



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:

TEMA:

“ANÁLISIS DEL SECTOR INFORMAL CACAOTERO EN EL RECINTO SAN JOSÉ
DE LAS JUNTAS, SITUADA EN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

AUTORA:

FARÍA CHÁVEZ GÉNESIS MISHÉL


TUTOR:

ING. MORANTE GALARZA JOSÉ LUIS

Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

Manta - Manabí - Ecuador
2022



	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

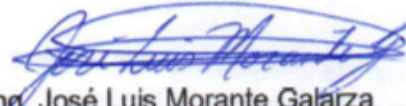
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría de la estudiante **FARIA CHAVEZ GENESIS MISHEL** , legalmente matriculado(a) en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2021-2, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de **INVESTIGACIÓN** , cuyo tema del proyecto es “**Análisis del sector informal cacaotero en el recinto San José de las juntas, situada en Santo Domingo de los Tsáchilas**”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 16 de diciembre de 2022.

Lo certifico,



Ing. José Luis Morante Galarza

Docente Tutor(a)

Área: Administración de empresas



CERTIFICADO URKUM

Document Information

Analyzed document	FARIA FARIA MISHEL TESIS.docx (D153251300)
Submitted	2022-12-13 16:16:00
Submitted by	Jose Morante Galarza
Submitter email	jose.morante@uleam.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	jose.morante.uleam@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS FINAL RIDER VERA (1).docx	 1
	Document TESIS FINAL RIDER VERA (1).docx (D142685972)	
	Submitted by: presleyi.loor@uleam.edu.ec	
	Receiver: presleyi.loor.uleam@analysis.arkund.com	



AUTORÍA

La argumentación, la propuesta, el sustento de la investigación y de los criterios vertidos, son originalidad de la autora y es responsabilidad de la misma.

FARÍA CHÁVEZ GENESIS MISHEL



PROBACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE TITULACIÓN

Al de agosto de 2022 se dan cita los miembros del tribunal de grado para dar la aprobación al trabajo final de titulación: “ANÁLISIS DEL SECTOR INFORMAL CACAOTERO EN EL RECINTO SAN JOSÉ DE LAS JUNTAS, SITUADA EN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS” en modalidad Proyecto de investigación, mismo que cumple con lo estipulado por los Reglamentos y disposiciones que fueron determinados por la Facultad de Ciencias Administrativas en la carrera Administración de Empresas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

JURADO

Presidente del tribunal

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

Docente tutor



AGRADECIMIENTO

Este proyecto de titulación va dedicado en primer lugar a Dios ya que él es la fuente de todos los logros alcanzados. A mi madre por todo el apoyo recibido para la realización de mi etapa estudiantil. Por todos los consejos y el apoyo recibido en los momentos difíciles de la vida. A mi novio por siempre apoyarme, darme ánimos y consejo hasta en las situaciones más tormentosas ayudándome hasta donde le era posible y más. A mi hermana y mi cuñado que siempre me brindaron su ayuda cuando más la requería, compartiendo sus conocimientos al igual que mis profesores por su dedicación a la labor más noble; la enseñanza, a mis amigos por todos los momentos que pasamos juntos, por las tareas que realizamos juntos y por todas las veces que a mí me explicaron gracias.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a las 3 mujeres más importante de mi vida, les debo mucho de lo aprendido en todos estos años. A la primera mujer a quien va dedicado este proyecto y que ha estado durante 21 años conmigo, es mi madre quien me enseñó que hay muchas cosas importantes por las cuales luchar y no rendirme, una las razones es la familia. La segunda mujer a quien va dirigido es a mi suegra, de la cual he aprendido a que la fuerza es una de las cualidades más importantes de la vida. Por último, la Sr. América quien es una mujer ejemplar, una de las personas más amables y con un corazón tan lindo como nadie.

Quiero tener las tres cualidades de cada una, quiero brindar el mismo apoyo que me dio mi madre, tener la fuerza de mi suegra y sin duda quiero tener el corazón como el de la Sr. América.

Génesis Mishel Faría Chávez



ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	1
CERTIFICACIÓN	2
CERTIFICADO URKUM	3
AUTORÍA	4
PROBACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE TITULACIÓN	5
AGRADECIMIENTO	6
DEDICATORIA	6
ÍNDICE DE CONTENIDO	7
RESUMEN	1
ABSTRAC.....	2
INTRODUCCIÓN	3
1. DISEÑO TEÓRICO	4
1.1. EL PROBLEMA.....	4
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4. FORMULACIÓN DEL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.5. FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.6. DELIMITACIÓN	8



1.6.1.	DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	8
1.6.2.	DELIMITACIÓN TEMPORAL	8
1.7.	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	8
1.8.	DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES.....	8
1.9.	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.	MARCO TEÓRICO	10
2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.2	BASES TEÓRICAS	11
3.	METODOLOGÍA.....	18
3.1.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	18
3.2.	Población de estudio	20
3.2.1	Tamaño de muestra	20
3.3.	Técnicas de recolección de datos.....	21
	RESULTADOS	23
	Propuesta.....	32
	Conclusiones.....	49
	Recomendaciones	50
	Bibliografía.....	51
	ANEXOS	52

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general el análisis del sector informal cacaotero en el recinto san José De Las Juntas, buscando los factores que impiden a los pequeños agricultores cacaoteros emprender en consideración de que tienen la materia prima como principal fuente de ingreso en Santo Domingo de los Tsáchilas. Teniendo el emprendimiento para exportar su materia prima a marcas asociadas o buscar otros métodos de información para poder tener conocimientos básicos para la sostenibilidad de sus ingresos. Para iniciar con el análisis del sector informal cacaotero, cual tiene como finalidad dentro de sus esquema determinar las razones del porqué dicho sector no tiene iniciativas de emprender o buscar mejores pagos por su materia prima para determinar con las razones de sus ingresos minoritarios del sector cacaotero, nos enfocamos en encuestas para analizar a fondo dicho sector.



ABSTRAC

In the present research work, the general objective of the analysis of the informal cocoa sector in the San José De Las Juntas campus is to look for the factors that prevent small cocoa farmers from undertaking, considering that they have the raw material as the main source of income in Santo Domingo de los Tsáchilas. Having the venture to export your raw material to associated brands or look for other methods of information in order to have basic knowledge for the sustainability of your income. To start with the analysis of the informal cocoa sector, which has as its purpose within its scheme to determine the reasons why said sector does not have initiatives to undertake or seek better payments for its raw material to determine with the reasons for its minority income from the cocoa sector. , we focus on surveys to thoroughly analyze this sector.



INTRODUCCIÓN

Los orígenes del comercio se remontan a la época de trueque de la era del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura subsistencia. A medida que fueron añadiéndose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores las cosechas obtenidas eran cada vez más grandes. Así llegó el momento para el nacimiento del comercio. El comercio es tan antiguo como la sociedad y no podríamos concebir esta sin él. Porque basamos toda nuestra vida en este sistema socioeconómico nos ha parecido interesante hacer un post sobre él. (Urquiza F., 2021, pág. 1)

La agricultura refiere un papel importante en la oferta de alimentos y materias primas para la industria y para la sociedad en general. En lo que, la agricultura refiere, Ecuador se destaca por producir: bananos, flores, y cacao. Además, de otros productos agrícolas como: café, arroz, papas y caña de azúcar. En cuanto a cacao, el Ecuador es el país con la mayor participación en el mercado mundial de Cacao. Es considerado el primer productor mundial de cacao fino y de aroma, aportando el 70%, seguido de lejos por Indonesia que contribuye con un 10% del total mundial (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones., 2016, pág. 6)

El recinto San José de la Juntas ubicado en la zona rural de Santo Domingo de los Tsáchilas, se caracteriza por el sembrío de plantas de plátano, cacao, café, abacá y árboles frutales, siendo estas sus fuentes de ingreso de los agricultores. Los datos que se muestra en los párrafos anteriores, indica que el cacao es considerado como un producto de suma importancia para su importación, pero la realidad es diferente para quienes producen y cosechan este fruto.



1. DISEÑO TEÓRICO

1.1. EL PROBLEMA.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector informal agropecuario ocupa un papel crucial en la economía, porque abastecen de recursos naturales que conforman la alimentación de la población del país. Este problema surge en el recinto San José de las Juntas en Santo Domingo de los Tsáchilas por la falta de conocimientos administrativos e iniciativa de parte de los agricultores, hay una gran cantidad de personas del sector agropecuario quienes no cuentan con los conocimientos sobre el ámbito empresarial y la importancia que tiene dentro del desarrollo económico, debido a esto acostumbran a vender su producto a mediadores sin ellos poder ser el vendedor directo lo que genera una ganancia mínima para ellos.

Este estudio busca analizar las características, problemas y retos comunes que surgen en la comercialización del cacao con el fin de identificar las herramientas de administración que le sean útiles para mejorar su situación económica. El problema surge en el sector cacaotero del recinto San José de las Juntas, de Santo Domingo por la falta de iniciativa al emprender de parte de los agricultores, debido al estar acostumbrados a ofertar sus productos a mediadores. El problema radica en la falta de conocimientos empresariales, esta falta de conocimientos hace que a los involucrados se les haga habitual vender a intermediarios, aceptando precios minoristas; esto genera insatisfacción en los productores



Contextualización Macro, Meso y Micro

Este análisis está enfocado en entender y ayudar a los agricultores a tener conocimientos de la gestión empresarial y del mercado para poder emprender y llegar a un sector más amplio como las exportaciones. La relevancia es dar conocer aspectos varios en el ámbito empresarial y ayudar al sector agrícola con las bases necesarias previo a un emprendimiento. Por ende, es necesario determinar cómo aportar en el crecimiento del sector cacaotero del recinto San José de las Juntas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Contextualización Macro

El cacao es uno de los principales productos tradicionales de exportación ecuatoriana, y ha posicionado al Ecuador como el país más competitivo de América Latina en este campo. Datos de la International Cocoa Organization, indican que Ecuador es uno de los principales productores de granos de cacao, representando el 7% de la producción mundial total. (Sánchez, Vayas, Mayorga, & Freire, 2020, pág. 2)

Ecuador es un gran productor reconocido mundialmente por ser cacao fino, con sabor y aroma. El consumo de cacao fino y de aroma proviene fundamentalmente de mercados especializados de chocolate como en Europa Occidental: Bélgica, Luxemburgo, Francia, Alemania, Italia, Suiza y Reino Unido, así como Japón y Estados Unidos que tienen un importante consumo de este producto. Por muchos años el Ecuador fue el primer exportador de cacao hacia algunos destinos en Europa, como Suiza, que lo importa como materia prima, para después en sus



fábricas, crear los chocolates y exportarlos así mismo alrededor del mundo.

(Schmid, 2017, pág. 12)

Contextualización Meso

Ecuador es un país que cuenta con una gran biodiversidad y agricultura, destacando en las exportaciones con productos como cacao, guineo, plátano, flores entre otras. La agricultura desempeña un papel crucial en la economía del país; es la columna vertebral de nuestro sistema económico, no sólo proporciona alimentos y materias primas, sino también oportunidades de empleo a una importante cantidad de población. La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es un sector agrícola por excelencia gracias al clima, el suelo y su ubicación

Contextualización Micro

San José de las Juntas es un recinto perteneciente a la parroquia rural San Jacinto del Búa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, ubicado al centro noroeste de Ecuador. La población de este sector vive de la agricultura, destacando entre su producción el plátano, cacao, café, abacá y árboles frutales.



1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Problema general.

¿De qué forma incide el sector informal agropecuario del recinto San José de las Juntas, situada de Santo Domingo de los Tsáchilas?

Problema específico

- ¿Cuál es la situación actual de la comercialización del cacao del recinto San José de las Juntas?
- ¿La producción, comercialización y gestión del sector del cacao tiene como sustento un comercio justo?
- ¿Existe interés por parte de los productores para fortalecer la producción y comercialización del cacao?

1.4. FORMULACIÓN DEL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Analizar del sector informal agropecuario del recinto San José de las Juntas, en Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.5. FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Analizar cuál es el estado actual del sector informal agropecuario en el recinto San José de las Juntas
- Determinar factores que impiden al sector informal agropecuario emprender
- Diseñar una guía “manual de emprendimiento” para el agropecuario.



1.6. DELIMITACIÓN

1.6.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

El presente proyecto se desarrolla en el recinto San José de las Juntas, situado en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador, identificando al sector agropecuario y su problemática para emprender

1.6.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

El periodo de tiempo de esta investigación inicia el 12 de octubre del 2021 y culminará en marzo del 2022

1.7. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

2.7.1 Hipótesis general

La implementación de un manual de emprendimiento para el sector informal agropecuario en el recinto San José de las Juntas, situada en Santo Domingo de los Tsáchilas, incentiva el crecimiento en la economía del sector.

2.7.2 Hipótesis específica

- Tiene importancia el sector informal agropecuario en la economía ecuatoriana
- Existen factores que impiden al sector informal agropecuario emprender

1.8. DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES

- Sector informal
- Sector cacaotero



1.9. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto de titulación tiene como finalidad mejorar la rentabilidad de los agricultores del recinto San José de la Junta, al momento de producir y cosechar el cacao, por medio una guía para el desarrollo del emprendimiento; de esta forma se pretende incentivar a los agricultores al realizar enfoques de emprendimiento, trabajar con la materia prima y obtener un producto que pueda ser comercializado.

Justificación teórica

Esta investigación se realizó con el propósito de buscar la incidencia de sector informal agropecuario en el recinto San José de las Juntas en Santo Domingo; así como encontrar las falencias que afecta a dicho sector, consiste en un análisis y la importancia del conocimiento del emprendimiento, el uso de estos ayudará a posibles soluciones y por ende contribuir al sector agropecuario.

Justificación práctica

Se basa en la necesidad de mejora del sector informal agropecuario, el resultado de la investigación permitirá la elaboración de estrategias concretas. Se pretende presentar al sector informal agropecuario estrategias de mejoras por medio de la realización de una guía de emprendimiento para que cuenten con el conocimiento requerido, que ayude a su economía.

Justificación metodológica

Mediante la investigación se busca la aplicación del conocimiento científico, bajo la temática investiga sobre el plan de mejora y la causa del sector informal agropecuario en el recinto San José de las Juntas situada en Santo Domingo de los Tsáchilas.



2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La implementación de más políticas que vayan en beneficio del comerciante del sector agrícola los encamina a precarizar el costo de sus productos. En este apartado se hace referencia a estudios similares a la variable de estudio para tener un sustento bibliográfico con información que ayude al desarrollo de este proyecto investigativo, a continuación se detalla un antecedente:

Tema: El sector agropecuario y el desarrollo económico: el caso cubano

Autor: Anicia García Álvarez

Fecha: Jul.-dic. 2020

Problemática: El sector agropecuario es estratégico para cualquier economía pues produce alimentos que son bienes esenciales para el sostenimiento de la vida. Para hacerlo, requiere de bienes y servicios que se obtienen por otras actividades económicas con las que se conecta y forma cadenas de valor, por lo que algunos especialistas lo designan como «el sector creador de la economía». Las actividades agropecuarias se encuentran diseminadas donde quiera que existan las condiciones de suelo, agua y clima para su desarrollo, que en nuestro país es prácticamente en todo el territorio. Así, constituyen una fuente de empleo y ayudan a mantener poblado el país.

Conclusión: lograr una creciente dinámica de la productividad agropecuaria es vital para cualquier economía, pues es el aumento de la productividad lo que permitirá a tal sector cumplir con sus funciones en pos del desarrollo económico. Es un objetivo que puede alcanzarse a través de la inversión en tecnología, pero esta única medida no garantiza el éxito en ese propósito. Los incentivos y condiciones de rentabilidad que se crean a través



de las políticas macroeconómicas son igualmente importantes para conseguir una adecuada respuesta del sector agropecuario. Por eso, la solución de este asunto pasa por la implementación combinada de políticas específicas para el sector agropecuario, otras políticas económicas relevantes (fiscal, monetaria, cambiaria, de definición de derechos de propiedad, de investigación y transferencia tecnológica, de precios e ingresos, comercial, entre otras).

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Comercio informal en el Ecuador

El comercio es la “Actividad lucrativa que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza” (Ossorio, 2016, pág. 178)

El comercio según el autor Ossorio es el intercambio de manera directa o indirecta en productores y consumidores para que estos productos estén a su alcance y que tenga mejor acceso a estos productos sin mayor esfuerzo y que los mismos se ofrezcan limpios, saludables y buen estado.

Los trabajos informales, está compuesta por todas aquellas actividades laborales que no están registradas legalmente y que por tanto no pagan impuesto, que tienen muy pocas posibilidades de crecer económicamente y que sobre todo son manuales. Como son actividades que se hacen generalmente sin recibir ningún permiso o autorización del gobierno, son actividades que no están controladas ni protegidas por ninguna ley. (Iranzo, 2017, pág. 178)



La informalidad son las personas que se dedican a expender productos, mercaderías que no están sujetas a ninguna solemnidad, norma, principio, reglamento o ley, por lo tanto, las personas que trabajan dentro de la informalidad se deslindan de la responsabilidad de pagar impuestos, siendo perjudicial para la economía del país, pero cabe destacar que estas no generan una ganancia como para crecer económicamente, además como estas no están reguladas son perseguidas y no tienen protección de la ley.

El sector informal puede describirse en términos generales como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo.

2.2.2 Características del comercio informal

La economía informal es más grande de lo que realmente se cree de ella. Puesto que tanto hombres como mujeres, sin distinguir género y edad desempeñan un papel muy importante en este tipo de trabajo, diverso, invertido. Para entender con mayor exactitud, se les presentan las características de la economía informal:

1. El capital disponible por persona empleada tiende a ser muy bajo.
2. Empleo de tecnologías retrasadas y niveles bajos de productividad.
3. Nivel bajo de complejidad técnica.
4. Incipiente división del trabajo.
5. Falta de especialización de funciones.
6. Poco nivel de calificación de la mano de obra.



7. Organizaciones pequeñas, con predominio de actividades unipersonales.
8. Salarios menores que en el sector formal.
9. Utilización de la familia como mano de obra no remunerada, tal es el caso de los menores de edad.
10. No sujeción a las reglas jurídicas y tributarias.
11. Generación de bienes y servicios distintos de los ofrecidos por el sector formal.
12. Mayor dedicación a actividades de comercio.
13. Restricción en la posesión de pasivos y, en su mayoría, no acceso al sistema crediticio regular. (Moreira, Pico, & Díaz, 2016, pág. 6)

2.2.3 Sector informal agropecuario

La importancia de la agricultura como impulsora del crecimiento económico y fuente de diversificación depende de tres factores: la dimensión del sector agrícola dentro de la economía general, la tasa de crecimiento de ese sector, y la medida en que ese crecimiento estimula el desarrollo de otros sectores. En otras palabras, cuanto mayor sea el sector en el conjunto de la economía, cuanto más rápido sea el crecimiento en dicho sector, y cuanto más sólido sean sus vínculos, mayor será su contribución. (Rivas, 2021, pág. 6)

La economía rural presenta una gran heterogeneidad: los grandes agricultores comerciales coexisten con los pequeños agricultores comerciales, quienes a su vez trabajan en paralelo con los agricultores de subsistencia. Una gama de agricultores tan amplia suministra productos agrícolas y no agrícolas a los mercados locales, los



intermediarios o las grandes empresas, que pueden ser transnacionales o multinacionales. (Organización Internacional del Trabajo, 2019, pág. 4).

Hay tres aspectos que hacen a la agricultura un pilar fundamental en la economía ecuatoriana. Primero, representa en promedio un 9% del PIB total del país. La agricultura es la tercera fuente de mayor ingreso del país, seguida por comercio y petróleo y minas. Segundo, la base de la política de soberanía alimentaria donde el Estado garantiza a las personas autosuficiencia de alimentos de forma permanente. Y tercero, aporta con un superávit comercial a la balanza comercial del país, y una fuente principal de ingreso de dólares y divisas por exportaciones. (Fiallo, 2017, pág. 13)

Lo que nos da a entender la gran importancia que juega el sector agropecuario en la economía de nuestro país debido a que contribuye a la producción y empleo en diferentes ámbitos esenciales para nuestro producto interno bruto. Una ventaja comparativa del Ecuador es su geografía. Debido a la variedad geográfica, el país cultiva una gran variedad de productos que no solo abastece la demanda interna, pero también contribuye a la balanza comercial.

Uno de los problemas que atraviesa la agricultura en la actualidad, es que muchos agricultores han destinado su trabajo hacia los productos de exportación, dejando a un lado los terrenos de cultivo de consumo interno. Es por ello que el anterior gobierno liderado por el Economista Rafael Correa a través del Plan del Buen Vivir, promulgó un plan de desarrollo para la soberanía alimentaria.



La soberanía alimentaria es la obligación por parte de una nación en producir y desarrollar alimentación sustentable para todos sus ciudadanos. La soberanía alimentaria se sustenta como la capacidad de autoabastecimiento familiar, local y de todo el país. En el Plan del Buen Vivir se menciona un plan de fortalecimiento a los pequeños y medianos productores agrícolas quienes producen los alimentos básicos para la sobrevivencia y desarrollo de nuestra nación. (Anchundia, 2016, pág. 21)

2.2.4 Importancia y análisis del desarrollo empresarial

El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. Alcanzar un desarrollo empresarial le permitirá al empresario de una Pyme aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado. (Delfín & Acosta, 2016, pág. 4)

El desarrollo de la economía es importante tener en cuenta el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas es una prioridad para aumentar la riqueza y liquidez del país. Si las empresas quieren crecer y desarrollarse en un entorno dinámico tienen que plantear estrategias que les permitan alcanzar su desarrollo empresarial.

De acuerdo a (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016) una empresa es un agente económico (persona natural o sociedad) con autonomía para adoptar decisiones financieras y de inversión y con autoridad y responsabilidad para asignar recursos a la



producción de bienes y servicios y que puede realizar una o varias actividades productivas. Su estratificación de acuerdo a su tamaño está definida de acuerdo con el volumen de ventas anual y el número de personas ocupadas. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones., 2016)

La gestión empresarial se sustenta en los conocimientos que se tengan sobre: riesgo, beneficio y mercado. A diario los administradores de las pymes se enfrentan a desafíos, los cuales tienen que asumir y tomar decisiones. Las acciones que derivan de estas decisiones tienen consecuencias, positivas o negativas, en sus finanzas, en la relación con sus usuarios y en la evolución de su empresa, ya sean a corto, mediano o largo plazo. Tomar decisiones de forma empírica sin un análisis adecuado no es una buena estrategia, es probable que alguna sea efectiva, pero a la larga la estabilidad de la empresa menguará y su fracaso será casi seguro.

No hay un modelo o estándar preestablecido que se pueda seguir siempre para garantizar el éxito al tomar decisiones, pero si existen herramientas para analizar y procesar los datos e información disponible las cuales aportan solidez a este proceso y minimizan los efectos colaterales negativos.

Las Pymes son un pilar fundamental del desarrollo económico sustentable, porque son generadoras de riqueza, además, de ser entes dinámicos que identifican, explotan y desarrollan nuevas actividades productivas. Son organizaciones que se adaptan a las nuevas tecnologías con relativa facilidad, pues su planeación y organización no requiere de mucho capital. Estas organizaciones tienen que perdurar en los mercados de alta competencia y para ello deben alcanzar un desarrollo empresarial que se los permita.



Las Pymes en plena época de la globalización, se convierten en un tema cada vez más importante, a pesar de que la mayor parte de las teorías económicas administrativas presten mayor atención al comportamiento de las organizaciones de mayor peso en la economía. Sin embargo, desde la aparición del paradigma neoliberal monetarista de política económica este tipo de empresa representa alrededor del 90% de las empresas existentes a nivel global, emplean el 50% de la mano de obra y participan en la creación del 50% de PIB mundial.

Las características económicas, sociales y políticas en Ecuador y Latinoamérica, han creado diversas formas de crear negocios en nuestro país y en la región. La constitución de los distintos modelos empresariales, se ven obligados a formar estructuras apegadas a una realidad local, donde su desarrollo y crecimiento depende mucho de eliminar la mayor cantidad de complejidades que se presentan ante la vulnerabilidad que en mayor o menor medida pueden afectar y poner en riesgo su permanencia. (Romero, 2018)



3. METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Tipo de investigación

Según revisión bibliográfica para autores como Franco (2011) el marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio, esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que estudiamos, del mismo modo, Sabino (2008) dice en cuanto a los elementos del marco metodológico que es necesario operacionalizar pueden dividirse en dos grandes campos que requieren un tratamiento diferenciado por su propia naturaleza: el universo y las variables. Por lo que el marco metodológico constituye una serie de procesos, técnicas y métodos que se utilizará para realizar la investigación.

Enfoque de investigación

Esta investigación se realiza con un diseño no experimental, donde los autores Hernández y Mendoza (2018), manifiestan que comprende: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.175). En este sentido, solo se estudia el comportamiento de la población implicada en la situación problema. Por otra parte, el enfoque empleado es el cuantitativo donde Hernández y Mendoza (2018), muestran que:

La ruta cuantitativa es apropiada cuando se necesita conocer las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos; por ende, se requiere de un lugar preciso al cual arribar, ya



sea un planteamiento especificado y delimitado, y con este equipo se incluye la recolección de datos y análisis estadístico que implica la demostración de resultados con números.

Tipos de investigación

El estudio realizado se centra en la naturaleza del campo, donde el autor Rojas (2015), determina que: La investigación de campo es la que permite recopilar datos desde donde se desencadena el problema. Por ello, es importante que el investigador sea un observador de todas las acciones para que pueda extraer conclusiones relevantes y alcanzar los objetivos establecidos (p. 115).

Por esto, con este tipo de investigación se recopila la información primaria, desde la aplicación de una encuesta es decir desde el lugar de los hechos, donde se presenta la actual situación problema. Con esto, se estructura las estrategias investigativas para interpretar y analizar la información recopilada y concretar la naturaleza del estudio, lo que implica el conocimiento, cuantificación e interpretación de resultados.

Asimismo, se considera el tipo descriptivo, de acuerdo a Hernández y Mendoza (2018), las investigaciones descriptivas tienen como propósito es describir o caracterizar el fenómeno de estudio. Se considera este tipo de investigación, por cuanto se describirán o caracterizan los hallazgos y fenómenos que permitan comprender la problemática y su solución.



3.2. Población de estudio

3.2.1 Tamaño de muestra

Para la realización de este proyecto, se aplicará la siguiente técnica de muestreo, que dará como resultado el tamaño de la muestra de los habitantes del recinto san José de las juntas ubicado en la ciudad de santo domingo de los Tsáchilas.

Para calcular la muestra se aplicará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

e = Margen de error admisible.

P = Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

Z = Nivel de confiabilidad

Valores Clientes:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo (300)

e = Margen de error admisible. (8 % = 0.08)

P = Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5%)

Z = Confiabilidad (95% = 1.96)

Reemplazo en fórmula cliente:



$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (300)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (300) (0.08)^2} = n = \frac{288.12}{(0.9604) + (1.92)} =$$

$$n = \frac{288.12}{2.8804} =$$

$$n = 100.02777 = 100 \approx$$

Asociación	Nº Universo	Tamaño de la muestra
Habitantes del recinto San José de las juntas	300	100

Tabla 1. Resultado tamaño de muestra de la muestra

Fuente: Número de habitantes (Universo) dado por el presidente del Recinto.

Elaboración: Autora del proyecto de titulación

3.3. Técnicas de recolección de datos

Las herramientas de recolección de datos, ayudan a la extracción de información necesaria para llevar a cabo el desarrollo de este proyecto. Se empleó varias herramientas de recolección la cual nombraremos a continuación:

3.3.1 Encuesta

Para algunos investigadores la encuesta no es otra cosa que la recolección sistemática de datos en una población o en una muestra de la población, para la obtención de datos. Habitualmente a este tipo de estudio se le denomina así, cuando se ocupa de grupos de personas, numerosas y dispersas. La mayoría de las veces se la asocia con el procedimiento del “muestreo”, particularmente de una población total (universo). (Cerde, 1991)

La realización de la encuesta nace con el fin de conocer la realidad actual del sector informal agropecuario en dicho recinto, dando a conocer información necesaria para la realización de acciones pertinentes al tema.



Observación

Para Arias (2017), la observación consiste en emplear los sentidos para captar la realidad del estudio. A partir de allí, se considera como técnica porque permite el acceso directo del investigador al evento de estudio.

Análisis y procesamiento de datos

Cuando se tenga recolectada la información mediante el levantamiento de encuestas, se realizará un análisis de los factores de lo investigado, presentando los resultados en tablas, gráficos estadísticos en documentos de Word y Excel, que favorecerán la comprensión del objeto de estudio, para su: clasificación, registro y tabulación.



RESULTADOS

Encuesta aplicada

Tabla No. 1. ventas de productos agrícolas

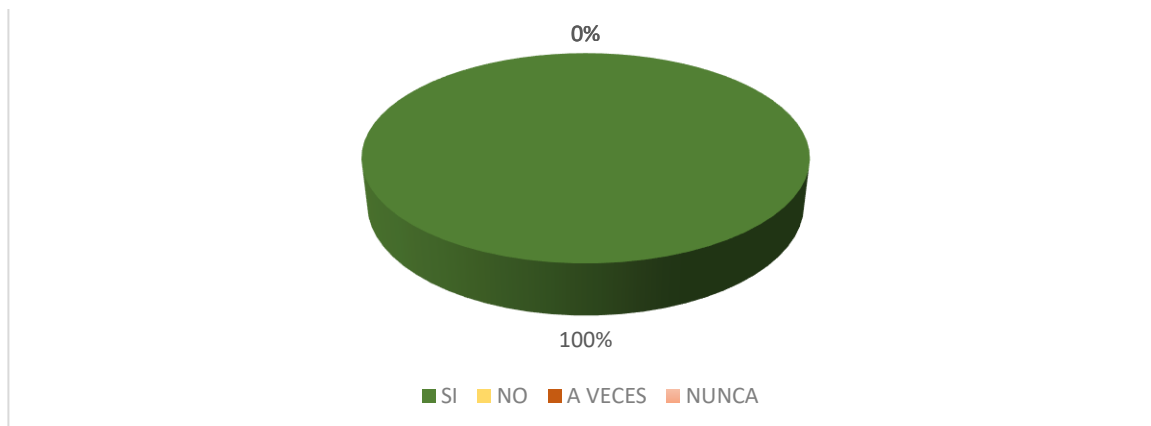
¿Usted realiza ventas de productos agrícolas?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	4	SI	100	100%
	3	NO	0	0%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 1 Ventas de productos agrícolas



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestadas sobre si realiza ventas de productos agrícolas, el 100% dijeron que sí. Los productos agrícolas tienen gran relevancia e influencia en la economía de cualquier país. Debido a que son productos esenciales para el consumo, tienen un gran valor y suelen estar en el mercado. Los productos agrícolas, así como los de cualquier país, son tratados como un activo financiero.

Tabla No. 2 Estrategia fundamental

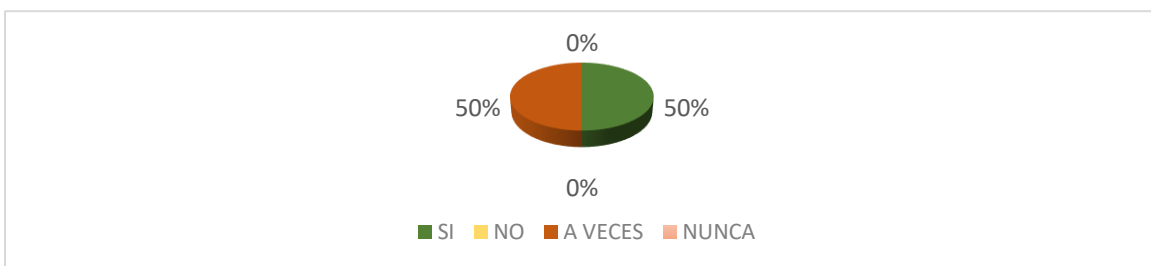
¿Al realizar las ventas su comprador son personas intermediarias o comprador directo?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	4	SI	50	50%
	3	NO	0	0%
	2	A VECES	50	50%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales			100

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 2



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 50% dijeron que al realizar las ventas su comprador son personas intermediarias o comprador directo, mientras que otro 50% dijeron no. Hay ventajas de utilizar un intermediario de pago. Para las pequeñas empresas, la principal ventaja es que pueden utilizar este tipo de servicio incluso antes de crear una empresa e integrarlo fácilmente en el sitio, los intermediarios asumen los riesgos involucrados en las transacciones de compra y venta. De esta manera, puede reducir los costos que implica la tecnología de seguridad para controlar los pagos. Los intermediarios de pago ofrecen una mayor comodidad para vendedores y clientes, ya que permiten a los compradores enviar parte de sus compras al mismo tiempo que los vendedores reciben efectivo. Pero, no todo es ganancia. En general, los intermediarios cobran tarifas más altas por transacción que las que se cobran a través de sistemas propietarios. Además, el tiempo para recibir el valor es más largo y el proceso de aprobación del pago también puede retrasarse.

Tabla No. 3 estrategias

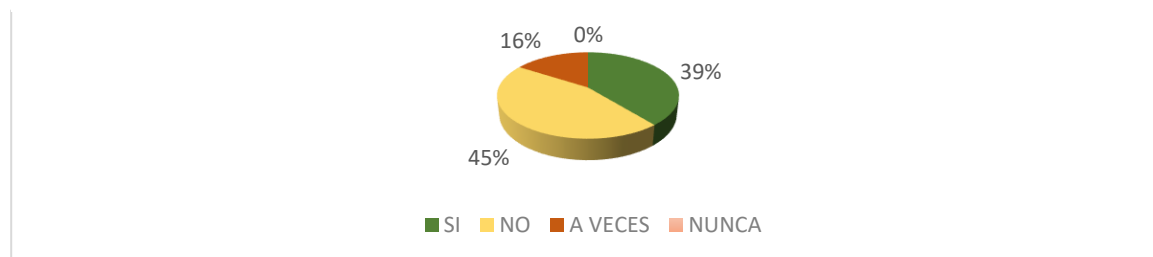
¿Está usted de acuerdo con el valor que le cancelan por la venta de su producto?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	4	SI	39	39%
	3	NO	45	45%
	2	A VECES	16	16%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 3



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 45% dijeron que no está de acuerdo con el valor que le cancelan por la venta de su producto, mientras que otro 39% dijeron si el 16% dijeron que a veces. El campo se ha despertado y con él un secreto a voces: no se le paga un precio justo tampoco a las producciones. La agricultura es esencial para el país ya que vertebra el territorio, mantiene viva las zonas despobladas. La mayor parte de este trabajo los hacen pequeñas explotaciones de carácter familiar, de tamaño pequeño y mediano. La soberanía alimentaria implica primar a las producciones locales siempre que sea posible y que los pueblos puedan escoger de manera sostenible (ecológica, cultural y económicamente) qué quieren producir y cómo. Con todo hay que fomentar la ética de la compra y premiar ya sea en el lineal del supermercado o con la compra directa al agricultor

Tabla No. 4 gobierno

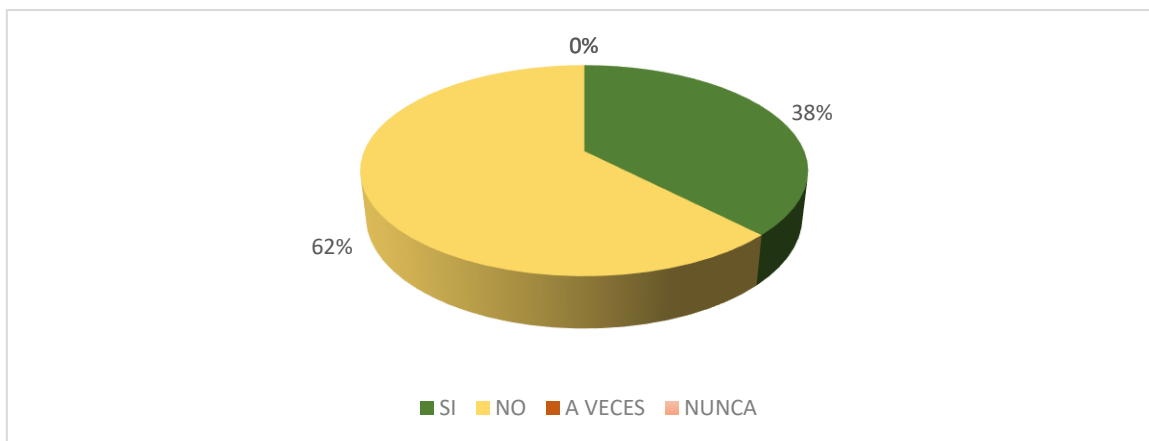
¿Usted tiene facilidad por parte de algún gobierno para conseguir insumos, o accesibilidad para contratar maquinarias y trabajar en algún proyecto agrícola?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	4	SI	38	38%
	3	NO	62	62%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales			100

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 4



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestadas el 62% dijeron que no tienen facilidad por parte de algún gobierno para conseguir insumos, o accesibilidad para contratar maquinarias y trabajar en algún proyecto agrícola, mientras que otro 38% dijeron sí. La utilización de insumos agrícolas está condicionada al cumplimiento de los requisitos de la producción ecológica, estando la mayoría de fitosanitarios tradicionales totalmente excluidos de la lista de productos permitidos.



Tabla No. 5 Rendimiento académico

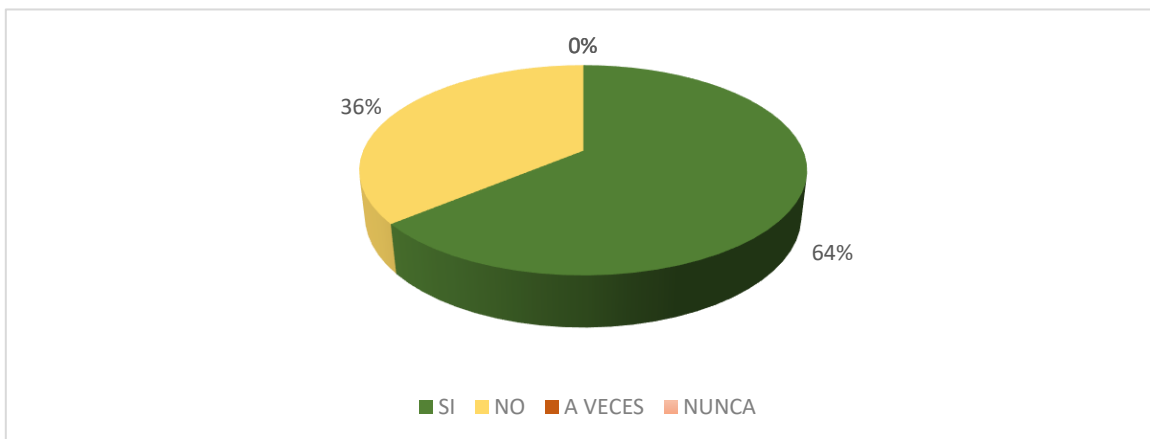
¿Alguna vez ha tenido en mente algún proyecto agrícola a emprender?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	4	SI	64	64%
	3	NO	36	36%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 5



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 64% dijeron que si han tenido en mente algún proyecto agrícola a emprender, mientras que otro 36% dijeron no.



Tabla No. 6 Desarrollo del pensamiento lógico

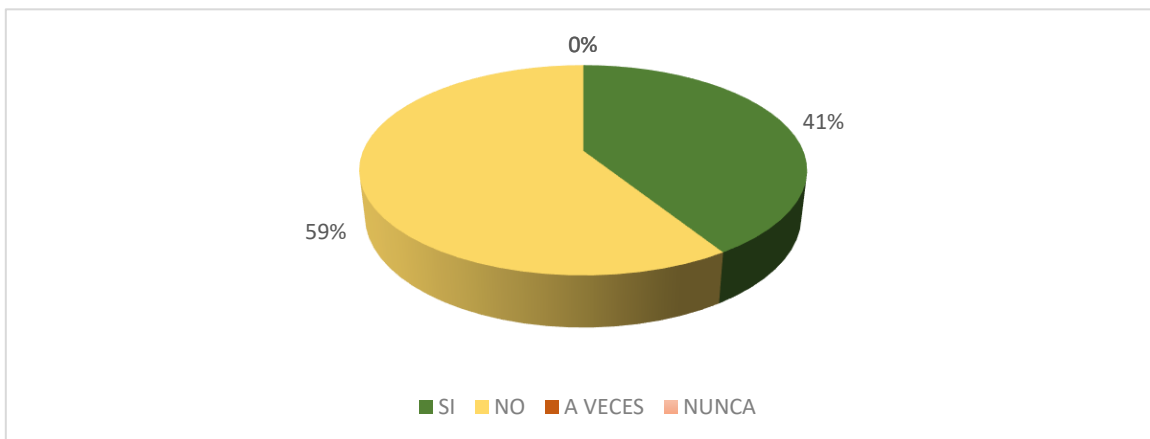
¿Tiene usted conocimientos previos acerca del emprendimiento y lo que consiste?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	4	SI	41	41%
	3	NO	59	59%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 6



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 59% dijeron que no tienen conocimientos previos acerca de emprendimiento y lo que consiste, mientras que otro 41% dijeron sí. El propósito de incentivar el emprendimiento en la población agrícola, va más allá de la creación de empresas, debe ser que aprendan a identificar sus talentos e intereses y que logren desarrollar y explotar sus capacidades al máximo, dándoles herramientas que permitan que se desenvuelvan en un mundo altamente competitivo.

Tabla No. 7 Pensamiento lógico matemático en la creatividad

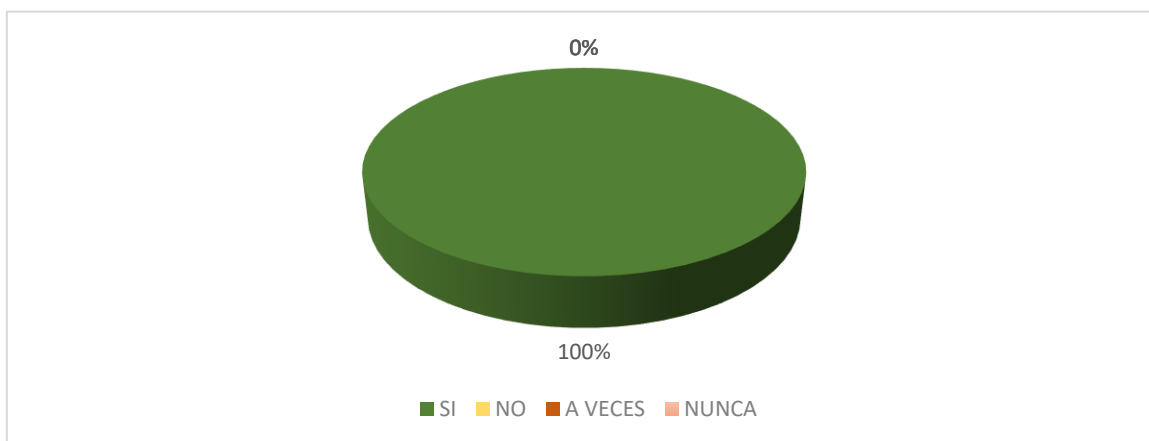
¿Cree usted que sería factible recibir capacitaciones en el área de emprendimiento?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	4	SI	100	100%
	3	NO	0	0%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 7



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 50% dijeron que Cree usted que sería factible recibir capacitaciones en el área de emprendimiento, mientras que otro 50% dijeron no. Las capacitaciones apuntan a fortalecer el trabajo en equipo, la creatividad laboral y resalta la importancia de sumar valor agregado a los productos y servicios.

Tabla No. 10 mercado cacaoero

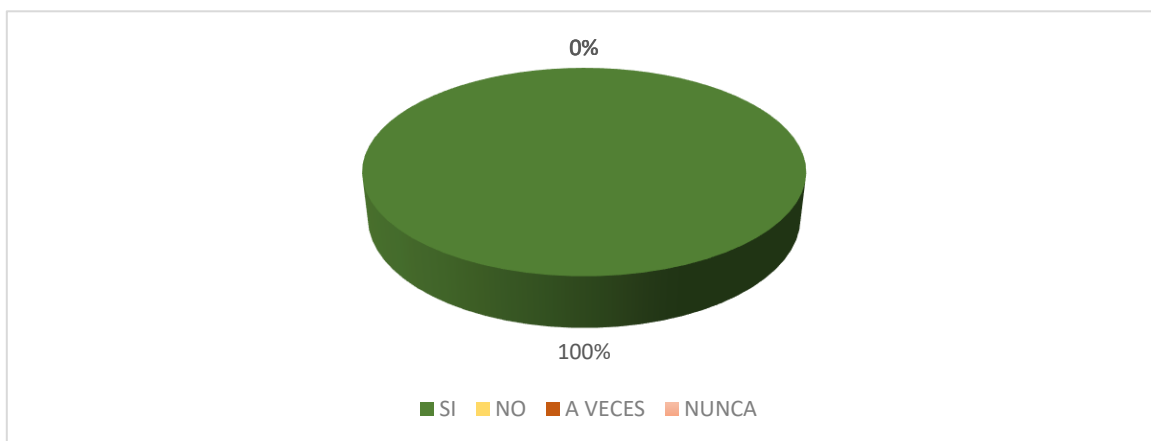
¿Cree usted que el mercado cacaoero y sus derivados apuntan a la agricultura sostenible y producción orgánica?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	4	SI	100	100%
	3	NO	0	0%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 8



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 50% dijeron que Cree usted que sería factible recibir capacitaciones en el área de emprendimiento, mientras que otro 50% dijeron no.



Tabla No. 11 compradores

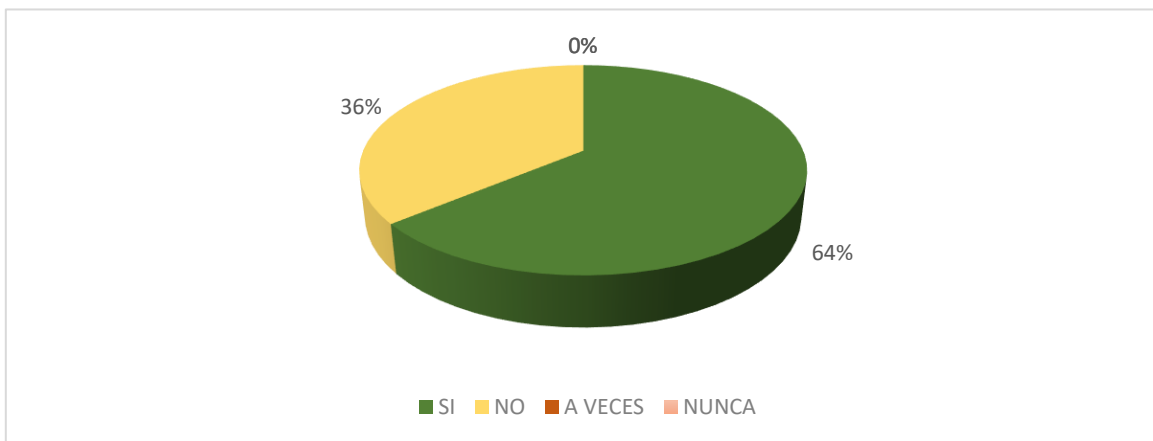
¿Cuenta con compradores fijos a la hora de vender sus productos?

ÍTEM	Nº	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	4	SI	64	64%
	3	NO	36	36%
	2	A VECES	0	0%
	1	NUNCA	0	0%
	Totales		100	100%

Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Gráfico No. 9



Elaborado por: Faría Chávez Génesis

Fuente: Habitantes del recinto san José de las Juntas

Análisis e interpretación de resultados

De las personas encuestas el 64% dijeron que si Cuenta con compradores fijos a la hora de vender sus productos, mientras que otro 36% dijeron no.



Propuesta

Tema: Manual de guía para la elaboración de plan de negocio, enfocado al sector informal cacaotero

Introducción

Un plan de negocios es un documento que describe el propósito de un emprendimiento y las acciones que se deben tomar para lograrlo. La planificación reduce el riesgo. Se puede hacer para implementar una nueva idea de negocio o para hacer crecer un negocio existente.

¿Quién debería hacer eso? Nadie lo hace mejor que nosotros para llamar nuestra atención. Por lo tanto, cada emprendedor debe tener un plan de negocios.

Crear un plan de negocios es dibujar un mapa del éxito de la empresa y las actividades de producción. Tu plan te guiará desde donde estás ahora hasta dónde quieres estar en el futuro.

Justificación:

Esta guía es importante porque brinda parámetros a seguir a quienes no conocen sobre un plan de negocios, es una pauta a seguir paso a paso. Esta guía permite que las personas conozcan la importancia de emprender ya que es beneficioso para mejorar su economía.

Objetivo

Diseñar un manual de guía para la elaboración de plan de negocio, enfocado al sector informal cacaotero.

Desarrollo:

Primer paso.

Definir qué tipo de personería se va a necesitar.

Tabla 1. Características de persona natural y persona jurídica

Persona Natural	Persona jurídica
Como persona natural, el empresario asume todas las responsabilidades de su negocio y responde con sus bienes por las deudas u obligaciones que pueda tener la empresa.	Es la empresa quien asume todas las obligaciones de la compañía y las responsabilidades en la mayoría se limitan al capital de la empresa. Siempre necesita un representante legal quien actúa en nombre de la sociedad.

De la personería jurídica, autores como (Suárez Bocanegra, 2014), mencionan que es mucho más beneficiosa que la natural debido a que trae numerosos beneficios, entre ellos, el poder de negociación, capacidad de abastecimiento, y acceso a mercados.

Persona natural, el agroempresario asume que todas las responsabilidades de su negocio y responde con sus bienes por las deudas y obligaciones que puede tener la empresa. Entre las ventajas se presenta, fácil creación, menor inversión, control en una sola persona, régimen de impuestos más favorables y menos requisitos formales.



Persona jurídica en la agroempresa quien asume todas las obligaciones de la compañía y las responsabilidades en la mayoría se limitan al capital de la empresa. Siempre necesita un representante legal quien actúa en nombre de la sociedad. Ventajas: Responsabilidad limitada, mayor responsabilidad de capital, mayor acceso a inversiones. Ejemplos: Sociedades por acciones simplificadas, sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada.



Segundo paso (defina detalles básicos)

Descripción de la empresa

- Nombre:
- Fecha de fundación:
- Tipo de negocio:
- Ubicación:
- Forma Jurídica:

Propósito de su emprendimiento. ¿Qué es lo que quiere usted lograr con él?

- **Productos y servicios.** Haga una lista de los productos que comercializa o tiene pensado comercializar en el futuro.
- **Mercado.** Describa los mercados (lugares o personas que le compran o a quienes Usted vende) que usted ya atiende o pretende atender a futuro.
- **Sus competidores.** Son quienes venden o hacen lo mismo que Usted, o pueden tener un producto sustituto – similar.
- **Finanzas.** Detalle los ingresos y ganancias esperados para los años considerados en su Plan. Indíquelo por año.

Escriba en forma resumida qué espera lograr como crecimiento de su negocio en los próximos años.

- Ventas:
- Producción:
- Local:



- Empleados:
- Transporte:

Propietarios / Directivos.

Estado de Desarrollo. Describa cuándo fue creada la empresa, cuánto hace que sus productos fueron desarrollados. Si ya ha comenzado la comercialización de los mismos. ¿Tiene clientes permanente?, ¿Cuáles han sido los logros y éxitos más importantes de sus actividades comerciales desarrolladas hasta el momento? ¿Y cuáles han sido las dificultades con las que se ha encontrado?

Paso 3

Describe tus productos y sus características distintivas sobre otros similares.



Productos y sus características

- Haga una lista de cada uno de los productos que ya fábrica o que tiene en mente fabricar o producir.
- Explique si ya los está produciendo o si están en sus proyectos solamente.

- Si los productos no están listos para su venta aún, explique: cuándo estarán listos, y si para terminarlos es necesario algo que aún no tiene (asesoramiento técnico, una nueva máquina, capital).
- Aclare si alguno de sus productos tienen un nombre o marca (ejemplo sombreros pintados) que los distingue de otros similares.
- Haga una lista de los productos similares que pueden ser comprados en lugar de los suyos. Y además una lista de las ventajas que usted cree que sus productos tienen (ejemplo: son de mejor calidad, son orgánicos, son únicos, etc.).
- Aplique los comportamientos de Exigir Eficiencia y Calidad para revisar si tiene adecuados procedimientos para la producción; si la producción se adapta a lo que sus clientes quieren. Aplique la búsqueda de información para saber si sus productos o los que en el futuro va a desarrollar son los que los clientes necesitan.

Paso 4

PLAN DE MERCADEO

Muestra quién será su mercado, y cuál es el tamaño de ese, mercado. También tendencias en los gustos, las áreas geográficas, la distribución, publicidad, y todo lo relacionado con el aumento de las ventas.

El plan de mercadeo es el aspecto más importante de su plan de negocios, porque está

destinado a que usted tenga clientes. Sin clientes, su emprendimiento no existe. Mientras más clientes tengan, más crecerá. Identifique su mercado meta. Esto quiere decir a quien





espera usted vender en el futuro sus productos para crecer. ¿Para quién produce usted sus productos o servicios?

Preguntas a ser contestadas

- ¿A quién le voy a vender?
- ¿Cuántos clientes son?
- ¿Dónde están ubicados?
- ¿Qué precios están dispuestos a pagar por mis productos?
- ¿Puedo hacer algo para convencerlos de que me compren a mí?
- ¿Quiénes son mi competencia en este caso?
- Para vender a estos clientes, ¿será mejor seguir trabajando solo o asociarme a otros productores?

Estudio de prefactibilidad comercial

Es el estudio que nos permite ver la viabilidad comercial en nuestro proyecto. La prefactibilidad comercial está formada por dos estudios: El análisis de competencia. El estudio de mercado. Al final de este estudio tratamos de verificar si el proyecto, comercialmente hablando, es o no factible de realizar, esto se da por la aceptación que puede tener nuestro producto o servicio y porque la competencia que tenemos permite que nosotros podamos entrar en el mercado.

Análisis de la competencia Corresponde en este punto realizar un análisis de lo que hacen las empresas que son nuestra competencia, para esto describimos a nuestros competidores, quiénes son, dónde están, qué tamaño tienen, cuánto usan de este tamaño y



cuál es la participación en el mercado o volumen total de ventas. Evaluamos sus fortalezas y debilidades; sus productos y o servicios.

Competencia Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta.

Las 5 (P) tangibles **Producto**: mide las características Antes /Durante/ Después.
Precio: determina el precio (costo + % utilidad). **Plaza**: mercado y los canales de distribución. **Promoción**: estrategias de venta que pueden ser sobre precio, cantidad de producto o un mix. **Publicidad**: manejo de imagen, marca de la empresa y producto.

P de productos intangibles **Producto**: se mide la calidad durante y después. **Precio**: se determina el precio la competencia + valor agregado + reconocimiento de la marca.
Plaza: mercado y los canales de distribución de ofertantes y demandante. **Promoción**: estrategias de venta. **Personal**: son las personas encargadas de mantener contacto con los clientes. **Procesos**: los procesos que se desarrollan en el momento que se presta el servicio.
Evidencia Física: es hacer visible la representación de un servicio en la mente y percepción del consumidor.

Pasos básicos para realizar el análisis de competencia

La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre todo aquello que consideramos trascendente, puede ser:

¿Dónde están ubicados?

¿Cuántos son?

¿Cuántos son según el tamaño?



¿Qué productos ofrecen?

¿Quiénes son sus clientes?

¿Porqué le compran?

¿Qué piensa sus clientes de sus productos?

¿Cuáles son sus tácticas y formas de publicidad?

¿Cuáles son sus formas de distribución? Productor- cliente. Productor- Detallista- cliente. Productor- mayorista- detallista- cliente.

¿Cuáles son sus tácticas y/o formas de publicidad?

1. Medios de comunicación para publicitarse.
2. Características del producto, precio, distribución, publicidad.
3. Ofertas y descuentos.

Proyecto mis ventas para el próximo año.

Para hacerlo me ayudo con las planillas siguientes

¿Cuánto vendí el mes pasado? Incluso si usted no lo tiene anotado, lo podrá contestar con su memoria.

Tabla 2. Ventas mensuales (en promedio)

Productos	Cantidades Vendidas (unidades)	Precio por Unidad (B/.)	Total de Ventas (B/.)



Total	
--------------	--

Tomando en cuenta lo que vendí antes, hago mi pronóstico de ventas para el próximo año.

Tabla 3. Pronostico

Producto	Enr	Freb	Marz	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Producto 1													
Cantidad													
Precio por unidad													
Venta total													

Paso 5

Identifica las personas clave dentro de su negocio, los inversionistas actuales, los equipos administrativos y directores, señalando su respectiva experiencia y habilidades, puestos vacantes, consultores, compensaciones, sistema administrativo.

Es posible que usted no tenga un plan administrativo formal en su negocio. Pero usted, solo o ayudado por otras personas hacen las tareas necesarias. Puede ser que en algunos casos todas las tareas las haga usted.

Es bueno para que en el futuro se ordene y sea más eficiente, ahorre tiempo y dinero, que usted organice su empresa, ya sea que trabaje usted solo, con su familia o con socios.

En esta sección debe aplicar los comportamientos de Exigir eficiencia y calidad.

Preguntas a ser contestadas



- ¿Quién compra la materia prima o los insumos?
- ¿Quién participa directamente en la producción?
- ¿Quién fija los precios?
- ¿Quién vende?
- ¿Cómo está organizado el proceso desde el comienzo de la producción hasta la venta?

Paso 6

Explica el sistema operativo o de manufactura a utilizar, capacidad instalada, requerimientos de activos, instalaciones, mano de obra, control de calidad, materia prima, proveedores.

Preguntas a ser contestadas

Para los agricultores:

- ¿Es propietario de la tierra? ¿Tiene título o derecho posesorio?
- ¿Qué tamaño tiene la parcela?
- ¿Tiene riego u otras mejoras?
- ¿Con qué maquinaria y herramientas cuenta?
- ¿Posee un vehículo? Si no lo tiene, ¿lo considera necesario?
- ¿A quién le compra o quién le provee las semillas y otros insumos?
- ¿Recibe asesoramiento técnico del MIDA u otro instituto de apoyo público o privado?
- ¿Tiene empleados, permanentes o estacionales? ¿Cuántos?



- ¿Su familia trabaja con usted? Detallar, si alguien trabaja y qué hace.
- ¿Tiene capacidad de producir más de lo que actualmente produce? ¿Cuáles serían sus necesidades para producir más?
- ¿Puede aumentar su productividad? ¿Qué necesita para lograrlo?

Para los artesanos y otros pequeños productores:

- ¿Tiene un lugar propio para producir o produce en un local de una asociación, del MICI u otro? Explicar dónde.
- ¿Las herramientas necesarias para la producción son suyas? En caso de decir no, ¿Quién se las presta?
- ¿Cómo accede a la materia prima que necesita para la producción? ¿Dispone de capital para comprar la materia prima necesaria?
- ¿Trabaja solo o contrata empleados que lo ayuden?
- ¿Recibe apoyo del MICI para acceder a algunos de los elementos que necesita para su emprendimientos: materia prima, local de producción, local de venta, asesoramiento en la producción, o alguna otra forma de apoyo?
- ¿Tiene capacidad de producir más de lo que actualmente produce? ¿Cuáles serían sus necesidades para producir más?
- ¿Puede aumentar su productividad? ¿Qué necesita para lograrlo?



Paso 7

Presenta proyecciones financieras (ingresos, costos y utilidades).

Esta sección es de máxima importancia. Le mostrará a usted si gana o pierde con su actividad. Y además si está en condiciones de asumir otras obligaciones financieras, como pagar un préstamo, acopiar materias primas, alquilar un local más amplio, etc.

Para armar esta sección son muy importantes los registros. ¿Qué son los registros? Las anotaciones de todo lo que ingresa a su negocio por concepto de venta y las que salen en concepto de gastos. Más adelante veremos que no todos los gastos son iguales, algunos se tienen siempre (por ejemplo si usted paga alquiler) y otros solamente cuando se produce, como la materia prima. Y no todos los ingresos se obtienen en el momento de la venta, a veces nos pagan pasado un tiempo. Es decir que tenemos un dinero a cobrar pero que aún no está en nuestras manos.

Si hasta este momento usted no lleva por escrito los ingresos y los gastos de su empresa, sería muy importante que comenzara a hacerlos de inmediato.

En primer lugar usted tiene que saber, antes de proyectar crecer, cuánto es el ingreso de su negocio, es decir cuánto vende. Para calcular lo vendido en un mes utilizó CUADRO 1 de la sección de Mercadeo. Luego de acuerdo a ese cálculo, proyectó lo que puede vender el año próximo, en el CUADRO 2 de la sección de mercadeo.

En segundo lugar usted debe calcular los costos de sus productos o servicios. Recuerde que no todo el dinero que usted cobra al vender es ganancia, dado que para producir usted ha tenido gastos.



Para calcular los costos debe recordar que hay costos fijos y otros variables. Los costos variables son aquellos costos que varían de acuerdo a la cantidad que produzco. Para los agricultores son costos variables por ejemplo: la semilla, el fertilizante, el combustible, las horas de trabajo que pago a alguien que contrato para la cosecha.

Para los artesanos: la materia prima, comisión por venta.

Impacto financiero

Es un tema interno del proyecto de emprendimiento, en donde señalamos dos temas:

- ¿Qué vamos a financiar?
- ¿Cómo vamos a financiarlo?
- ¿Qué vamos a financiar?

Esta pregunta nos permite definir dos temas muy importantes que corresponden al lado izquierdo del balance inicial del proyecto:

- ¿Qué vamos a comprar? Para poder contestar esta pregunta empezamos haciendo un inventario de lo que se necesita como equipamiento inicial para el proyecto; activos fijos como computadores, maquinaria, muebles, etcétera.
- ¿Cuánto dinero necesitamos? Estamos haciendo referencia al capital en giro o de trabajo que se debe tener; como se sabe el mismo debe cubrir un periodo crítico de tiempo el cual según ciertas estadísticas es de 12 a 18 meses. Esto nos permite tener una aproximación para el activo corriente, activo fijo y los otros activos.



- ¿Cómo vamos a financiar? Esta pregunta permite completar el balance general inicial de nuestro proyecto; ya que con esto podemos saber el pasivo y patrimonio que va a tener el proyecto.

Una persona está dispuesta a invertir una cantidad de dinero que no significa un patrimonio en riesgo; esto quiere decir que es una suma que estaría dispuesto a perder. La mayoría de proyectos pueden ser financiados de una manera mixta; de tal manera que se puede repartir el riesgo y también las utilidades obtenidas; hay muchas maneras de financiar un proyecto, no solo el solicitar financiamiento a una entidad financiera; empieza desde el realizar eventos hasta buscar personas dispuestas a invertir en una idea muy bien presentada.

Para esto podemos citar tres diferentes maneras de obtener el financiamiento necesario: Diversas maneras de obtener capital Las posibilidades son indefinidas; se tiene casi todas las maneras de poder obtener el dinero necesario para contar con un capital que nos permita poner en marcha el proyecto.

Créditos dados por entidades financieras En general hay tres tipos de tablas de amortización: la alemana, la americana y la francesa. El capital tiene un costo y este es uno de los métodos más costosos que hay para poder financiar un proyecto.

Emisión y apertura del capital de proyecto

a. Es la manera más barata de obtener capital fresco para una empresa o un proyecto; en específico estamos hablando de acciones.

b. La emisión de deuda



Paso 8

Muestra la estructura legal de la empresa.

Preguntas a contestar

Aclare si es una empresa personal o familiar.

Aclare si la empresa es formal (es decir está inscrita en los registros correspondientes).

Utilice un dibujo donde aparezcan las figuras principales o los dueños, que a su vez, son o pueden ser los representantes legales.

Abajo indique cada persona con sus tareas y responsabilidades.

Aclare si es asociación u organización comunitaria, fundación, etc. con reconocimiento jurídico o en tramitación.

- Definición del tipo de organización y actividades
- No. de inscripción y fecha de inscripción
- Nombre de la asociación
- No. de miembros, Nombre de los miembros, Tipo y descripción de Actividades, Organigrama (un esquema que indique las personas y sus responsabilidades).
- Descripción de cómo funciona la Asociación
- Redes y afiliaciones con entes del Estado y/o con otras organizaciones. Como se articula con otras actividades de la región y organizaciones de la zona o fuera de la zona.



Paso 9

CROQUIS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO - GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE SU PLAN

Confeccione un plano simple de la ubicación física de su negocio.

Ubique su negocio en un plano simple de la comunidad.

Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa

Registro Único de Contribuyentes Para obtener el RUC para personas naturales se requiere:

1. Cédula de identidad.
2. Recibo de agua, luz o teléfono.
3. Llenar formulario.

Para obtener el RUC para personas jurídicas se requiere:

1. FORMULARIO 01-A.
2. FORMULARIO 01-B: llenos y firmados por el representante legal.
3. Copia clara de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación actual del representante legal o el pasaporte en caso de ser extranjero.
4. Original y copia del nombramiento del representante legal.
5. En caso de que el trámite de actualización no pueda hacerlo directamente, deberá enviar una autorización firmada por el representante legal.
6. Original y copias claras de cédula y papeleta de votación de la persona que realiza el trámite.



7. Recibo de pago de luz, agua, o teléfono (no de SERVIPAGOS) del establecimiento matriz; para el cambio, apertura o cierre de establecimientos.
8. Original y copia de la nómina de socios o accionistas, emitida por la Superintendencia de Compañías o de Bancos.
9. En caso de nombramiento caducado, adjuntar el certificado de la institución competente como el Registro Mercantil en el que conste que no se ha registrado nombramiento o directiva posterior.
10. Formulario 106-A, por el pago de la multa de actualización tardía (30 días hábiles).



Conclusiones

- Las encuestas aplicadas revelaron relevantes puntos del caso de los productores que reflejan restricciones para un desarrollo del sector. Tal es la situación de: ausencia insumos, falta de maquinarias y los costos cambiantes del saco de cacao por el negocio informal. El concepto ambiental todavía es débil entre los productores y paradójicamente es una tendencia a grado universal que se obliga en el mercado. En especial el mercado cacaotero y sus derivados apuntan a la agricultura sustentable y producción orgánica.
- En cuanto al estudio de los puntos interno y externo de los pequeños productores de cacao se detectó como ventajas el tener consumidores fijos para la venta de su cosecha dentro del recinto y en recintos aledaños. Asimismo, la creciente demanda de la industria alimenticia del cacao, lo que de ser satisfecha mejoraría el caso presente de ellos, permitiendo que sus ingresos aumenten y logren conseguir maquinaria que les posibilite optimizar sus cosechas.
- Como desventajas permanecen presentes los esfuerzos para obtener créditos de parte de los pequeños productores de cacao tanto público como privado y el negocio informal dentro el recinto, lo que hace que los costos en la comercialización del saco de cacao cambien en enorme medida generando un bajo margen de ganancia.
- Por medio del proyecto de acción planteado se formularon diferentes ocupaciones que contribuyen a la optimización socioeconómica de los pequeños productores. Ello implica una participación real de parte de actores locales como el GADs y el ministerio de Agricultura y Ganadería. Igualmente, la asociatividad resulta fundamental para confrontar los cambios y tendencias del mercado.



Recomendaciones

- Es fundamental comenzar con llevar a cabo las normativas que le brinden una enseñanza idónea al productor sobre procedimiento de planta y sistemas modernos que optimicen su trabajo y le generen más grande productividad, queda claro que estas normativas tienen que ser propuestas por los entes reguladores del sector cacaotero hacia el régimen, medida que generara ganancias como para la zona como para el régimen, debido a que si se minimiza la zona informal por ende tendremos una más grande recaudación de impuestos.
- Por otro punto al fomentar la productividad minimizando los precios de los productores por medio de construcción de asociaciones que permitan tener más grande poder de negociación y de mercado, logran superiores aplicaciones de productos en el cultivo de forma correcta lo cual brindara una más grande productividad y con ello se crea más grande exportaciones en el Ecuador lo que optimización la Báscula Comercial



Bibliografía

Arias, F. (2017). *El proyecto de Investigación*. Caracas Venezuela. 7ma edición: Epísteme.

Franco. (2011). *Marco Metodológico*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2021, de

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/marco-metodologico-definicion.html>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México :

McGrawHill.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México :

McGrawHill .

Rojas, R. (2015). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: McGrawHill.

Sabino, C. (2008). *El Proceso de Investigación*. México: El Cid Editor.



ANEXOS

ENCUESTAS REALIZADAS A PRODUCTORES INFORMALES DEL SECTOR AGRÍCOLA

¿Usted realiza ventas de productos agrícolas?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Al realizar las ventas su comprador son personas intermediarias o comprador directo?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Está usted de acuerdo con el valor que le cancelan por la venta de su producto?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Usted tiene facilidad por parte de algún gobierno para conseguir insumos, o accesibilidad para contratar maquinarias y trabajar en algún proyecto agrícola?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Alguna vez ha tenido en mente algún proyecto agrícola a emprender?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Tiene usted conocimientos previos acerca del emprendimiento y lo que consiste?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Cree usted que sería factible recibir capacitaciones en el área de emprendimiento?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA

¿Cree usted que sería factible recibir capacitaciones en el área de emprendimiento?

- SI
- NO
- A VECES
- NUNCA



¿Cree usted que el mercado cacaoero y sus derivados apuntan a la agricultura sostenible y producción orgánica?

SI

NO

A VECES

NUNCA

¿Cuenta con compradores fijos a la hora de vender sus productos?

SI

NO

A VECES

NUNCA