

**“La industrialización de zanahoria y su incidencia en el nivel de ingresos
de los productores de zanahoria de la Parroquia de Julio Andrade”**

Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)

Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana

Tulcán-Ecuador

carlos.erazo.@upec.edu.ec

Resumen

Al realizar la investigación sobre “La industrialización de zanahoria y su incidencia en el nivel de ingresos de los productores de zanahoria de la parroquia de Julio Andrade, se logró analizar muchos temas como: Administración de la Producción, Administración de Operaciones, Administración de Procesos, Pasos para la elaboración de Estudios de factibilidad, Marketing, ventas, entre otros, los mismos que sirvieron de sustento para dicha indagación.

A través de las técnicas de investigación utilizadas (encuesta), se comprobó que en la parroquia de Julio Andrade no existe una empresa industrializadora de productos hechos a base de zanahoria, lo que a su vez ocasiona que el 100% de los productores de zanahoria actualmente obtengan bajos ingresos por la venta del producto en los mercados mayoristas y minoristas, en vista de que los precios constantemente varían de entre \$ 5,00 y \$10,00. Así también se estableció que en la localidad si existe una producción de zanahoria permanente, y no se necesita de mucha inversión para este tipo de cultivos, ya que no es necesario el uso de tecnología.

Para la investigación también se tomó en cuenta a la población de la provincia del Carchi específicamente a las familias que según el INEC para el año 2010

fueron alrededor de 54841, quienes permitieron dar factibilidad a la propuesta de creación de una empresa industrializadora y comercializadora de jugo de zanahoria, ya que posee un Valor Actual Neto positivo de \$ 48.680,31 dólares anuales y una Tasa Interna de Retorno de 43% mayor a la tasa de descuento (11.38%) lo que permite dar viabilidad al proyecto, obteniendo un costo-beneficio de \$ 1.05 lo que representa que por cada dólar invertido por la empresa, se obtendrá \$ 0.05 centavos de dólar de beneficio.

Palabras Claves: investigación, inversión, industrialización, ingresos, viabilidad, beneficio.

Abstract

In conducting research on "The industrialization of carrot and its impact on the income level of farmers parish carrot Julio Andrade, was possible to analyze many issues as: Production Management, Operations Management, Process Management, Steps to prepare feasibility studies, marketing, sales, etc., which served the same support for such an inquiry.

Through investigation techniques (survey), it was found that in the parish of Julio Andrade industrialization there a company product made from carrot, which in turn causes the 100% of the producers currently carrot low-income obtained from the sale of the product in wholesale and retail markets, given that prices are low and constantly vary between \$ 5.00 and \$ 10.00. It was also established in the town if there is a permanent carrot production, not much investment needed for these crops, it is not necessary to use technology.

For research also took into account the population of the province specifically Carchi families as INEC for 2010 were around 54841, who allowed the proposal to feasibility of creating and marketing a company industrialization juice carrot,

as it has a positive Net Present Value 8.680,31 dollars and an Internal Rate of Return of 43% higher than the discount rate (11.38%), which allows the project to feasibility, obtaining a cost- benefit of \$ 1.05 which means that for every dollar invested by the company, will get \$ 0.05 profit.

Keywords: research, investment, industrialization, income, feasibility, benefit.

KICHUA

Man ruranata investigación jawapi ?La industrialización pak zanahoria pash pron incidencia pi nivel pak ingresos pak kuna pron productores pak kuna zanahoria pak ta jatun-kawsay pak Julio Andrade, se logró yuyarina achka kuna kay ta kukuna como: pusha pak ta rurana kuypusha pak Operaciones, pusha pak ruray kunatat kikuna pronta elaboración pak Estudios pak kuna factibilidad Marketing ventas, pura otros pron kuna kikinkuna iwka sirvieron pak sustento pron rimashka indagación.

Ta través pak kuna pron alliruray kuna pak investigación utilizadas (encuesta) se comprobó iwkakuna pi jatun-kawsay pak julio Andrade mana tiyanshuk empresa industrializadora pak kapukuna rashkakuna tasinchiku pak zanahoria lo iwka ta pron vez ocasiona iwka ta 100% pak pron productores pakkuna zanahoria kuanan obtengan uchillakuna ingresos raykukunata venta pak kapu pi pron mercados mayoristas pashbkuna minoristas pikunañawi pak iwka pron palakuna anawnuch illakuna pash constantemente varían pak pura \$ 5.00 pash \$10.00. Kashna pash se estableció iwka pi kawsay-llakta aritiyan shuk rurana kuy pak zanahoria tyanalla pash mana se necesita pak achka inversión pro pron shina pak cultivos ña iwka mana kan necesario ta maw kanaku pak iyayku.

Pronta investigación pash se tomó pi refta ta población pak ta marka pak Carchi específicamente tapron ayllukuna iwka según ta INEC pron tawata 2010 fueron mutuntin pak 54841 quienes permitieron kunakuna factibilidad tata propuesta pak ruray pak shuk empresa industrializadora pash comercializadora pak jugo pak zanahoria ña iwka posee shuk pala mushuk Neto positivo pak \$ 48.680,31

dólares pash kunashuk Tasa Interna pak Retorno pak 43% yapakuta ta tasa pak descuento (11.38%) lo iwka permite kuna viabilidad manyuyakta obteniendo shsha costo-beneficio pak \$1.05 lo iwka representa iwka rayku sapan dólar invertido rayku ta empresa se obtendrá 0.05 dólares pakkuna beneficio.

1. Introducción

En la parroquia de Julio Andrade existe escasa industrialización de la zanahoria, este problema se genera debido a que los productores del sector no brindan una mejor colocación del producto en el mercado, ya que únicamente la ofrecen a mayoristas y minoristas.

Es importante realizar un análisis acerca de los gustos y preferencias de los consumidores sobre el consumo de zanahoria y sus beneficios, ya que cada vez son cambiantes y estos aspectos hacen que cada día los empresarios tomen conciencia e inviertan en negocios prósperos que logren satisfacer sus necesidades.

El presente estudio detallará las causas que afectan a los ingresos de los productores de zanahoria y como estos inciden en el nivel de vida de cada uno de ellos. Además de investigar los datos relacionados a dicha problemática, se plantea realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa industrializadora y comercializadora de jugo de zanahoria, con la finalidad de dar una posible solución al problema que inquieta a los productores de zanahoria Julio Andrade.

Por lo tanto es necesario realizar un estudio de mercado en el cuál se analice la competencia, canales de distribución, publicidad, precios y lo más importante el perfil de los consumidores, ya que de ellos depende el éxito del proyecto propuesto, y de la misma manera determinar la factibilidad técnica, político, legal, administrativa, y financiera.

2. Materiales y Métodos

La investigación se realizó mediante un ensayo descriptivo-reflexivo aplicado en la parte científica, ya que se mencionan conceptos claves para sustentar la investigación.

Los métodos de la observación científica, lógico deductivo e inductivo ya que hacen posible la percepción de una realidad.

Métodos cuantitativos, ya que se establecerán cuadros estadísticos de los datos arrojados de la indagación realizada a los agricultores y administradores de empresas en la parroquia de Julio Andrade, oferta, demanda, entre otros datos numéricos específicos para este proyecto.

En lo referente a cualitativos, se analizará la estadística descriptiva de la tabulación de datos, como también la interacción con la gente a través de las encuestas, para conocer sus gustos y preferencias en cuanto a los productos elaborados a base de zanahoria y de esta manera conseguir criterios propios como investigador, los mismos que me permitan tomar buenas decisiones.

3. Resultados y discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación de campo, se determinó que los productores de zanahoria de la parroquia de Julio Andrade no predisponen de un nivel de ingresos alto que les permita mejorar su nivel de vida, y lo que se pretende es dar soluciones al problema evidente en esta población.

Se determinó que 143 agricultores encuestados se dedican a otras actividades agrícolas y 24 personas se dedica a la producción de zanahoria y cada uno de ellos trabaja por ayudar a su familia y ofrecer mejores condiciones de vida.

De la misma manera los productores de zanahoria han dedicado años a la agricultura, ya que en su mayoría se han dedicado por más de 10 años a esta actividad, debido a que es la principal fuente de ingresos, estos productores siembran diferentes tipos o marcas de zanahoria, 7 prefieren la marca Bilmori y 17 prefieren la marca Bonanza, estos dos tipos de zanahoria tienen las mismas características en rendimiento y producción de 80 a 100 quintales por cada tarro sembrado y por tanto son óptimas para que sean sometidas a un proceso de industrialización.

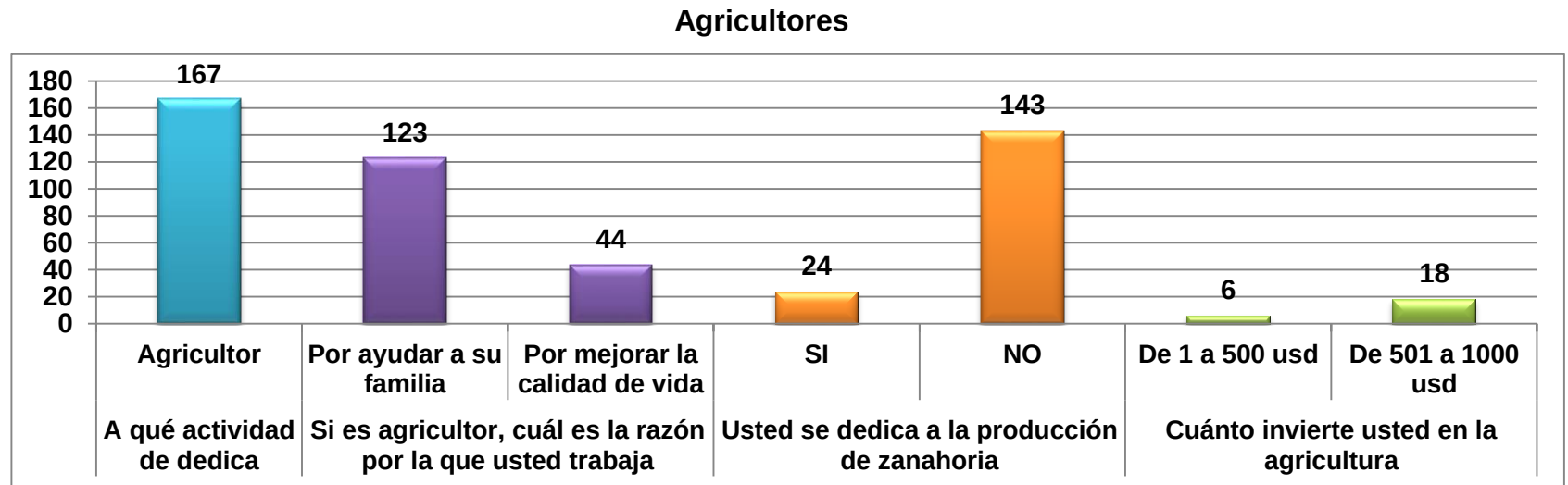
Además, la producción de zanahoria se la destina al mercado local (consumo de personas y de ganado vacuno), mercado provincial y una pequeña parte al mercado de Ambato. Por lo que los precios para la venta de zanahoria son determinados por el mercado, ya que obedece a la ley de la oferta que menciona; que si existe mayor oferta y poca demanda los precios bajan y por el contrario si la oferta es menor y la demanda es mayor los precios suben. Es por ello que los precios de la zanahoria varían constantemente, aunque al momento de realizar el levantamiento de información, los precios por quintal de zanahoria estaban en promedio de 5,00 a 10,00 dólares.

Cuando se vende la producción de zanahoria, son muy pocos productores que obtienen algún beneficio económico, ya que en su mayoría recuperan lo invertido. Y cabe mencionar que todos los encuestados estarían de acuerdo a que se realice un estudio de factibilidad para industrializar a la zanahoria, siempre y cuando se demuestre que la creación de esta empresa genere mayores beneficios que los actuales.

En la parroquia de Julio Andrade las empresas existentes se dedican a la industrialización de leche, y por lo tanto no se evidencia la existencia de una empresa industrializadora de zanahoria, por lo que este proyecto representa una oportunidad de negocio.

4. FIGURAS

FIGURA N° 1

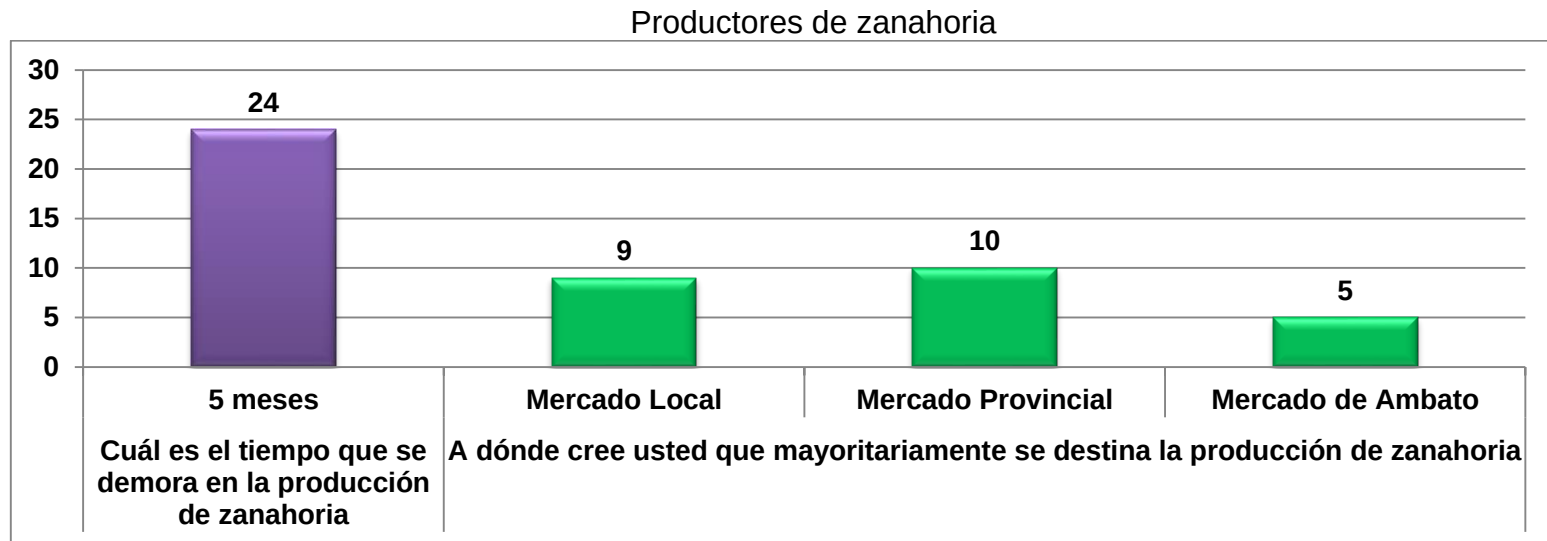


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carlos Erazo

Análisis: De acuerdo a la figura N° 1 se puede observar que la actividad a la que se dedican las 167 personas encuestadas es la agricultura, de los cuales 123 trabajan por ayudar a su familia y 44 lo hacen por mejorar la calidad de vida, de los 167 agricultores 24 se dedican a producir zanahoria y 143 a otras actividades agrícolas, de los 24 productores de zanahoria 6 invierten de entre \$1 a \$500 dólares y 18 invierten de \$501 a \$1000 dólares para la producción.

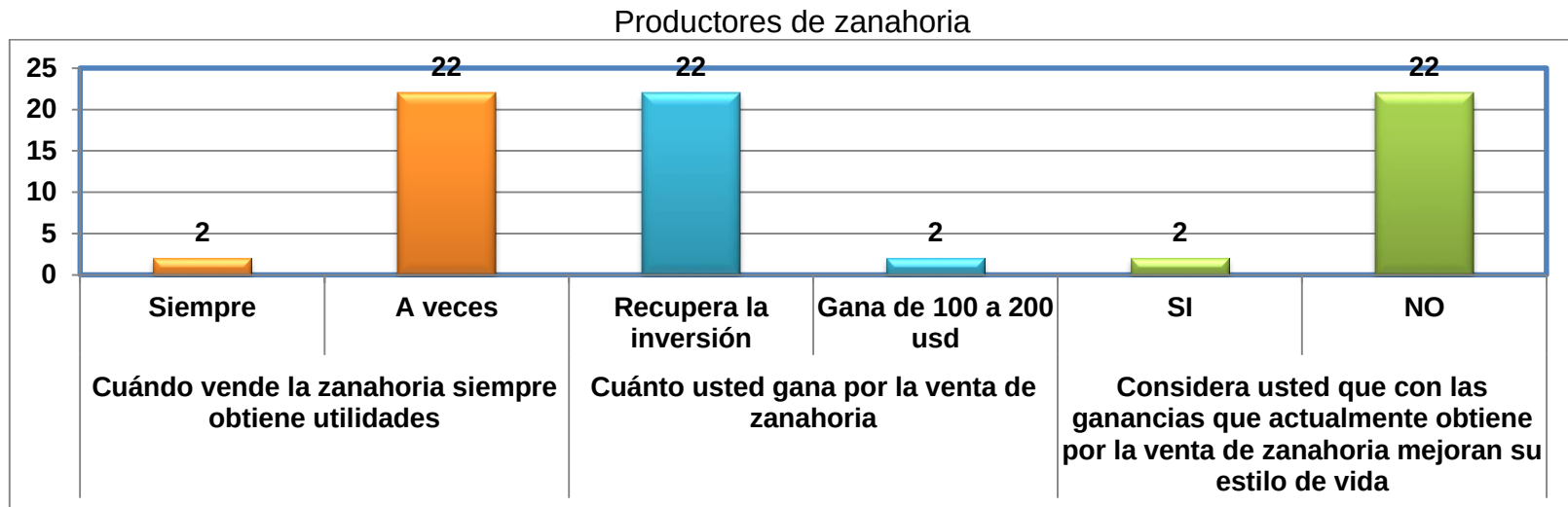
FIGURA N° 2



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carlos Erazo

Análisis: De acuerdo a la figura N° 2 se puede mencionar que los 24 productores de zanahoria responden que el tiempo en que se demora la producción de zanahoria es de 5 meses y de ellos 9 indican el destino de la producción de la zanahoria es el mercado local, 10 mencionan que el destino es el mercado provincial y 5 responden que el destino es el mercado de Ambato.

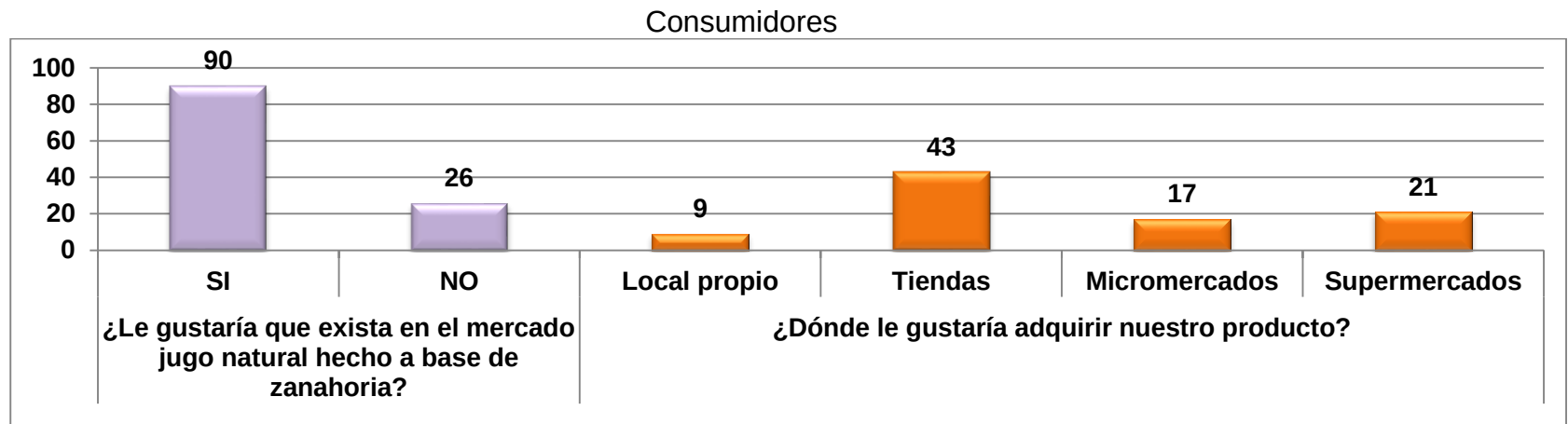
FIGURA N° 3



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Carlos Erazo

Análisis: De acuerdo a la figura N° 3 se puede demostrar que de los 24 productores de zanahoria, 2 de ellos mencionan que cuando vende la zanahoria siempre obtienen utilidades de aproximadamente de \$100 a \$200 lo que les permite mejorar su estilo de vida, y 22 productores mencionan que a veces obtienen, aunque casi siempre recuperan la inversión que no les garantiza mejorar su estilo de vida.

FIGURA N° 4

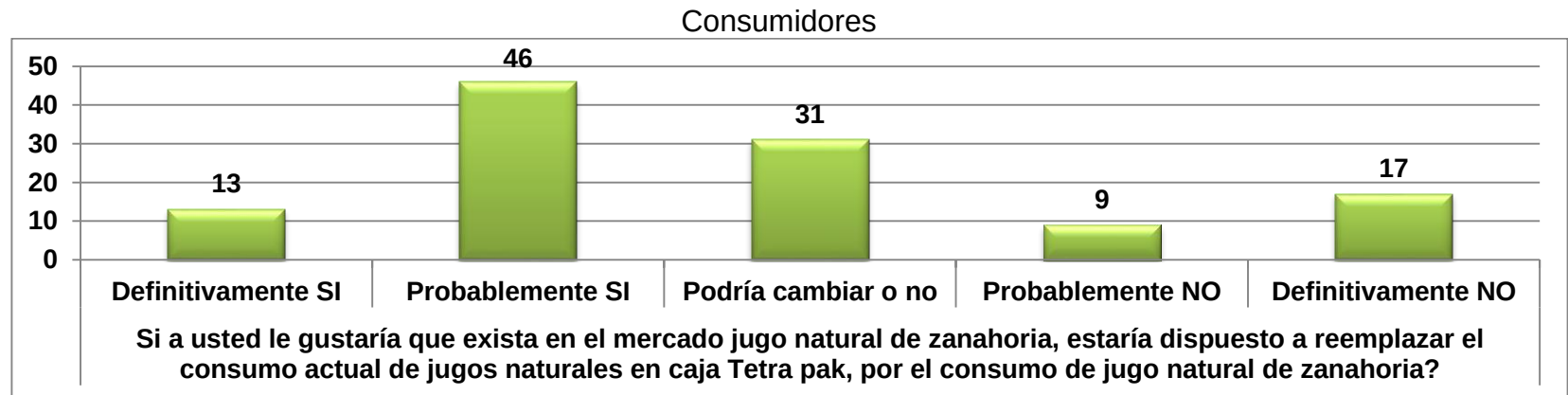


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carlos Erazo

Análisis: De acuerdo a la figura N° 4 se puede observar que las 116 personas que consumen jugos naturales, 90 personas les gustaría que exista en el mercado jugo natural hecho a base de zanahoria y 26 personas mencionan que no les gustaría que exista jugo de zanahoria en el mercado, así también se puede determinar que 9 personas les gustaría adquirir el producto en el local propio, 43 personas prefieren hacerlo en tiendas, 17 lo prefieren en micromercados y 21 prefieren hacerlo en supermercados.

FIGURA N° 5

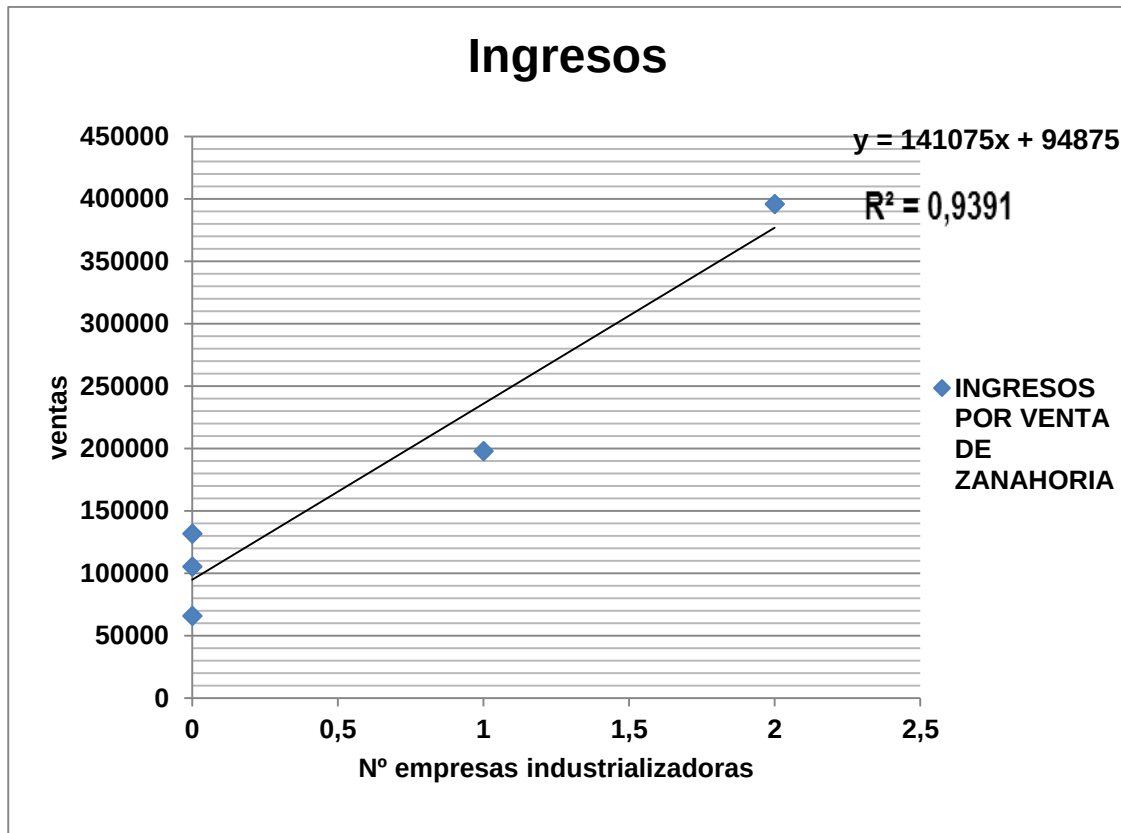


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carlos Erazo

Análisis: De acuerdo a la figura N° 5 se puede establecer que, 13 personas definitivamente reemplazarían el consumo actual de jugo natural por el consumo de jugo natural de zanahoria, 46 probablemente lo harían, 31 podrían cambiar o no, 9 probablemente no lo harían y 17 personas definitivamente no reemplazarían el consumo actual de jugo de zanahoria por el consumo de jugo de zanahoria.

FIGURA N° 6



Análisis: El coeficiente de correlación R^2 , es una medida estandarizada que toma valores de entre 0 y 1 (0 cuando las variables son independientes y 1 cuando entre ellas existe una relación perfecta, por lo tanto el $R^2=0,9391$ que se muestra en la figura N° 6, nos indica que entre las 2 variables, Industrialización y Ventas si existe una relación casi perfecta, ya que es un valor que se aproxima a 1 y significa que si existiese una empresa que industrialice productos hechos a base de zanahoria los ingresos de los productores mejorarán considerablemente.

5. TABLAS

TABLA N°1: MATRÍZ DE MARCO LÓGICO

IDEA A DEFENDER	VARIABLE	DESCRIPCIÓN	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS	INFORMANTE
“El diseño de Estudio de factibilidad para crear una empresa industrializadora de zanahoria en la parroquia de Julio Andrade mejorará los ingresos de los productores de zanahoria de la localidad.	V.I Industrialización de la zanahoria	La industrialización es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva	INCIDENCIA	• Número de industrias	• Cantidad de empresas industrializadoras	• Encuesta	Administradores
				• % de participación en el mercado	• Porcentaje de ocupación del mercado	• Encuesta	Administradores
				• Localización de la competencia	• Lugar en donde se encuentran ubicadas	• Encuesta	Administradores
				• Precios de la competencia	• Valor determinado para la comercialización	• Encuesta	Administradores
				• Inversión de la competencia	• Cantidad de dinero invertido	• Encuesta	Administradores
				• N° de empleados	• Cantidad de personas que trabajan	• Encuesta	Administradores
				• Tiempo de funcionamiento	• Número de meses, años, que la empresa funciona	• Encuesta	Administradores
				• Tamaño	• Área o dimensiones métricas de las empresas	• Encuesta	Administradores
			PRODUCTOS	• Número de productos	• Cantidad de productos	• Encuesta	Consumidor

Repositorio del Centro de Investigación,
Transferencia Tecnológica y Emprendimiento (CITTE)
Artículo Investigación Código: (CI-01-2011-)

				Tipo de productos que consume	Diversidad de productos a realizarse	Encuesta	Consumidor
				Precio del producto	Cantidad de dinero a pagar	Encuesta	Consumidor
				Número de veces que consume	Frecuencia de consumo	Encuesta	Consumidor
				Tamaño de la presentación	Envase a utilizarse	Encuesta	Consumidor
			MERCADO	Tamaño del mercado	Cantidad de empresas	Encuesta	Administradores
				N° de productos	Cantidad de productos existentes en el mercado	Encuesta	Administradores
				N° Productos sustitutos	Cantidad de productos que cubren la misma necesidad	Encuesta	Administradores
				N° de consumidores	Número de compradores de productos	Encuesta	Administradores
			MARCO LEGAL	Constitución de la empresa	Requisitos y permisos obligatorios	Encuesta	Administradores
			PRODUCCIÓN	Hectáreas sembradas	Cantidad de hectáreas en producción	Encuesta	Agricultores
				Tipo y Capacidad de	Cantidad de producción por	Encuesta	Agricultores

	V.D Nivel de Ingresos de los productores de zanahoria			producción	hectárea		
				• Tiempo de producción	• Meses en los cuales se realiza la producción	• Encuesta	Agricultores
				• Costos de producción	• Gastos incurridos en la producción de zanahoria	• Encuesta	Agricultores
				• Número de agricultores	• Cantidad de personas que se dedican a la producción de zanahoria	• Encuesta	Agricultores
			AGRICULTOR	• Nivel de ingreso	• Cantidad de dinero que poseen los agricultores	• Encuesta	Agricultores
				• Condiciones de vida	• Realidad actual del agricultor	• Encuesta	Agricultores
				• Ingresos por ventas	• Dinero recibido por vender	• Encuesta	Agricultores
				• Ganancias mensuales	• Dinero recibido después del pago de todos los gastos	• Encuesta	Agricultores

6. Referencias bibliográficas

- (Serra, j., 2006).
- (Antonio,F., 2007).
- (Armstrong, et al., 2008).
- (Bilancio, G., 2008).
- (Caballano, A., 2006).
- (Chase, R., 2008)
- (Clow, et al., 2010).
- (Campoy, V., 2010).
- (Díaz, A., 2010).
- (Espinoza, et al., 2009).
- (Ferre, J. y Robinat., 2009).
- (Frances,A., (2007).
- (Fred, D., 2008).
- (Garcia, et al., 2008).
- (García, L., (2011).
- (Garza , E., (2008).
- (Juran, J., 2007).

7. Bibliografía

- Antonio, F. (2007). *Estrategias y Planes para la Empresa*. México: Mc Graw Hill.
- Armstrong, Kotler P. y Gary. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Bilancio, G. (2008). *Marketing*. México: Prentice Hall.
- Caballano, A. (2006). *Sistemas de la Calidad, Gestión Empresarial: Fundamentos y Conceptos*, México: Mc Graw Hill
- Campoy, G. (2010). *Etapas de un Estudio de Factibilidad*. México. Mc Graw Hill.
- Chase R. Jacobs, & N. Aquilano, *Administracion de Operaciones, Producción y Cadena de Suministros* . Colombia: Mc Graw Hill.
- Clow, K. & Baack, D. (2010). *Publicidad, Promocion y Comunicacion Integral en Marketing*. Mexico: Pearson Education.
- Campoy, G. (2010). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. México: Mc Graw Hill.
- Díaz, A. (2010). *El arte de dirigir proyectos*. México: Alfaomega.
- Espinoza, J.,et al. (2009). *Direccion Estrategica de Ventas*. Argentina: Prentice Hall.
- Ferre, J. & Robinat. (2009). *Marketing y Ventas*. México: Mc Graw Hill.
- Frances, A. (2007). *Estrategias y Planes para la Empresa*. México. Mc Graw Hill.
- Fred, D. (2008). *Administracion Estrategica*. Mexico: Pearson Education.
- Galindo, C. (2008). *Manual para la Creación de la Empresa*. Bogota. Prentice Hall.
- Garcia, et al. (2008). *Contabilidad financiera*. México: Pearson Education.
- García, L. (2011). *Ventas*. México: Alfaomega
- Garza , E. (2008). *Administración de la calidad total*. Bogota. Prentice Hall.
- Juran, J. (2007). *Analisis de la Producción y de las Operaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. & Armstrong ,G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Lamb, H. & MC Daniel. (2007). *Marketing de Servicios*. Quito: abya – yala.

- Matovelle, Á. (2007). *La Dinamica de la Industrializacion* (pág. 117). Mc Gra Hill.
- Montesinos, V. (2007). *Introducción a la Calidad* (Vol. 7). Mexico: Mc Graw Hill.
- Murcia, J., et al. (2010). *Proyectos "Formulacion y criterios de evaluación"*. México: Alfaomega.
- Otto, L. (2009). *Procesos Industriales. Clasificación de las Industrias*. México: Alfaomega.
- Perez, V. (2007). *Calidad Total en Atencion al Cliente*. España.
- Ruiz, G., Fuentes M. y Criado J. (2007). *Gestión Comercial y Marketing*. Madrid.
- Sáenz, A. (2008). *Principios de Mercadeo*. Bogotá: Ecoe.
- Sanchez, J. (2009). *Imagen Corporativa*. Madrid.
- Serra, J. A. (2006). *Gestión de Calidad en las pymes agroalimentarias* México: Pearson Education.
- Stantom, William., Etzel, M., y Bruce, W. (2007). *Fundamentos De Marketing*. China: Mc Graw Hill.
- Talaya, E. (2008). *Principios de Marketing*. México: Alfaomega.
- Vásquez, R. y Trespacios, J. (2007). *Estrategias de Distribución Comercial*. México.