.dalberto Gestión del Talento Humano, Tercera Edición..: McGRAW - HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, Mexico, D.F (2009).

CORDOVA, Alberto. (2008). Diseño de un modelo de gestión de talento humano por competencias y evaluación del desempeño para el recurso humano administrativo del ilustre municipio del cantón salcedo, Tesis de grado para optar al título de Ingeniera Comercial,. Quito.

LINCOGRAFIA

EL PRISMA. (2011). 14 PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN, FAYOL. Recuperado el 13 de Julio de 2013, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/14fayol/default.asp

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL:. "Global Entrepreneurship Monitor informe",. Guayaquil,; Autores (2010.).

FORMICHELLA, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, educación y el desarrollo local,. Buenos Aires: INTA Rivadavia.

GARCÍA - IBARROLA, Daniel. Mejores prácticas de emprendimiento innovador en: Fundación EOI España. Madrid 2009.

Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura,. (2010,). Manual de capacitación para emprendimientos rurales,. San José,; Edisa SA,.

KANTIS, Alberto. . Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia, Artículo científico para el Banco Interamericano de Desarrollo,.Edifé Argentina: Universidad de Sarmiento, B Aires 2008.

McGregor, Douglas. El lado Humano de las Empresas. Madrid España: MCGRAW HILL(1960)..

QUIJADA, Mario:.. Planificacion operativa 26 de Junio de 2013, extraido de<http://planificaciondeunagerenciaefectiva.blogspot.com/2011/04/planificacion-operativa.htm> extraido 20 agosto2013

SANCHIS, José. Emprendimiento, Economía social y empleo. IUDESCOOP España,; (2010.),.

SIGUECIA, M. (2010.). Diseño de una guía de emprendimiento para el migrante, tesis de grado para obtener el título de Magister en Dirección de empresas, Area de Gestión, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, . Quito.

TELLO CASTRILLÓN, Carlos. (23 de Octubre de 2008). PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. Recuperado el 01 de Julio de 2013, de http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMANAS%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20TRABAJO%20SOCIAL/04/planificacion%20estrategica/conten_2.pdfextraida en 12 agosto 2013

TIBAQUIRÁ, Alejandro:.. (31 de Agosto de 2009). PLANIFICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE ACTIVIDADES DE MERCADEO PARA DISAROMAS

S.A. EN LA DIVISIÓN DE FRAGANCIAS EN BOGOTÁ PARA EL AÑO 2009., de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis123.pdf> Extraído el 26 de Junio de 2013

UNIVERSIDAD CATOLICA DE VALPARAISO. (15 de Marzo de 2013). Vincular.com., de <http://www.vincular.cl/modelo-de-gestion-rse> Extraído el 5 de Junio de 2013

ANEXOS

Anexo 1.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la incidencia de la potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.

1. **¿Considera usted que los cultivos familiares y su comercialización; en los cuales se incluye el arazá permiten mejorar la economía de las familias?**

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

2. **¿Estaría interesado en cultivar el arazá como una forma de generar recursos a su familia?**

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

3. **¿Si el arazá fuera una fruta con alto nivel de comercialización estaría dispuesto a cultivarla?**

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

4. ¿Cree usted que los medios de financiamiento son de gran apoyo para la producción?

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

5. ¿Si usted pudiese acceder a un financiamiento o crédito para cultivos pondría en práctica este tipo de emprendimiento?

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

6. ¿Cree usted que el arazá es una fruta de la cual se han difundido todos sus beneficios alimenticios?

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

7. ¿Conoce usted cuales son los mercados donde el arazá es altamente requerido?

- Mucho
- Poco
- Nada

8. ¿Usted como parte de una familia que se encuentra en una región agrícola tiene conocimiento del proceso productivo del arazá?

- Mucho
- Poco
- Nada

9. ¿Si tuviese el conocimiento adecuado y de financiamiento ingresaría a la producción del arazá?

- Si
- No
- Tal vez



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

La presente encuesta está dirigida a la ciudadanía en calidad de consumidor de frutas (arazá).

Tiene como objetivo determinar la incidencia de la potencialización comercial del arazá en la economía de las familias del cantón Simón Bolívar provincia del Guayas.

1. **¿El arazá es una fruta de alto consumo dentro de esta región?**

- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Nada de acuerdo

2. **¿Conoce cuáles son los beneficios que tiene el arazá?**

- Mucho
- Poco
- Nada

3. **¿Cree usted que el volumen de ventas del arazá actualmente depende de que tan difundidos son los beneficios de la fruta?**

- Muy probable
- Parcialmente probable
- Nada probable

4. ¿En los sitios que actualmente acude para comprar frutas, existe el arazá?

Mucho

Poco

Nada

5. ¿Estaría dispuesto a consumir el arazá si supiese cuales son todos sus beneficios?

Si

No

Tal vez

Anexo 2. Realización de encuestas



Anexo 3. Verificación de plagio

The screenshot displays the URKUND plagiarism check interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/10421396-898888-674340#q1bKLvayio6tBQA=>. The document being checked is 'TESIS PEÑAFIEL Y SALAZAR.docx' (D10586378), submitted on 2014-04-17 14:31 (-07:00) by respinozat@unemi.edu.ec. The receiver is respinozat.unemi@analysis.orkund.com. A message indicates that 0% of the document's text is present in the sources.

The 'List of sources' table is as follows:

Rank	Path/Filename
1	TESIS PEÑAFIEL Y SALAZAR.docx
Alternative sources	
2	TESIS PEÑAFIEL Y SALAZAR.docx
3	http://www.aduana.gob.ec/archivos/5351_20101229.pdf
4	TESIS WICKY Y YURY.docx
5	TESIS TERMINADA.docx

The interface also shows a side-by-side comparison of the document content. The original document (left) and the submitted document (right) are identical, showing the following text:

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
 PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE ECONOMISTA TÍTULO DEL PROYECTO

DISEÑO

DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA POTENCIAR EL CULTIVO Y COMERCIALIZACIÓN DEL ARAZÁ COMO ACTIVIDAD GENERADORA DE INGRESOS DE LAS FAMILIAS DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL GUAYAS. AUTORES: PEÑAFIEL ALCIVAR PATRICIA LEONOR SALAZAR CAMPOS KARINA IRENE TUTOR: Ec. Rosa Espinoza Toalombo

MILAGRO, ABRIL 2014 ECUADOR ACEPTACION DEL TUTOR Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado, por Karina Irene Salazar Campos y Patricia Leonor Peñafiel Alcivar, para optar al título de Economista que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación. Milagro, a los 4 días del mes de Abril del 2014 EC. Rosa Espinoza Toalombo Firma del tutor(a)

DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Universidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de