PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HIGO

Gissela Landeta González[1], Cecilia Tacle Delgado[2], Constantino Tobalina Ditto[3]

[1]Ingeniera Comercial en Gestión Empresarial 2005

[2]Ingeniera Comercial en Gestión Empresarial 2005

[3]Ingeniero Electrónico 1989 ESPOL

[3]Master Administración Empresas 1994

[3]Master en Finanzas1997

[3]Profesor ESPOL 1989

SUMMARIZE

The Ecuadorian Farming Commerce closely are related to the level of income, which originates good perspective for the commercialization of untraditional fruits, it has decided on the Production and Commercialization of Higo in Ecuador.

In Ecuador the Higo has been cultivated from ancestral times for the internal market, for its consumption in prepared homemade as the Sweet well-known "of cooked and elaborated Higos" with honey of sweet is "Higo dry and sweetened Confitado".

For our project the administrative and financial strategies with the objective will be used to obtain a high yield; between the used strategies they are of differentiation and approach and between the financiers we made financial analyses that allow to analyze the sensitivity of the project with the national market.

INTRODUCCIÓN

La dolarización y la globalización exigen a los países agrícolas a seguir un camino compatible con la nueva situación: el de la producción agrícola basada en la competitividad, que permita la generación de empleo y bienestar.

El Comercio Agropecuario Ecuatoriano están estrechamente relacionadas con el nivel de ingresos, lo cual origina buenas perspectivas para la comercialización de frutas no tradicionales, se ha optado por la Producción y Comercialización de Higo en el Ecuador.

Por tal motivo es inconcebible que el país estando provisto de una gama de recursos naturales, no haya sido capaz de aprovechar su potencial, marginando la explotación agrícola de algunos productos vitales en el desarrollo de la Industria Alimenticia, como es el caso del Higo el cual puede dar paso a muchos productos con valor agregado, la mencionada fruta será sujeto de estudio de este proyecto.

Conociendo de antemano que el país posee una diversidad de regiones aptas para el cultivo frutícola en general y del higo en particular el cual es cultivable en diferentes lugares del país como: Mira, Bolívar, San Gabriel, Pimampiro, Ibarra, Ambuqui, Guayllabamba, El Quinche – Puembo, Yaruqui, Tambillo, Patate, Gualaceo, Girón, Sta. Isabel y Loja.

En el Ecuador ha sido cultivada desde tiempos ancestrales para el mercado interno, para su consumo en preparados caseros como el conocido "Dulce de Higos" cocinado y elaborado con miel de panela es "Higo Confitado seco y azucarado".

Y Finalmente se busca obtener rentabilidad produciendo y comercializando el Higo en el Ecuador, por medio de estrategias administrativas y financieras utilizando herramientas estratégicas para la comercialización y análisis financieros que permitan analizar la sensibilidad puesto que en el mercado interno existe un abastecimiento parcial, y para complementarlo se está realizando importaciones de la fruta que podría ser fácilmente producida en el país, este proyecto esta enfocado a este ámbito, satisfacer la demanda interna y darle valor agregado a la fruta con las diferentes presentaciones del producto.

CONTENIDO

El Higo es originario del Mediterráneo su nombre científico es "Ficus Carica", su historia se remonta siglos atrás, es una de las primeras frutas que fue almacenada y secada por el hombre (4000 A.C. según arqueólogos).

En varias culturas antiguas se dio al higo un significado espiritual y simbólico, se menciona repetidamente en la Biblia y en un Himno Babilónico (2000 A.C.), además de varias leyendas griegas en las que se atribuye el conocimiento del higo a los Dioses (Demeter, Bachus).

Todos los habitantes de la antigua Atenas, incluyendo Platón, eran "philosykos", que significa "amigos del higo". En Grecia se utilizaron higos como la primera medalla olímpica. El árbol de higo era sagrado en países del sureste de Asia, en Egipto, Grecia e Italia.

Durante siglos, esta fruta ha sido considerada erótica, ambivalente y simbólica. Ambivalente porque, para la cultura judeocristiana tenía analogía con el órgano sexual femenino, sin embargo, para los árabes, era análoga con el órgano masculino.

Considerada una fruta, el higo es en realidad una flor invertida hacia adentro y sus semillas son la fruta. El cultivo del higo ha sido ancestral en el Ecuador para el mercado interno.

La forma más fácil y corriente de plantación y propagación de la higuera es por sistema asexual, mediante el enraizamiento de estacas leñosas de uno o dos años. Las estacas deben ser de unos 20-30cm. de largo y de 1-2cm.

El proceso de enraizamiento puede llevarse a cabo en camas de propagación bajo invernadero, en bolsas bajo un sombreadero, o bien, directamente en el terreno definitivo de plantación.

Luego de la plantación la higuera se desarrolla como un árbol globoso de hoja caduca, aunque en ciertas regiones de América Central se puede mantener siempre verde.

Alcanza hasta 3,5 metros de altura en zonas de condiciones favorables, pero puede adquirir un hábito de tipo arbustivo bajo peores condiciones.

La diferenciación se logra creando una barrera protectora contra la competencia, al ser percibidos por los consumidores con apreciables ventajas diferenciales sobre los competidores, para esto es necesario contar con una fuerte habilidad de comercialización, creatividad y aprovechar de la reputación; en este caso de liderazgo en la calidad, sabor y textura de la fruta.

Por otro lado, las estrategias de enfoques consisten en actuar sobre un grupo de compradores, es decir, un segmento de mercado determinado. Éstas funcionarán siempre y cuando se combinen con las de diferenciación. Par este proyecto, nos centraremos en las empresas procesadoras de frutas, autoservicios y mercados municipales.

Para nuestro proyecto se utilizarán las estrategias administrativas y financieras con el objetivo de obtener una alta rentabilidad; entre las estrategias utilizadas son de diferenciación y enfoque y entre las financieras realizamos análisis financieros que permitan analizar la sensibilidad del proyecto con el mercado nacional.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El Higo es una fruta que posee características nutricionales y energéticas que le proporcionan gran valor dentro de la dieta de niños, jóvenes, y adultos.

Las plantaciones de Higos no requieren de mucho cuidado una vez que entran en producción, por lo que el costo de mantenimiento de las mismas no es elevado.

De acuerdo a datos recopilados en el estudio de mercado se determino que existe demanda interna insatisfecha de la fruta, que se satisface con importaciones de la misma.

El estudio de mercado dio como resultado que la fruta es ampliamente conocida y aceptada en Cuenca y Quito. En Guayaquil es menos conocida que en las ciudades anteriores.

En el Ecuador existen empresas que procesan la fruta por lo que se estima que la demanda aumentará, por la aceptación que está teniendo la fruta procesada.

El proyecto de Producción de Higo se financiará el 60% con aportación de capital propio y 40% con préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN)

El análisis financiero muestra que el proyecto es rentable, porque se recupera la inversión en el segundo año de producción y genera una tasa de retorno atractiva.

La tasa mínima de retorno (TMAR) o tasa de descuento se la obtuvo por el método de Costo Promedio Ponderado del Capital que dio como resultado 16.7%

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto sin financiamiento fue de 52%, mientras que el VAN alcanzó un valor de $185.485, lo que indica que el proyecto es rentable.

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto del inversionista fue de 66%, mientras que el VAN alcanzó un valor de $197.862, lo que indica que el proyecto es rentable

BIBLIOGRAFIA

Chauca Lilia (1997) "Cultivo del Higo-Higuera"; Instituto de Investigación; Agraria INIA; La Molina Perú.

SICA; "Higo, Breva, Brevera"; Servicio de Información y Censo del Ministerio de Agricultura y Ganadería; Guayaquil Ecuador.

SICA; "Perfil del Sector Agropecuario Ecuatoriano 2002"; Servicio de Información y Censo del Ministerio de Agricultura y Ganadería; Guayaquil Ecuador.

Kotler, Philip (2001)"Dirección de Marketing"; Prentice Hall; Edición del Milenio, Capítulos: 2, 4.

Malhorta Narres K (1997)"Investigación de Mercados, un enfoque práctico"; Segunda Edición; Pearson Educación; Capítulos 3, 4, 5, 6.

Brealey, Richard A. y Myers, Stewart C. (1998) "Principios de Finanzas Corporativas"; Doceava Edición. Mc Graw Hill; Capítulos: 9, 10.