



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”

PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS CON MENCIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

“ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA EN EL
DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA UVA DE MESA EN EL SECTOR DE
“EL AZÚCAR” EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”

AUTOR: NANCY MICHEL BERMEO PACHECO

TUTORA: ING. MARIA ELENA MERIZALDE PINARGOTE

GUAYAQUIL – ECUADOR

SEPTIEMBRE, 2016



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL		
ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA EN EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA UVA DE MESA EN EL SECTOR DE “EL AZÚCAR” EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA		
		REVISORES:
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Administración
CARRERA: Negocios Internacionales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		Nº DE PÁGS.: 64
ÁREA TEMÁTICA:		
PALABRAS CLAVES:		
<p>RESUMEN: El presente trabajo se encuentra enfocado en el análisis de la factibilidad técnica y económica en el desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector de “El Azúcar” de la provincia de Santa Elena. Dentro de este estudio, se muestra la evaluación del entorno técnico y económico del sector y verificar si es factible la puesta en marcha de proyecto. Para poder hacer un estudio preciso, fue necesario realizar un marco teórico, donde se desarrollaron diversos temas y definiciones relacionados con el proyecto, con el fin de entender adecuadamente cada tema y poder desarrollar eficazmente la propuesta. Esta parte, fue realizada a través de referencias bibliográficas y la interpretación de la autora. Por otro lado, se desarrolló un marco metodológico, donde se expresó la metodología de investigación y los métodos utilizados para desarrollarla. A través de estos datos, se pudo evaluar si se podría empezar a producir uva de mesa en el sector propuesto. Esto, conforme a la información brindada por los encuestados. Para concluir, se realizó la propuesta del proyecto, en donde se describió de manera específica los diferentes parámetros y pasos para su ejecución, con un análisis situacional y análisis de inversión correspondiente, culminando con las conclusiones y recomendaciones del proyecto.</p>		
Nº DE REGISTRO (en base de datos):	Nº	DE CLASIFICACIÓN: Nº
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR: Nancy Michel Bermeo Pacheco	Teléfono: 0993785287	E-mail: michel.bermeo@hotmail.com
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre:	
	Teléfono:	

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante NANCY MICHEL BERMEO PACHECO, del Programa de Maestría en Negocios Internacionales, nombrado por el Decano de la Facultad de Administración CERTIFICO: que el trabajo de Titulación Especial titulado “**ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA EN EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA UVA DE MESA EN EL SECTOR DE “EL AZÚCAR” EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**” en opción al grado académico de Magíster en Negocios Internacionales, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

Atentamente

ING. MARIA ELENA MERIZALDE PINARGOTE

Guayaquil, Septiembre del 2016

DEDICATORIA

A mi MADRE NANCY por haberme guiado por el camino de la rectitud y responsabilidad, dándome sus sabios consejos; ella que me consagro todo su amor, valor y coraje para juntas no desfallecer en este interminable sendero que nos tocó seguir y hoy culmino colmada de éxito y emoción.

A mi ABUELITO HÉCTOR que siempre confió en mí. Estoy segura que aunque físicamente no esté en este mundo terrenal, él cuida de mí siempre.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, porque gracias a Él he podido concluir mis estudios, brindándome salud y paciencia a lo largo de mi carrera estudiantil.

Un especial agradecimiento a mi Abuelita, que en todo momento me brindó su apoyo incondicional en lo que necesite.

Mi hermano, quien me impulso a no desfallecer y poder hoy culminar mis estudios.

A mis docentes, que a lo largo de estos años de carrera estudiantil aportaron con sus conocimientos, forjando mi desarrollo y crecimiento profesional.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

FIRMA

NANCY MICHEL BERMEO PACHECO

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
AGRADECIMIENTO	V
DECLARACIÓN EXPRESA	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT.....	XII
Introducción	1
Delimitación del problema.....	1
Formulación del problema	2
Justificación	2
Objeto de estudio:	2
Campo de acción o de investigación.....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos	3
La novedad científica.....	3
Capítulo 1.....	4
MARCO TEÓRICO.....	4
1.1 Teorías generales.....	4
1.2 Teorías sustantivas	15

1.3	Referentes empíricos	17
Capítulo 2.....		18
MARCO METODOLÓGICO.....		18
2.1.	Metodología	18
2.2.	Métodos.....	18
2.3.	Hipótesis.....	18
2.4.	Universo y muestras	19
2.5.	Cuadro CDIU	20
2.6.	Gestión de datos	21
2.7.	Criterios éticos de la investigación.....	21
2.8.	Descripción de instrumento.....	21
2.9.	Validez y confiabilidad	22
Capítulo 3.....		35
PROPUESTA.....		35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		44
Conclusiones		44
Recomendaciones.....		44
BIBLIOGRAFÍA		45
ANEXOS		48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Uvas Red Globe.....	15
Figura 2 Terrenos destinados a la siembra de uvas. Elaboración propia.	23
Figura 3 Hectáreas de terreno destinado para la siembra de uvas. Elaboración propia.....	24
Figura 4 Percepción de la comercialización de uvas local. Elaboración propia.	25
Figura 5 Conocimiento de la uva Red Globe. Elaboración propia	26
Figura 6 Aumento de la producción de uva de mesa para reducir las importaciones Elaboración propia.	27
Figura 7 Suelo de Santa Elena apropiado para la producción de uvas Red Globe. Elaboración propia.	28
Figura 8 Siembra de uva de mesa en la parroquia “El Azúcar” del cantón Santa Elena. Elaboración propia.	29
Figura 9 Aceptación por uva Red Globe producida localmente. Elaboración propia	30
Figura 10 Análisis FODA. Elaboración propia.....	37
Figura 11 Proceso de elaboración de uvas de mesa. Elaboración propia.	39
Figura 12 Volantes informativos. Elaboración propia.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de categorías, dimensiones, instrumentos y unidades de análisis	20
Tabla 2 Terrenos destinados a la siembra de uvas	23
Tabla 3 Hectáreas de terreno destinado para la siembra de uvas.....	24
Tabla 4 Percepción de la comercialización de uvas en el mercado local	25
Tabla 5 Conocimiento de la uva Red Globe	26
Tabla 6 Aumento de la producción de uva de mesa para reducir las importaciones	27
Tabla 7 Suelo de Santa Elena apropiado para la producción de uvas Red Globe	28
Tabla 8 Siembra de uva de mesa en la parroquia “El Azúcar” del cantón Santa Elena	29
Tabla 9 Aceptación del mercado por uva Red Globe producida localmente.....	30
Tabla 10 Inversión Inicial	39
Tabla 11 Financiamiento.....	40
Tabla 12 Activos fijos	40
Tabla 13 Costos de caja de uva.....	40
Tabla 14 Costos variables y fijos	41
Tabla 15 Valoración Económica y Financiera.....	42

RESUMEN

El presente trabajo se encuentra enfocado en el análisis de la factibilidad técnica y económica en el desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector de “El Azúcar” de la provincia de Santa Elena. Dentro de este estudio, se muestra la evaluación del entorno técnico y económico del sector y verificar si es factible la puesta en marcha de proyecto. Para poder hacer un estudio preciso, fue necesario realizar un marco teórico, donde se desarrollaron diversos temas y definiciones relacionados con el proyecto, con el fin de entender adecuadamente cada tema y poder desarrollar eficazmente la propuesta. Esta parte, fue realizada a través de referencias bibliográficas y la interpretación de la autora. Por otro lado, se desarrolló un marco metodológico, donde se expresó la metodología de investigación y los métodos utilizados para desarrollarla. A través de estos datos, se pudo evaluar si se podría empezar a producir uva de mesa en el sector propuesto. Esto, conforme a la información brindada por los encuestados. Para concluir, se realizó la propuesta del proyecto, en donde se describió de manera específica los diferentes parámetros y pasos para su ejecución, con un análisis situacional y análisis de inversión correspondiente, culminando con las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Palabras claves: Análisis de Factibilidad, Santa Elena, Uva de Mesa

ABSTRACT

This paper is focused on the analysis of the technical and economic feasibility in the productive development of table grapes in the field of "Sugar" in the province of Santa Elena. In this study, evaluation of technical and economic environment of the sector is to validate the project and verify whether implementation is feasible. In order to make an accurate study, it was necessary to make a theoretical framework, where several related to the project, in order to properly understand each topic and to effectively develop the proposed topics and definitions were developed. This part was made through references and interpretation of the author. On the other hand, prices went develop a methodological framework where d research methodology and methods used to develop it will be expressed. Through these data, it could assess whether it could start producing table grapes in the proposed sector. This, according to the information provided by respondents. To conclude, the project proposal, where specifically described the different parameters and steps for its implementation, with a situational analysis and analysis of relevant investment culminating with the conclusions and recommendations of the project was carried out.

Keywords: Feasibility Analysis, Santa Elena, Table Grape.

Introducción

La uva de mesa es un producto que tiene una gran acogida por parte de los ecuatorianos, así lo menciona el Diario El Telégrafo (2014), “Según datos del Banco Central del Ecuador, el país importó \$23`488.000 en uvas de Chile y Estados Unidos.” Referenciando lo citado, es notoria y perceptible la gran cantidad de uvas que se consume en país, sin embargo, es una lástima que no exista una producción masiva de esta fruta producida en el Ecuador que satisfaga la demanda existente.

La uva precisa de ciertos procedimientos con el propósito de otorgar un producto de calidad, y es allí donde se involucra las teorías de cultivo, cosecha estudios de suelos, instrumentos técnicos y conocimientos económicos que permitan obtener la factibilidad del trabajo. Para ello se recurre a autores como Enrique Herrera, Enrique Gómez (Manejo del cultivo para la obtención de uvas de mesa, 2010). Con el estudio técnico y económico se podrá determinar la necesidad del cultivo de uvas de mesa en la provincia de Santa Elena, así se contribuirá a que los agricultores tomen la decisión de aprovechar esos terrenos para poder producir esta fruta.

Delimitación del problema

Ecuador consume una gran cantidad de uvas, donde la mayoría de ellas es importada de Chile, sin embargo, existen pocos productores ecuatorianos que ofrezcan esta fruta a nivel nacional y al extranjero, por ello, se relaciona a los agricultores, productores, y consumidores. Una causa que aporta a esta problemática es que los productores de este fruto no están aprovechando debidamente los terrenos donde puedan cultivar, cosechar y producir la uva.

Por ejemplo, en el sector denominado “El Azúcar”, comuna Zapotal en la provincia de Santa Elena, existen espacios geográficos idóneos para el desarrollo productivo de la fruta, proporcionando un valor agregado para el consumo del mismo, ya que los comercializadores no tendrían que exportar uva chilena. En el Ecuador se habla mucho de emprendimiento, de estrategias comerciales y de producción, por lo que sería conveniente el estudio económico y técnico de este sector para la que exista la oportunidad de que surtan productores y agricultores creando una cadena de valor reconocida por ofrecer uva ecuatoriana.

Formulación del problema

¿Cómo se puede aportar al desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector de “El Azúcar” provincia de Santa Elena mediante un análisis de factibilidad técnica y económica?

Justificación

El presente estudio resulta beneficioso por el alto consumo de la uva de mesa en el país, importada de países productores líderes, como lo es Chile, también se puede evidenciar la importancia que tendría para el mercado la implementación de estrategias comerciales que fomenten la producción y consumo de las uvas de mesa, generando un producto innovador y competitivo a los países exportadores con un mayor favoritismo en el mercado, dando cabida a posibilidad de exportar el producto con calidad necesidad, fomentando el desarrollo económico del país.

Objeto de estudio:

El objeto de estudio es indagar sobre las percepciones de los agricultores de la provincia de Santa Elena, para que se pueda determinar la posibilidad de cosechar uvas de mesa en el sector y para que con ello se creará estrategias de comercialización del producto.

Campo de acción o de investigación

Producción de uva de mesa en el sector de “El Azúcar” en la provincia de Santa Elena.

Objetivo general

Analizar la factibilidad técnica y económica para el desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector de “El Azúcar” en la provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos

- Indagar fundamentos teóricos para el entendimiento del cultivo de uva de mesa.
- Estudiar a los agricultores y cultivadores de uvas de la provincia del Guayas para conocer sus necesidades en la producción.
- Proponer un plan de comercialización para la uva de mesa para el aprovechamiento de las propiedades del suelo del sector “El Azúcar”.

La novedad científica

Realizar un estudio técnico y económico en el sector del “El Azúcar” que permita el desarrollo productivo de la uva de mesa ecuatoriana. De acuerdo a las indagaciones realizadas a los agricultores del sector, se propondrá un plan que permita la comercialización de esta uva, aprovechando las propiedades del suelo en este sector.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Teorías generales

Estudio de factibilidad

“La decisión de implementar cualquier nuevo proyecto o programa debe basarse en un análisis exhaustivo de la operación actual. Un estudio de factibilidad proporciona el proceso para este análisis.” (Barradas, 2014, pág. 38)

Un estudio de factibilidad se puede definir como un proceso controlado para identificar problemas y oportunidades, la determinación de objetivos, descripción de las situaciones, la definición de los resultados exitosos y la evaluación de los niveles de costos y beneficios asociados con varias alternativas para la solución de un problema. Se utiliza para apoyar el proceso de toma de decisiones sobre la base de un análisis de rentabilidad de la empresa o proyecto de factibilidad real. Se lleva a cabo durante la fase de deliberación del ciclo de desarrollo de negocios.

Es una herramienta analítica que le permite a las personas que se encargan de tomar decisiones determinar si la idea de negocio a la que se están enfocando es viable, por lo que se considera una acción relevante para potencializar el proyecto o programa propuesto.

Importancia

Según Kendall (2012) estima que sólo uno de cada cincuenta ideas de negocio en realidad son comercialmente viables. Por lo tanto, es una forma efectiva de proteger contra el

despilfarro de una mayor inversión o recursos. Si un proyecto se ve que es factible desde los resultados del estudio, el siguiente paso lógico es proceder con el plan de negocio completo.

La investigación y la información revelada en el estudio de factibilidad apoyarán la etapa de planificación de negocio y reducir el tiempo de investigación. Por lo tanto, también se reducirá el costo del plan de negocios. Para Kendall (2012) Un análisis de factibilidad a fondo ofrece una gran cantidad de información que también es necesario en el plan de negocio. Por ejemplo, un buen análisis de mercado es necesario con el fin de determinar la factibilidad del concepto de negocio. Esta información sirve de base para la sección de mercado del plan de negocios.

Por último, un estudio de factibilidad deberá contener evidencia clara de refuerzo de sus recomendaciones. La fuerza de las recomendaciones puede ser sopesado frente a la capacidad del estudio para demostrar la continuidad que existe entre la investigación y el análisis del modelo de negocio propuesto. Las recomendaciones serán dependientes de una mezcla de datos numéricos con la documentación cualitativa, basada en la experiencia. Un estudio de factibilidad depende en gran medida de la investigación y análisis de mercado y proporciona a las partes interesadas diversos aspectos donde se entiende si la idea de negocio es viable o no.

“El estudio de viabilidad es una actividad orientada a la gestión. El objetivo de un estudio de viabilidad es de saber si un proyecto de negocio se puede hacer y sugerir posibles soluciones alternativas.” (Ramírez & Cajigas, 2013, pág. 99). Dicho esto, se puede concluir que un estudio de factibilidad debe proporcionar a la dirección información suficiente para decidir si el proyecto está en disponibilidad para ser ejecutado, identifica que destinatarios

serán beneficiados, genera alternativas para proponer una solución y si existe una tendencia de preferencia por una alternativa.

Factibilidad Técnica

“Una gran parte de los recursos que determinan la creación de un negocio tiene que ver con la evaluación de la viabilidad técnica” (Alvear, 2012, pág. 281).

Los requisitos técnicos se comparan con la capacidad técnica de la organización. De acuerdo con Hernández (2013) las preguntas esenciales que ayudan a probar la factibilidad técnica de un proyecto son las siguientes:

- ¿Es factible el proyecto dentro de los límites de la tecnología actual?
- ¿La tecnología existe en absoluto?
- ¿Está disponible dentro de las limitaciones de recursos dados?
- ¿Es una propuesta práctica?
- ¿Son los recursos técnicos actuales suficiente para que el nuevo proyecto?
- ¿Pueden ser actualizados para proporcionar el nivel de la tecnología necesario para el nuevo proyecto?
- ¿Puede la tecnología ser fácilmente aplicada a los problemas actuales?
- ¿La tecnología tiene la capacidad de manejar la solución?
- ¿Actualmente se posee la tecnología necesaria?

El analista debe averiguar si los recursos técnicos actuales pueden ser actualizados o añadidos de una manera que cumpla con la solicitud del tipo de negocio. Aquí es donde la

experiencia de los analistas es beneficioso, ya que con su propia experiencia y su contacto con los vendedores van a ser capaces de responder a la cuestión de la viabilidad técnica.

Factibilidad económica

“El análisis económico también podría ser referido como el análisis de costo / beneficio. Es el método más frecuentemente utilizado para evaluar la eficacia de un nuevo negocio” (Wiegand, 2012, pág. 381). El análisis de factibilidad económica es el procedimiento para determinar los beneficios e inversiones que se requieren para poner en marcha un proyecto.

Si los beneficios son mayores que los costos, entonces la decisión se toma para diseñar e implementar el negocio. Un empresario debe pensar con precisión el costo en comparación con los beneficios antes de tomar una acción. La viabilidad económica revisará los costos esperados para ver si están en línea con el presupuesto previsto o si el proyecto tiene un rendimiento aceptable de la inversión. En este punto, los costos proyectados serán sólo una estimación aproximada.

No se requiere los costos exactos para determinar la factibilidad económica. Sólo se requieren para determinar si es factible si los costos del proyecto caerán dentro del presupuesto de destino o retorno de la inversión. Se requiere una estimación aproximada de la programación del proyecto para determinar si sería factible completarlo dentro de un tiempo que tendría que ser fijado por la organización.

Plan de negocios

El plan de negocios es un documento especial, único y vivo que debe reflejar la realidad, las perspectivas y la estrategia de la compañía como parte de una planificación a futuro, en donde se detallan los elementos de la operación comercial con la finalidad de generar beneficios económicos y financieros permanentes. En relación a lo mencionado la estructura de un plan de negocio debe responder a las preguntas de los lectores:

- ¿Qué es la empresa?
- ¿Qué actividades realiza?
- ¿Cómo lo hacen?
- ¿Qué quiere de los clientes?
- ¿Hacia dónde va?

Para Quezada (2013, pág. 21), “ser un instrumento vivo es la condición necesaria para su eficacia: los cambios en el entorno económico, de mercado, tecnológicos o interno a la empresa deben reflejarse de forma permanente en el plan de negocios.”

Al desarrollar su plan de negocio, la empresa debe abordar necesariamente todos estos aspectos. El proceso de elaboración del plan de negocio le permitirá reducir la probabilidad de errores en el proceso de realización de cualquier nuevo proyecto. Cada plan de negocios debe ser elaborado y utilizado siguiendo algunas normas básicas, pero éstas, no deben ser estáticas, pues deben permitirle al emprendedor utilizar su creatividad y sentido común, con énfasis en uno o más de los aspectos que más le interesa del plan de negocios en cuestión.

Por otro lado, para las empresas que ya se encuentran en funcionamiento, se debe mostrar a donde la empresa quiere llegar, la situación futura, y también donde la empresa se encuentra en ese momento, mostrando los valores de sus actuales indicadores de desempeño. El proceso de elaboración del plan de negocio requiere un compromiso de las personas clave de la empresa en relación con los objetivos y metas acordados, así como la forma en que se lograrán estos objetivos. La última parte del plan de negocio es reflejar en números lo que se propuso; uno de los resultados que aparecerán en la parte financiera es: la cantidad de dinero que la empresa necesita para llevar a cabo la propuesta y de donde vendrá este dinero.

Un plan de negocios es una oportunidad de pensar y consolidar en un solo documento todas las cuestiones respecto al camino de la empresa que garantizará su óptimo proceso.

Basantes (2014) expresa, que sobre, todo, este plan puede ayudar a:

- La organización de ideas y propuestas en conjunto con personas clave envueltas en la conducción de la empresa (o que iniciarán un nuevo emprendimiento) para la visión, misión, y objetivos de la empresa.
- La organización de la propia empresa, sea reflejada en números, o las funciones ejercidas por las personas.
- La comunicación entre los socios y principales gerentes, clientes, inversores, proveedores y miembros en general. El hecho de crear un documento único que refleje la integridad de la empresa, garantiza un instrumento de comunicación eficiente entre las personas envueltas en las operaciones.
- El compromiso de todas las personas clave de la empresa en el camino delineado por ellas.

- La existencia de una herramienta eficaz para la obtención de recursos, ya sean financieras, humanas, o asociaciones.

Plan de negocios y las fuentes de recursos financieros

Además de pasar información sobre los números, el plan de negocios refleja la personalidad y el espíritu de su empresa. En este sentido, el recurso es llamar la atención y el interés de aquellos que pueden ayudar. Por lo tanto, el grado de credibilidad que transmite la información contenida en el plan de negocio y su estructura, permitirá una buena comprensión de del negocio por parte del cliente.

“La credibilidad se relaciona con la consistencia de los datos. No es suficiente presentar los números que a menudo pueden distorsionar la realidad.” (Alcaraz, 2012, pág. 401). Muchos expertos financieros creen que las proyecciones financieras son honestas, sin embargo, no representan una imagen completa de la realidad.

Es esencial incluir información clave sobre el plan de negocio relacionada con las características del mercado, la descripción del producto o servicio, la estrategia de marketing que debe adoptarse, planes de ventas, la promoción y el personal administrativo responsable del uso y la asignación de los recursos. “El plan financiero debe demostrar la factibilidad del negocio. Las proyecciones financieras deben reflejar los niveles aceptables, mostrando un buen rendimiento a lo largo de los años” (Pedraza, 2011, pág. 193).

El rendimiento financiero se ve desde diferentes ángulos dependiendo de la fuente de financiación. Cada fuente de financiación se ve en diferentes áreas de la información financiera y hace hincapié en algunos más que otros. Es recomendable estar bien preparado

para explicar el plan de negocios en este punto de vista. Básicamente hay dos fuentes de financiación: los inversores y los bancos. El negocio de cada uno es diferente, por lo que la información que solicitan también lo es.

Los inversionistas: hasta mediados de los años 90, la figura de la sociedad de capital riesgo aún no se había generalizado, pero había otros agentes inversores representados por las empresas interesadas, particulares o empresas que buscan comprar una parte de su negocio o invertir en ella. Los canales de acceso a estas fuentes son generalmente informales y surgen como resultado de la participación en la comunidad de negocios.

Las sociedades de capital riesgo, por el contrario, son creadas específicamente para este propósito: jugar con recursos propios o empresa de otro fabricante que tiene un proyecto innovador, una idea, un servicio o un producto. Por lo general, participan en el capital de la sociedad como miembros temporales. (Bech, 2012) Las sociedades de capital riesgo son interesadas en obtener un retorno significativo, como una manera de compensar el riesgo que toman. Apuestan por el equipo de gestión, es decir, que el grupo es capaz de lograr lo que se propone. Quieren tener la certeza de que existe una excelencia gerencial capaz de sacar provecho de sus inversiones. En el caso de un proyecto tecnológico, se recomienda para obtener las patentes, el derecho de uso o licencia; si se trata de un producto, es importante que la marca se haya registrado.

Los bancos: estas instituciones prestan dinero de otras personas para ganar intereses, tratando de minimizar el riesgo percibido. Antes de conceder crédito se hace un análisis exhaustivo de crédito que normalmente se estudió con atención y se hace el detalle del flujo de caja de la empresa con el producto y las garantías reales que tiene la empresa para

garantizar el préstamo. (Cabrera, 2012) El banco analiza el rendimiento de la empresa en los últimos tres años y el flujo de efectivo para los cinco próximos años, por lo que es importante demostrar un crecimiento sostenible y coherente. Preferiblemente bancos analizan la capacidad de endeudamiento en relación con el patrimonio de la empresa.

Criterios a seguir para el desarrollo adecuado del plan de negocios

Los siguientes son algunos de los aspectos importantes que se deben tener en cuenta en la preparación del plan de negocio. Según Viniegra (2012) “fundamentalmente, no debe haber "huecos de información." La información debe transmitir la idea de vinculación y coherencia entre los distintos elementos del plan.” (pág.223)

a) Llegar a un consenso entre los principales interesados en el ejercicio de la actividad

Una empresa generalmente tiene varios socios y, aunque parece que todo el mundo tiene los mismos objetivos y la estrategia de la empresa, esto no siempre es cierto. El desarrollo del plan de negocio de la empresa es un proceso conjunto de los principales implicados en la operación de la empresa. Antes del inicio de su preparación es importante que todos estén de acuerdo sobre las principales líneas de actuación de la empresa y la forma en que procederá la misma.

b) Definir el responsable para la elaboración del documento y la interfaz con los implicados

Aunque el documento es el resultado de un consenso entre las principales partes interesadas, es esencial elegir a la persona que va a diseñar y coordinar el trabajo de los involucrados.

c) Identificar el público objetivo público

Según Thomsen (2013), “antes de escribir un buen plan de negocios, es importante determinar quién lo leerá, lo que saben acerca de su empresa, lo que necesitan saber y cómo van a utilizar la información contenida en el mismo.” (pág.517)

Las necesidades de información del público deben estar relacionadas con el mensaje que se quiere comunicar. Una vez que hay un equilibrio entre lo que se quiere comunicar y lo que el público objetivo necesita saber, ya se está listo para comenzar.

d) Hacer un borrador de lo que será el plan de negocio, destacando las ideas principales

Ahora que se sabe quién va a leer el plan de actividades, es más fácil saber qué áreas enfatizar. Sobre esta base, hay que elaborar un esquema general del contenido del plan de negocio.

e) Examinar el proyecto

Corregir, suprimir información irrelevante, añadir nueva información, borrarlos de nuevo y repetir el ciclo. Invertir tiempo en esta etapa es la más importante. Hay que recordar que ésta es la mejor oportunidad para pensar.

f) Investigar antes de generar información para el plan de negocios

La información debe caracterizarse por ser:

- ✓ Pertinente
- ✓ Consistente

- ✓ Actualizada
- ✓ Profunda
- ✓ Confiable
- ✓ Objetiva

Lo que asegura que el plan tiene todas estas características es la selección de los datos que serán utilizados a través del establecimiento de criterios para evaluar el tipo de información que se ha generado. La investigación permite que los datos sean provenientes de fuentes confiables; hay que gestionar tiempo para el montaje de la base de datos de la empresa.

Esta base será clave para garantizarle a la empresa y a los lectores la seguridad de la estrategia que será montada. El análisis y la selección de estos datos permite la inclusión de información relevante y objetiva que se ajustan a los objetivos del Plan de Negocios. Lo que menos quiere la persona que lee el plan es pasar tiempo con la falta de claridad sobre el contenido y la irrelevancia de la información.

g) Revisión del plan de negocios

Una vez que el plan está listo, se lo examinará junto con las personas de confianza que forman parte de la empresa, con el fin de verificar su presentación, la claridad, la lógica, el contenido, la objetividad. El propósito es que sea efectivo como herramienta de comunicación. Se debe verificar que cada información contenida ahí, dispone de recursos para justificar dichas afirmaciones, en caso de que sea cuestionado.

1.2 Teorías sustantivas

Las uvas de mesa Red Globe

Figura 1 *Uvas Red Globe*



Nota: Tomado de (VitiVini Cultura, 2014)

Las uvas de mesa se cultivan en una manera de hacerlos más atractivos físicamente. Son más grandes, sin semillas, con pulpa gruesa y pieles más finas para darles ese sabor ideal cuando son consumidas. Las uvas de mesa tienen menos acidez y también menos azúcar que una uva de vino. Las uvas de mesa crecen en una manera de reducir los clústeres de rozar otros clústeres, tallos u hojas. Un sistema de conducción que permite a las uvas colgar de forma independiente es la mejor manera de producirlas, consiguen una menor exposición al sol y no se rozan entre sí.

Esto aumenta la cantidad de fruta que pueden producir, originando un máximo de treinta libras de uva por cepa. Las uvas de mesa tienen a ser más vigorosas que las uvas de vino y a crecer en zonas con suelos ricos en nutrientes, tales como los valles de los ríos. (VitiVini Cultura, 2014)

Producción de uvas en Ecuador

La producción de uvas en el Ecuador es un sector significativo dentro de la industria agrícola. Esta industria, es una de las más importantes en el país debido a la generación de

ingresos y puestos de trabajo. La uva, es un producto sumamente apetecido por los consumidores, debido a su sabor y a los diferentes beneficios que aporta para la salud. (El Telégrafo, 2014)

Debido a la ubicación geográfica y su clima, el Ecuador se establece como un territorio adecuado para el cultivo de esta fruta. Sin embargo, esto no se había explotado de la manera en que se debía, ya que este tipo de fruta provenía de países como Chile y Estados Unidos, pues el país importó entre el mes de enero y noviembre del 2014 23'488.000 dólares en uvas.

Para poder abastecer la demanda interna de este producto, muchas de las empresas que importaban y procesaban la fruta se dedicaron al cultivo y comercialización de la uva, que les permita reducir los gastos de importación de otros países y contribuyan al desarrollo de la producción nacional. Una de las empresas más conocidas por esta actividad es Grupo Rueda, que se encarga del cultivo de la uva de mesa y procesamiento en la provincia de Santa Elena; ellos cuentan con hectáreas direccionadas únicamente a la producción de esta fruta, y luego se transporta a Guayaquil para ser lavadas, procesada y comercializada.

Esta empresa ha invertido 2 millones de dólares en tierra y otros insumos, originarios de Chile y Estados Unidos para que su producto sea producido en territorio nacional, pero con las mismas características y calidad que los que son importados. (El Telégrafo, 2014) Una de las ventajas que tiene el país para el cultivo de la fruta, es que aquí se puede cosechar en los meses que no se cosecha en Chile y Estados Unidos, además de sus suelos arcillosos y desérticos, características que lo hacen perfecto para el cultivo de la fruta. Debido a que esta fruta requiere poca agua, puede dosificarse fácilmente a través de canales de riego.

1.3 Referentes empíricos

Como referente empírico se ha tomado en consideración el trabajo realizado por Gabriela Yánez (2011) titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de uva para la ciudad de Quito ubicada en el sector Tumbaco. En este proyecto se realiza un plan de negocios que permite evaluar la factibilidad económica y financiera de la ejecución de esta idea de negocio, a partir de estudios de mercado que confirman la demanda del producto, sus precios y aspectos físicos que los consumidores prefieren al momento de comprar esta fruta.

El autor explica, que quiere materializar esta idea de negocio debido al nivel de consumo interno de la fruta y a las propiedades saludables que esta contiene, pues gracias a estas características, es que el negocio podría ser viable y beneficioso para los empresarios. Con la aceptación y las preferencias de la uva, la empresa puede emplear sus técnicas de publicidad para dar a conocer que la uva se producirá en el territorio nacional, y, por ende, tendrá un precio más accesible que la fruta proveniente de otros países; con esto, la autora pretende incentivar el progreso de la matriz productiva, además de brindar plazas de trabajo y contribuir con el desarrollo económico del sector.

Capítulo 2

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Metodología

Tomando en cuenta el caso de estudio en donde prácticamente se pretende analizar la factibilidad técnica y económica para impulsar la producción de la uva de mesa en el sector “El Azúcar” en la provincia de Santa Elena, es preciso indicar que en la presente Investigación se busca recopilar datos de fuentes primarias, así como también secundarias; cabe indicar que el proceso de levantamiento de la información se la efectuará bajo un modo no experimental, dado que es necesario obtener resultados directos de las unidades de análisis tomadas para la investigación.

2.2. Métodos

De manera tal que se pretende analizar el sector productivo de la provincia del Guayas en relación al cultivo de la uva de mesa, se considera emplear el método empírico para hacer posible la recopilación de los datos, mostrándose básicamente dos enfoques para el mismo, el cualitativo y cuantitativo, en resumen, se realizará una investigación con un direccionamiento mixto en base a la información a tomar de las unidades de análisis.

2.3. Hipótesis

Si se realiza un análisis técnico y económico sobre la producción de uva de mesa en el mercado local, entonces se podrá conocer la factibilidad de impulsar la producción de este fruto en el sector de “El Azúcar” en la provincia de Santa Elena.

2.4. Universo y muestras

Se considera como población a los agricultores de la provincia del Guayas, siendo alrededor 80.964 individuos según datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016).

Por otro lado, para las entrevistas a desarrollar se toma en cuenta a representantes del MAGAP. Debido a que los agricultores de la provincia del Guayas no superan los 100.000 individuos, para el cálculo del tamaño muestral se utilizará la fórmula de la población finita.

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

En donde se considera que:

- **Z**= Nivel de confianza (1.96)
- **e**= Margen de error (0.05)
- **p**= Probabilidad de éxito (0.5)
- **q**= Probabilidad de fracaso (0.5)
- **N**= Total de la población
- **n**= tamaño de la muestra

$$n = \frac{1,960^2 * 80.964 * 0,50 * 0,50}{((0,05^2(80.964 - 1)) + (1,960^2 * 0,50 * 0,50))}$$

$$n = \frac{77757,8256}{203,3679}$$

$$n = 382$$

Por lo tanto, se considera para las encuestas una muestra constituida por 382 agricultores de la provincia del Guayas. Para el caso de las entrevistas, se debe realizar el estudio a 2 representantes del MAGAP.

2.5. Cuadro CDIU

Tabla 1 *Cuadro de categorías, dimensiones, instrumentos y unidades de análisis*

CATEGORÍA	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE ANÁLISIS
Técnica	<ul style="list-style-type: none"> * Análisis del nivel productivo de la uva de mesa en el mercado ecuatoriano. * Producción de la uva de mesa en el Ecuador. * Demanda local de uva en Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> * Cuestionario * Entrevistas * Análisis documental / bibliográfico 	<ul style="list-style-type: none"> * Miembros del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca.
Económica	<ul style="list-style-type: none"> * Estudio sectorial de la comercialización de Uva de mesa en el Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> * Cuestionario * Encuestas * Análisis documental / bibliográfico 	<ul style="list-style-type: none"> * Agricultores de la provincia del Guayas.

Elaboración propia.

Como se puede conocer, el presente estudio básicamente se regirá a dos categorías de investigación, la técnica y la económica, cabe indicar que, para cumplir con el levantamiento de la información respecto a las dimensiones establecidas, el proceso investigativo se lo efectuará bajo dos alcances, siendo estos, los exploratorios y descriptivos.

Es necesario resaltar que el estudio partirá con una investigación documental o bien llamada exploratoria, ya que es importante y necesario sustentar desde un punto de vista teórico la información referente a la comercialización de uva en el Ecuador, el consumo de esta fruta, las preferencias que mantiene el mercado con la misma y todo lo que se encuentre relacionado con la principal temática inmersa en el estudio.

Por otro lado, se precisa efectuar una investigación empírica poniendo en práctica estudios descriptivos para que ayuden en lo posible adecuar, caracterizar y comprender la problemática planteada, y para ello se requiere utilizar instrumentos de investigación, tal

como el cuestionario y aplicar técnicas como la encuesta y la entrevista para obtener resultados que muestren la necesidad que tiene la producción nacional en impulsar la siembra de uva de mesa a través de un estudio sectorial de la misma.

2.6. Gestión de datos

Referente a la gestión de los datos, su desarrollo se lo llevará a cabo tomando en cuenta tres procesos específicos. Es necesario realizar un tipo de investigación de campo, acudiendo a las unidades de análisis consideradas para el estudio, y de ellos tomar la información que se requiere obtener empleando las técnicas correspondientes (encuestas y entrevistas). Solo para el caso de las encuestas ya que esta muestra información de forma cuantitativa, se utilizará el software Microsoft Excel posibilitando el procesamiento y tabulación de los datos y con ello presentar los resultados porcentuales a través de gráficos y tablas de frecuencias. Por último, los resultados que hayan sido obtenidos de las entrevistas y encuestas, serán analizados, para luego, exponer una discusión del estudio realizado.

2.7. Criterios éticos de la investigación

De acuerdo al objetivo de la investigación se pretende adquirir información que muestre resultados factibles para impulsar la producción de la uva de mesa en el sector “El Azúcar, comuna Zapotal en la provincia de Santa Elena aprovechando las propiedades del suelo para minimizar el índice de las importaciones de esta fruta, que, si bien es cierto, su nivel es alto, lo que ayudaría en gran medida al desarrollo sostenible del país.

2.8. Descripción de instrumento

El principal instrumento a utilizar es el cuestionario debido a que la investigación dos enfoques con direccionamiento distintos, uno de ellos enfocado a la investigación cualitativa

cuyas preguntas son abiertas, con el fin de obtener información amplia y detallada del objeto de estudio. Por otra parte, se elaboró un segundo cuestionario cerrado conformado por interrogantes con alternativas de repuestas de tipo dicotómicas filtro y policotómicas, en la cual prevaleció la escala de Likert como principal método de medición.

2.9. Validez y confiabilidad

A través de la investigación se pretende conocer si el principal producto considerado para el estudio es aceptado por los agricultores de la comuna Zapotal, provincia Santa Elena, a través de su desarrollo, una vez determinado lo anteriormente, validar si existe la posibilidad de impulsar el cambio de la matriz productiva mediante su cultivo, producción y comercialización.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. ¿Destina parte de sus terrenos para la siembra de uvas? (De responder NO, pase a la pregunta 4)

Tabla 2 *Terrenos destinados a la siembra de uvas*

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	138	36%
No	244	64%
Total	382	100%

Elaboración propia

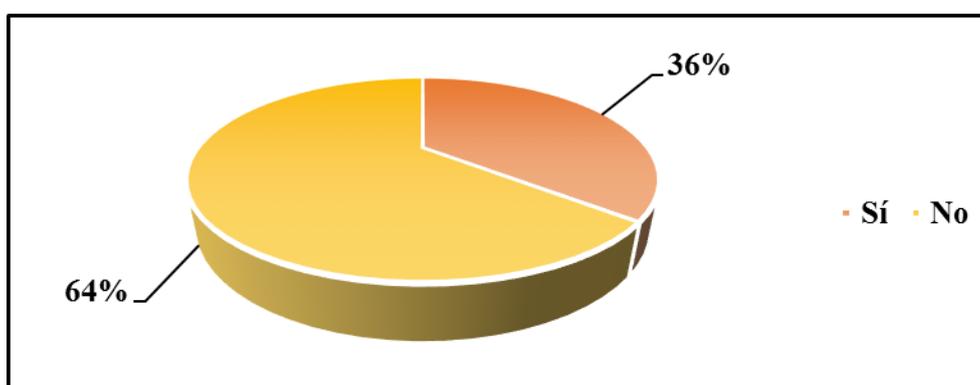


Figura 2 Terrenos destinados a la siembra de uvas. Elaboración propia.

Mediante los resultados se logra evidenciar que el 64% de los productores de la provincia del Guayas no destina terrenos para la siembra de uvas, mientras que el 36% faltante, siendo un mínimo grupo respondió lo contrario.

2. ¿Cuántas hectáreas de terreno destina usted para la siembra de uvas?

Tabla 3 *Hectáreas de terreno destinado para la siembra de uvas*

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
0 - 4 ha.	48	35%
5 - 8 ha.	73	53%
9 - 12 ha.	17	12%
Más de 12 ha.	0	0%
Total	138	100%

Elaboración propia

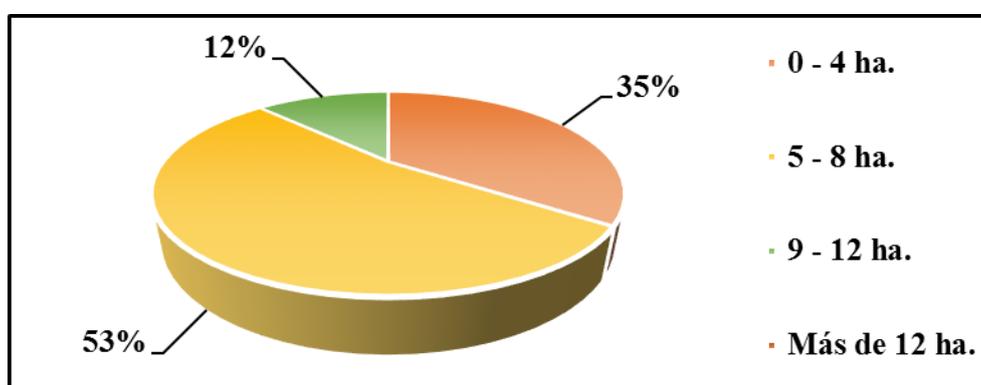


Figura 3 Hectáreas de terreno destinado para la siembra de uvas. Elaboración propia.

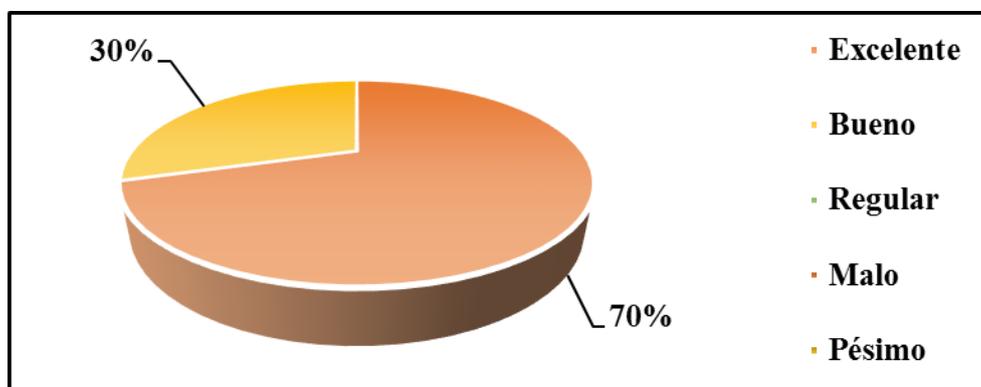
Según los resultados conseguidos de los individuos que afirmaron tener terrenos para la siembra de uvas, el 53% estipuló tener entre 5 – 8 ha. para su producción, mientras que el 35% señaló de 0 – 4 ha. y el 12%, 9 – 12 ha.

3. ¿Cómo califica usted la comercialización de uvas en el mercado local?

Tabla 4 *Percepción de la comercialización de uvas en el mercado local*

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	97	70%
Bueno	41	30%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Pésimo	0	0%
Total	138	100%

Elaboración propia

Figura 4 *Percepción de la comercialización de uvas local. Elaboración propia.*

El 70% de los sujetos investigados manifestaron que la comercialización de uvas en el mercado local es excelente, mientras que el 30% restante calificó aquel negocio como bueno.

4. ¿Cuánto conocimiento tiene usted sobre la uva Red Globe o bien llamada uva de mesa?

Tabla 5 Conocimiento de la uva Red Globe

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mucho conocimiento	353	92%
Poco conocimiento	21	6%
Nada de conocimiento	8	2%
Total	382	100%

Elaboración propia.

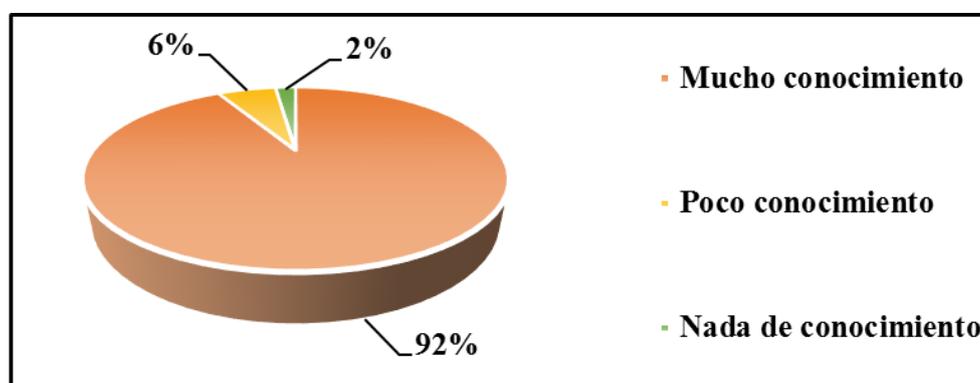


Figura 5 Conocimiento de la uva Red Globe. Elaboración propia

De los resultados obtenidos se puede evidenciar que el 92% de los agricultores de la provincia del Guayas tienen mucho conocimiento sobre la uva Red Globe, mientras que el 6% dijo tener poco conocimiento de la fruta y el 2% mostró total desconocimiento.

5. ¿Considera usted que debería de aumentar la producción de la uva de mesa en el Ecuador y así reducir su nivel de importación?

Tabla 6 Aumento de la producción de uva de mesa para reducir las importaciones

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Total acuerdo	289	76%
Parcial acuerdo	64	17%
Ni acuerdo / Ni desacuerdo	29	7%
Parcial desacuerdo	0	0%
Total desacuerdo	0	0%
Total	382	100%

Elaboración propia.

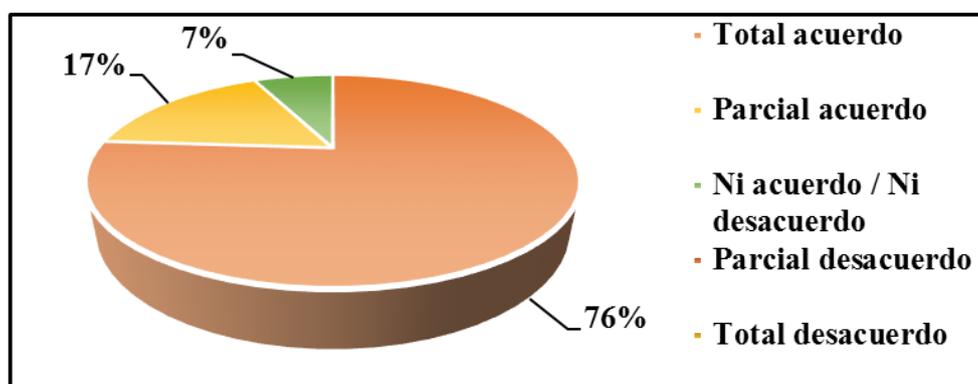


Figura 6 Aumento de la producción de uva de mesa para reducir las importaciones
Elaboración propia.

Dados los resultados se puede constatar que el 76% de los encuestados estuvo en total acuerdo con la pregunta establecida, considerando que la producción de uva de mesa en el Ecuador debería de aumentar para reducir su nivel de importación; por otro lado, el 17% expuso su parcial acuerdo y el 7%, resultó imparcial.

6. ¿Conocía usted que la zona de Santa Elena cuenta con un suelo apropiado para la producción de uvas de mesa?

Tabla 7 Suelo de Santa Elena apropiado para la producción de uvas Red Globe

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	164	43%
No	218	57%
Total	382	100%

Elaboración propia

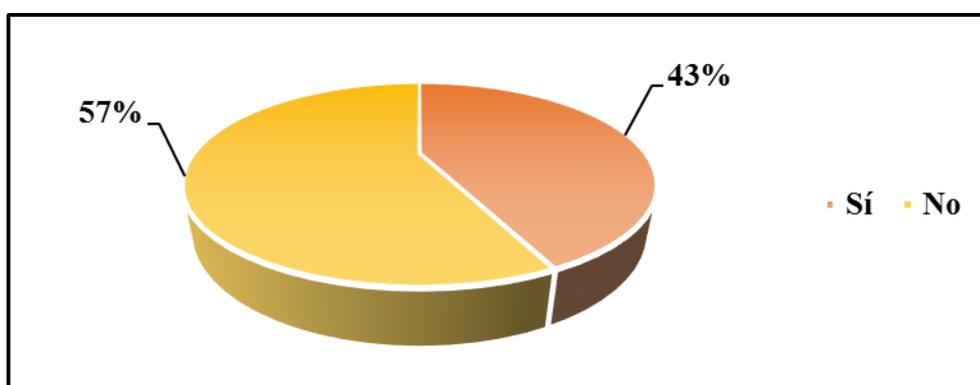


Figura 7 Suelo de Santa Elena apropiado para la producción de uvas Red Globe. Elaboración propia.

Al preguntar a los objetos de estudio, si conocían que la zona de Santa Elena cuenta con un suelo apropiado para la producción de uvas de mesa, el 57% respondió de forma negativa, mientras que el 43% dijo sí conocer de ello.

7. ¿Estaría dispuesto usted a introducirse en la siembra de uva de mesa en la parroquia "El Azúcar" del cantón Santa Elena si cuenta con un apoyo por parte de alguna entidad financiera?

Tabla 8 *Siembra de uva de mesa en la parroquia "El Azúcar" del cantón Santa Elena*

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Total acuerdo	244	64%
Parcial acuerdo	115	30%
Ni acuerdo / Ni desacuerdo	23	6%
Parcial desacuerdo	0	0%
Total desacuerdo	0	0%
Total	382	100%

Elaboración propia

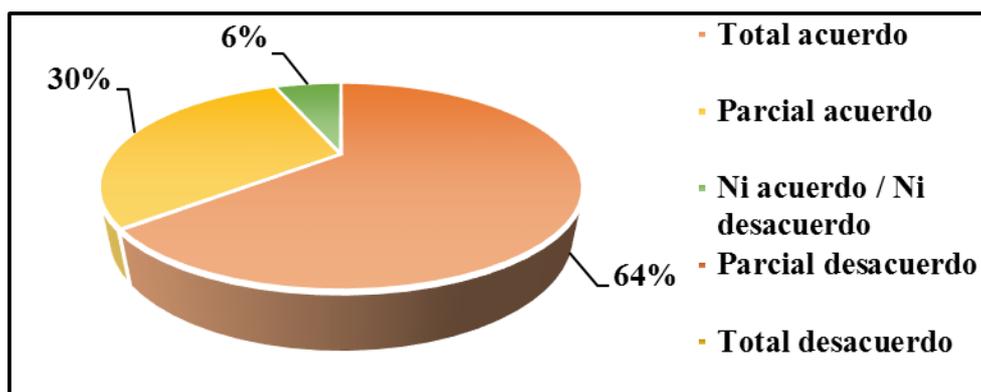


Figura 8 *Siembra de uva de mesa en la parroquia "El Azúcar" del cantón Santa Elena. Elaboración propia.*

Se logra evidenciar en la figura respectiva, que el 64% se mostró en total acuerdo con la pregunta expuesta, estando dispuestos a introducirse en la siembra de uva de mesa en la parroquia "El Azúcar" del cantón Santa Elena si cuentan con un apoyo por parte de alguna entidad financiera, mientras que el 30% expuso su parcial acuerdo y el 6%, ni acuerdo ni desacuerdo.

8. ¿Cree usted que, fomentándose la siembra de la uva de mesa en el Ecuador en mayores niveles, esta llegue a tener una considerable aceptación por parte del mercado?

Tabla 9 Aceptación del mercado por uva Red Globe producida localmente

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Total acuerdo	336	88%
Parcial acuerdo	15	4%
Ni acuerdo / Ni desacuerdo	31	8%
Parcial desacuerdo	0	0%
Total desacuerdo	0	0%
Total	382	100%

Elaboración propia

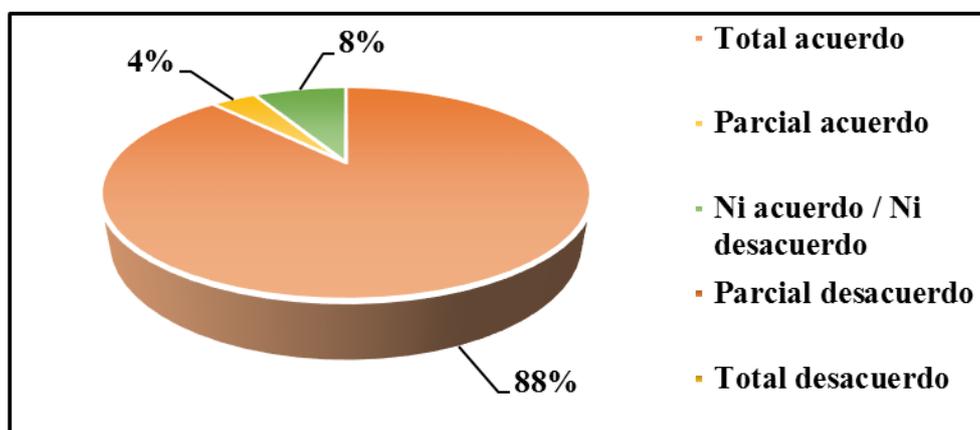


Figura 9 Aceptación por uva Red Globe producida localmente. Elaboración propia

En la investigación realizada se obtuvo que el 88% consideró que, de ser producida y comercializada la uva Red Globe en mayores niveles en el Ecuador sí llegaría a tener una considerable aceptación por parte del mercado local, mostrándose en total acuerdo con la interrogante planteada, otro grupo, con el 8% expuso estar ni acuerdo ni desacuerdo, y el 4% en parcial acuerdo.

ENTREVISTA N° 1

Nombre: Gallegos Valencia Francisco Xavier

Función: Analista de productividad agrícola sostenible

1. ¿Cuáles son los principales factores que posibilitan la siembra de la uva Red Globe en la zona de Santa Elena?

La península de Santa Elena tiene una gran ventaja en su terrero, la tierra que posee es arcillosa y al ambiente seco, lo que posibilita en un 80% cultivar esta clase de uva y que obtenga un sabor casi igual a las que se importa de Chile y Perú, hablando del 20% faltante para la siembra de aquella fruta, depende de la prolijidad de la planta que se adopta para su cultivo, así como también en el clima.

2. ¿Cómo ha sido el comportamiento a nivel productivo de la uva de mesa en el mercado ecuatoriano?

Lastimosamente existe poco incentivo del sector agrícola para la siembra de esta fruta, me atrevo a decir que una sola empresa a nivel nacional se dedica al cultivo de la uva de mesa, y esta se encuentra ubicada en Santa Elena, pero su producción no abastece para cubrir en gran parte el mercado local, ya que esta aproximadamente demanda entre 600 ha.

3. ¿Considera usted viable, que se impulse la siembra de la uva Red Globe en la zona de Santa Elena para abastecer parte del mercado local, y con ello minimizar el nivel de importaciones? ¿Por qué?

Ecuador cuenta con una gran ventaja competitiva, y esta no es aprovechada al máximo, ya que bien podría ser impulsada la producción de la uva de mesa en los meses en

que los principales países que nos abastecen esta fruta se encuentran paralizados por problemas de clima, y es notorio que se podría minimizar el nivel de importaciones, ya que realizando un análisis, el año pasado Ecuador realizó una importación de aproximadamente \$25.4 millones, y si por lo menos se llegase a cubrir un 47% de la demanda interna con 300 ha. existiría la posibilidad evitar hasta 12 millones de divisas salientes.

4. ¿Existen limitantes que impiden a los productores locales impulsar la producción de la uva Red Globe? ¿Cuáles son los factores que inciden en ello?

Actualmente existen organismos impulsados por el gobierno para incentivar la producción nacional y posibilitar el desarrollo de la matriz productiva, desde mis conocimientos se otorga financiamiento a aquel productor que muestre ideas convincentes para consolidar la producción nacional.

ENTREVISTA N° 2

Nombre: Cevallos Jácome Paulina Fernanda

Función: Analista de políticas y estrategias agrícolas

1. ¿Cuáles son los principales factores que posibilitan la siembra de la uva Red Globe en la zona de Santa Elena?

En términos simples, la zona de Santa Elena tiene terrenos parecidos de los que disponen los principales productores de uvas de mesa en el mundo, Estados Unidos, Chile y Perú en relación a las características y propiedades de su piso, arcilloso y desértico, sin olvidar las condiciones climáticas.

2. ¿Cómo ha sido el comportamiento a nivel productivo de la uva de mesa en el mercado ecuatoriano?

Solamente la producción de esta uva en Ecuador, cubre un 26% de la demanda total del mercado, lo que es notorio percibir, que el consumo de frutas importadas desplaza a las nacionales en grandes niveles.

3. ¿Considera usted viable, que se impulse la siembra de la uva Red Globe en la zona de Santa Elena para abastecer parte del mercado local, y con ello minimizar el nivel de importaciones? ¿Por qué?

Sin lugar a dudas considero que se debe de impulsar la siembra de esta uva, claro está que su producción y comercialización se la debe de desarrollar en el segundo trimestre del año, cuando Chile por su fuerte invierno deja de cultivar, y Estados Unidos la comercializa a precios elevados por su dificultad climática.

4. ¿Existen limitantes que impiden a los productores locales impulsar la producción de la uva Red Globe? ¿Cuáles son los factores que inciden en ello?

No hay factores en lo absoluto, existe apoyo gubernamental para dar oportunidades a las iniciativas de emprendimiento en los agricultores, el MAGAP, la CFN y demás organismos promueven ayuda financiera, a los agricultores para incentivar la producción de esta fruta y otros productos agropecuarios.

Capítulo 3

PROPUESTA

Tema

Diseño del plan de comercialización para la uva de mesa para el aprovechamiento de las propiedades del suelo del sector “El Azúcar”.

Introducción

La realización de este proyecto trata de dar un modelo del plan de comercialización de uvas de mesa para el aprovechamiento de las propiedades del suelo del sector “El Azúcar”, en donde el apoyo por parte de los agricultores de la provincia de Santa Elena para la producción de este producto dispone de una gran factibilidad en la aplicación de estrategias comerciales para la venta de esta fruta.

El cultivo de algunas frutas dispone de un cuidado y tierra apropiada para la elaboración de esta fruta en donde se pretende aprovechar del suelo del sector para poder abastecer al mercado con un bien de calidad y nacional el mismo que ayuda como aporte a la matriz productiva del país de Ecuador.

La factibilidad técnica y económica para el desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector se mostrará en el desarrollo de esta propuesta en donde evidencia de la cantidad total que se requiere para la inversión de un negocio dedicado a la comercialización de la uva en la ciudad de Guayaquil la misma que aprovecha de los recursos naturales del país.

En lo referente a la aplicación de las estrategias comerciales se trata de comunicar a todos los emprendedores del Ecuador en donde se informe sobre este tipo de ventaja competitiva ante el mercado por la selección de un lugar que efectúa este tipo de siembra y cosecha de estas uvas ricas en vitaminas entre otros.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar de la factibilidad técnica y económica para el desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector de “El Azúcar”, en la provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Determinar el origen de la uva de mesa en la comercialización de la misma.
- Identificar de los beneficios de este tipo de productos para el consumo masivo de esta fruta.
- Crear un presupuesto a los agricultores que muestre la factibilidad económica y técnica en la implementación de un negocio dedicado a esta actividad.
- Evidenciar los procesos de fabricación de la uva de mesa para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Justificación

En el desarrollo de este proyecto se dispondrá de la adecuada información hacia todos los consumidores sobre la fabricación de este producto mediante la utilización del material apropiado y los procesos que se requieren para el cultivo, cosecha y comercialización de los mismos.

Esto se efectúa para minimizar la importación de uvas chilenas y aprovechar los recursos nacionales como es el suelo de la provincia de Santa Elena y lograr el incremento de cultivo de estas frutas por parte de los agricultores que se dedican al cultivo de diversos productos que son comercializados en el país.

El modelo de plan de comercialización que se desarrolló se lo realiza con la finalidad de aprovechar las propiedades del suelo del sector “El Azúcar”, el mismo que puede beneficiar a estas personas mediante una fuente de ingreso adicional por el cultivo de esta fruta.

Análisis situacional

Análisis FODA



Figura 10 Análisis FODA. Elaboración propia

Fortalezas

- F.1.** Tierra fértil para el cultivo de las uvas de mesa.
- F.2.** Conocimiento sobre el proceso de cultivo por parte de los agricultores del sector.
- F.3.** Cooperativismo entre estas personas para la cosecha de los mismos.

Oportunidades

- O.1.** Poder exportar esta fruta como es la uva de mesa hacia mercados insatisfechos.
- O.2.** Ser reconocidos a nivel mundial por disponer de producto de calidad.
- O.3.** Implementar nuevos procesos de cultivo según la tecnología cambiante en el mercado.

Debilidades

- D.1.** Bajo conocimiento sobre la aplicación de estrategias comerciales.
- D.2.** Mínimo manejo de herramientas publicitarias que den a conocer el lugar de cultivo de esta fruta.
- D.3.** Poca disponibilidad de aprendizaje por no contar con estudios superiores.

Amenazas

- A.1.** Riesgos ambientales que perjudiquen el cultivo de este fruto.
- A.2.** Nuevas regulaciones gubernamentales que afecten el precio de los químicos necesarios para el cultivo de estos frutos.
- A.3.** Mala transportación de la materia prima

Beneficios

Los beneficios que dispone este tipo de fruta al ser humano mediante el cultivo de manera nacional es el aporte a la matriz productiva del país para la minimización de importación de uva chilena en donde esta cuenta con varios Fito nutrientes, bajo índice glucémico, ayuda a mejorar la regulación de la insulina, además que reduce calorías o grasas dispone de proteínas, hidratos de carbono y contiene vitamina K la misma que se almacena en los tejidos del hígado y grasa del cuerpo; demostrando que cuenta con diversos beneficios para la salud del cuerpo humano en lo que es recomendable la producción de la misma de manera nacional.

Proceso de fabricación de la uva de mesa

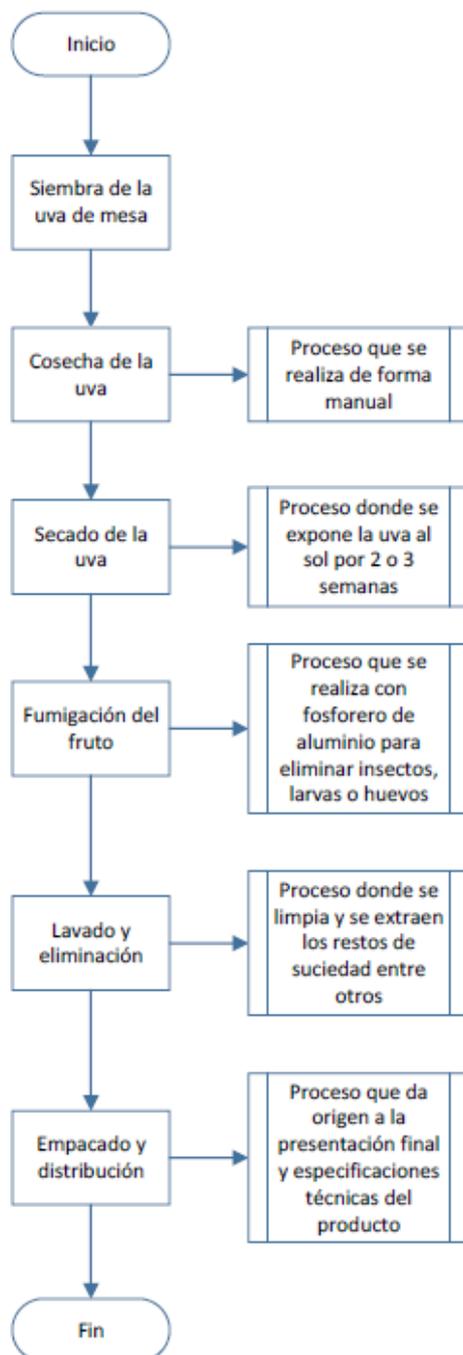


Figura 11 Proceso de elaboración de uvas de mesa. Elaboración propia.

Análisis de inversión

Tabla 10 *Inversión Inicial*

Inversión en Activos Fijos	58.050,00
Inversión en Capital de Trabajo	3.597,50
TOTAL	61.647,50

Elaboración propia

En la inversión inicial se puede destacar que es necesario efectuar una inversión de activos fijos de \$58.050,00 además del capital de trabajo de \$3.597,50 dando a lugar la cantidad total de \$61.647,50.

Tabla 11 *Financiamiento*

Financiamiento de la Inversión		61.647,50
Recursos Propios	18.494,25	30%
Recursos de Terceros	43.153,25	70%

Elaboración propia.

El financiamiento de esta propuesta para poder realizar el cultivo y comercialización de uvas a la mesa será mediante el 30% de recursos propios y el 70% por institución financiera.

Tabla 12 *Activos fijos*

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MUEBLES Y EQUIPOS						
2	ORDENADORES	650,00	1.300,00	3	33%	433,33
2	MESAS DE COMPUTO	200,00	400,00	10	10%	40,00
2	SILLA EJECUTIVO	125,00	250,00	10	10%	25,00
1	MINI PALA MECÁNICA	12.000,00	12.000,00	5	20%	2.400,00
1	JUEGO DE HERRAMIENTAS SIEMBRA	400,00	400,00	5	20%	80,00
1	BOMBA DE AGUA 3 HP	1.700,00	1.700,00	5	20%	340,00
1	SISTEMA DE RIEGO 20 HAS	25.000,00	25.000,00	10	10%	2.500,00
20	HECTÁREAS DE TIERRA DE SIEMBRA	300,00	6.000,00			-
1	SISTEMA DE EMPAQUE DE CAJAS	11.000,00	11.000,00	10	10%	1.100,00
TOTALES			58.050			6.918,33

Elaboración propia.

Para efectuar un negocio que pueda comercializar las uvas de mesa y ayude a la económica de los agricultores del sector es necesario disponer de los ordenadores, las mesas de computo, silla ejecutiva, mini pala mecánica, el juego de herramientas de siembra, la bomba de agua, sistema de riego necesario para este negocio, las hectáreas que cuenta cada persona y el sistema de empaque en donde se requiere de una cantidad de \$58.050 en lo referente a los activos fijos al iniciar este negocio.

Tabla 13 *Costos de caja de uva*

PROYECCIÓN DE COSTOS UNITARIOS					
Costos Unitarios / Años	2017	2018	2019	2020	2021
CAJA DE UVA 8.2KG	3,50	3,85	3,80	3,96	4,12

Elaboración propia.

El costo de caja de uva en una presentación de 2KG tendrá un valor de \$3.50 el mismo que al comercializarlo será multiplicado por el margen de contribución apropiado para disponer del precio de venta al público y obtener la apropiada ganancia de las personas dedicadas al cultivo y la comercialización de esta fruta.

Tabla 14 *Costos variables y fijos*

Costos Variables / Años						
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio Mensual Primer Año
CAJA DE UVA 8.2KG	196.000,00	216.402,82	238.929,48	263.801,09	291.261,73	16.333,33
Total Costos Variables	196.000,00	216.402,82	238.929,48	263.801,09	291.261,73	16.333,33
Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio Mensual Primer Año
Gastos Sueldos y Salarios	43.410,20	45.216,06	47.097,05	49.056,29	51.097,03	3.617,52
Gastos en Servicios Básicos	2.940,00	3.062,30	3.189,70	3.322,39	3.460,60	245,00
Gastos de Ventas	2.550,00	2.656,08	2.766,57	2.881,66	3.001,54	3.126,40
Gastos Varios	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	20,00
Total Costos Fijos	49.140,20	51.174,45	53.293,32	55.500,34	57.799,17	1.752,23

Elaboración propia.

En la descripción de los rubros de costos se puede denotar que el costo por cada caja de uva de 8.2 KG en el primer año se dispone de una cantidad de 196.000,00. En donde se puede representar que los costos fijos como es el de los sueldos y salarios en donde interviene todo el personal necesario para la producción y comercialización de uvas de mesa es de un gasto de \$43.410,20 el mismo que incrementa al siguiente año por contar con las cargas sociales en donde estas hacen que este tipo de cantidades aumente.

Los servicios básicos cuentan con el pago de la luz/agua de la oficina y de la producción de las uvas, internet satelital, y los diversos gastos de oficina que se efectúen. Los gastos de ventas intervienen la publicidad que se utiliza al momento de dar a conocer un producto ante el mercado en donde se requiere página web informativa, papelería, volantes y afiches, redes sociales.

Análisis de factibilidad técnica y económica

Tabla 15 *Valoración Económica y Financiera*

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%
NO SE PAGA POR SER SECTOR ESTRATÉGICO SE EXONERA 5 AÑOS						
Año	0	1	2	3	4	5
Ventas	0	301.538,46	332.416,00	366.455,40	403.980,43	445.348,03
Costos Variables	0	196.000,00	216.402,82	238.929,48	263.801,09	291.261,73
Costos Fijos	0	49.140,20	51.174,45	53.293,32	55.500,34	57.799,17
Flujo de Explotación	0	56.398,26	64.838,74	74.232,59	84.679,00	96.287,13
Repart. Util	0		9.725,81	11.134,89	12.701,85	14.443,07
Flujo antes de Imp Rta	0	56.398,26	55.112,93	63.097,70	71.977,15	81.844,06
Impio Rta	0	12.407,62	12.124,84	13.881,49	15.834,97	18.005,69
Flujo después de Impuestos	0	43.990,64	42.988,08	49.216,21	56.142,18	63.838,37
Inversiones	-61.648	-	-	-	-	-
Flujo del Proyecto Puro	-61.648	43.990,64	42.988,08	49.216,21	56.142,18	63.838,37
TMAR	25,00%					
Valor Actual	-61.648	35.192,52	27.512,37	25.198,70	22.995,84	20.918,56
VAN	144.777	35.192,52	62.704,89	87.903,59	110.899,42	131.817,98
TIR	54,91%					

Elaboración propia.

En el cálculo del TIR y el VAN se demuestra que la realización de este proyecto en la Provincia de Santa Elena queda abstente del pago al impuesto a la renta puesto que por ser un sector estratégico se exonera por 5 años de dicho pago.

Para demostrar que este proyecto es viable para su ejecución se realiza un estudio financiero y económico para demostrar que puede ser realizados por los pequeños agricultores del sector con el fin de minimizar la importación de uvas chilenas y aportar la matriz productiva del país mediante el cultivo de este producto.

En la situación económica se destaca que es comparada mediante el valor de inversión inicial que corresponde a \$61.648 el mismo que es menor al VAN de \$144.777 en donde da

como resultado que es viable de manera económica para la constitución de este negocio dedicado al cultivo y cosecha de la uva.

En la situación financiera es comparada mediante el TMAR DE 25% que debe de ser menor al TIR 54.91% demostrando que también es viable de manera financiera y económica este negocio para que los agricultores puedan efectuar el sembrío y comercialización de estas uvas de mesa y lograr la minimización de las importaciones de frutas chilenas.

Comunicación a los agricultores

La comunicación que se efectuara para que los agricultores y emprendedores de este sector pueda dedicarse a esta actividad mediante los beneficios que proporciona la tierra del sector denominado “El Azúcar” de la comuna Zapotal en la provincia de Santa Elena será mediante la entrega de volantes informativos para que estas personas puedan efectuar nuevas fuentes de trabajo adecuados para la minimización de la importación de uvas chilenas.

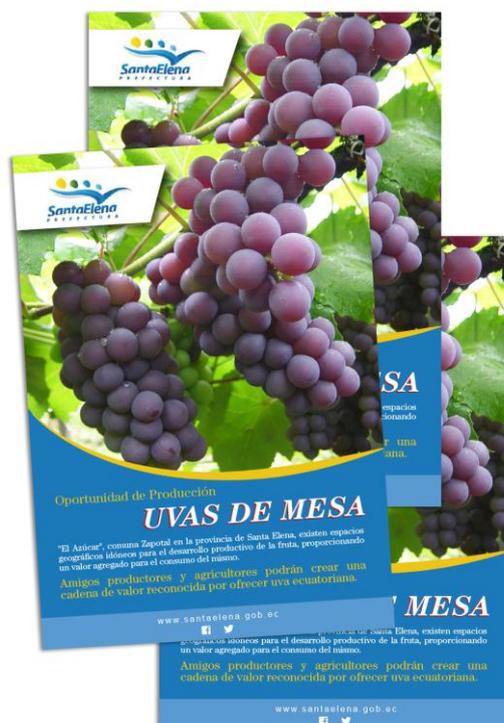


Figura 12 Volantes informativos. Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Al momento de efectuar este proyecto fue necesario estudiar los factores que afectan al cultivo de esta uva en la Provincia de Santa Elena dado para evidenciar la factibilidad técnica y económica para el desarrollo de este tipo de actividad en el sector “El Azúcar”, en la provincia de Santa Elena.
- Se tomó en consideración la opinión de los agricultores del sector en donde se dispone de la total aceptación para la implementación de un negocio dedicado a la producción y comercialización de esta fruta tomando en cuenta el aporte de estas personas para efectuar esta actividad que minimiza la importación de uvas chilenas.
- El plan de comercialización de las uvas mostró los factores de financiamiento necesario para la creación de un negocio en donde se aproveche la mano de obra nacional como son los agricultores del sector “El Azúcar”, para poder satisfacer la demanda nacional y aportar a la matriz productiva del país mediante el aprovechamiento de las propiedades del suelo del sector y el apoyo económico hacia el sustento de cada individuo.

Recomendaciones

Es recomendable implementar procesos de planes de contingencia puesto que en algunos casos los factores externos como son los cambios climáticos pueden afectar a la producción y comercialización de esta fruta con el fin de prevenir y minimizar problemas a futuro por algún tipo de inconvenientes, destacando que este modelo puede ser utilizado en otro sector que disponga de una tierra fértil para la producción de cualquier tipo de frutas y lograr el aporte de la matriz productiva del país.

BIBLIOGRAFÍA

- Alba, D. (2012). *Exito Personal Global*. Panamá: LibrosEnRed.
- Alcaraz, R. (2012). *El emprendedor de éxito*. México: Pearson.
- Alcázar, P. (2015). *El libro de los emprendedores: Nueva Edicion*. Perú: Grupo Planeta.
- Alvear, M. (2012). *Factibilidad Tecnico-Economica*. Colombia: Palibro.
- Asencio, E., & Vázquez, B. (2012). *Empresa e inicitiva emprendedora*. Colombia: Paraninfo.
- Balluerka, N., & Vergara, A. (2013). *Diseño de investigación*. Madrid: Pearson Educación.
- Barradas, M. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PRODUCTO INNOVADOR DE CAFÉ.: Exquisitamente práctico*. Bogota: Palibrio.
- Barragán, R. (2012). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación*. Santa Cruz de la Sierra: PIEB.
- Basantes, E. (2014). *Plan de Negocios*. México: Edinote.
- Bech, U. (2012). *La sociedad de riesgo global*. Madrid: siglo XXI.
- Bono, E. (2012). *El pensamiento creativo*. . Colombia: Paidós.
- Bustamante, J. (2013). *C x I. Creatividad e innovación: Factores clave para la gestión e internacionalización*. Madrid: ICEX.
- Cabrera, A. (2012). *Fuentes de financiamiento*. México: Pearson.
- Collado, L. (2013). *Metodología de la investigación*. Barcelona: ESIC.
- Deras, A. (2012). *Investigación de mercados*. Barcelona: Pearson Educación.
- El Telégrafo. (1 de Noviembre de 2014). Ecuador consume 16 millones de kilos de uva anualmente. *El Telégrafo*.
- Fernández, M. T. (2014). *La iniciativa emprendedora en edades tempranas*. México, DF: Marpadal Interactive Media.
- Giráldez, A. (2014). *Investigación, innovación y buenas prácticas*. Barcelona : GRAO.
- Gonzalez, G. (2012). *Éxito vocacional, éxito personal*. Bogotá: Panorama.

- Hernández, A. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México.: Thomson.
- INEC. (2016). *Ocupaciones de los Guayasenses*. Guayaquil: INEC.
- Kendall, K. (2012). *Análisis y diseño de sistemas*. Mexico: Pearson .
- Larson, H. (2012). *Introducción a la teoría de probabilidades e inferencia estadística*. Santiago de Chile : Limusa.
- Missoum, G. (2012). *La dinámica del éxito personal: claves, técnicas y estrategias*. Perú: Grupo Planeta.
- Morales, F. (2014). *Tipos de investigación*. Santiago de Chile: Progreso.
- OECD. (2012). *Panorama del emprendimiento 2012*. Puerto Rico: OECD Publishing.
- Pazos, D. R., & Deza, X. V. (2014). *Innovación y emprendimiento con base en las ciencias*. España: ESIC.
- Pedraza, J. (2011). *Planificación financiera*. . Colombia: Edunet.
- Pro Ecuador. (2015). *Análisis del sector metalmecánico*. Guayaquil: Dirección de inteligencia comercial e inversiones .
- Pulido, D. U., & Garrido, N. T. (2011). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC.
- Quezada, F. (2013). *Plan de negocios*. Madrid: ESIC.
- Ramírez, E., & Cajigas, M. (2013). *Proyectos de inversión competitivos*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Saieh, C. (2015). *Derecho para el emprendimiento y los negocios*. Madrid: UC.
- Thomsen, M. (. (2013). *El plan de negocios dinámico*. California: Thomsen Business Information.
- Vigo, P. (2015). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio: Capacidades necesarias para lograr el éxito empresarial*. Buenos Aires: Ideaspropias.

Viniegra, S. (2012). *Entendiendo el plan de negocios*. Panamá: LuLu.

VitiVini Cultura. (8 de Septiembre de 2014). <http://www.vitivinicultura.net/>. Obtenido de

<http://www.vitivinicultura.net/>: <http://www.vitivinicultura.net/red-globe-uva-de-mesa.html>

Watzke, S. (2011). *Desarrollo personal: reconozca los factores del éxito*. Costa Rica: Panamericana.

Wiegand, D. (2012). *La Factibilidad Economica de Estabilizar el precio y la oferta* . México: Pearson.

ANEXOS

Analizar la factibilidad técnica y económica para el desarrollo productivo de la uva de mesa en el sector de "El Azúcar" en la provincia de Santa Elena.

COOPERACIÓN: Su ayuda es muy importante., se le garantiza que la información obtenida a través de la presente encuesta se la mantendrá en forma confidencial y solo será usada para propósitos académicos.

INSTRUCCIÓN: Por favor, llene este formulario tan preciso como sea posible.No deje espacios en blanco y siga las instrucciones para cada pregunta.

La investigación durará alrededor de 15 minutos.

1. ¿ Destina parte de sus terrenos para la siembra de uvas? (De responder NO, pase a la pregunta 4)

- Si
- No

2. ¿Cuántas hectáreas de terreno destina usted para la siembra de uvas?

- 0 - 4 hectáreas
- 5 - 8 hectáreas
- 9 - 12 hectáreas
- Más de 12 hectáreas

3. ¿Cómo califica usted la comercialización de uvas en el mercado local?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

4. ¿Cuánto conocimiento tiene usted sobre la uva Red Globe o bien llamada uva de mesa?

- Mucho conocimiento
- Poco conocimiento
- Nada de conocimiento

5. ¿Considera usted que debería de aumentar la producción de la uva de mesa en el Ecuador y así reducir su nivel de importación?

- Total acuerdo
- Parcial acuerdo
- Ni acuerdo/ Ni desacuerdo
- Parcial desacuerdo
- Total desacuerdo

6. Conocía usted que la zona de Santa Elena cuenta con un suelo apropiado para la producción de uvas de mesa?

- Si
- No

7. ¿Estaría dispuesto usted a introducirse en la siembra de uvas de mesa en la parroquia "El Azúcar" del cantón Santa Elena si cuenta con un apoyo por parte de alguna entidad financiera?

- Total acuerdo
- Parcial acuerdo
- Ni acuerdo/ Ni desacuerdo
- Parcial desacuerdo
- Total desacuerdo

8. ¿Cree usted que, fomentándose la siembra de la uva de mesa en el Ecuador en mayores niveles, esta llegue a tener una considerable aceptación por parte del mercado?

- Total acuerdo
- Parcial acuerdo
- Ni acuerdo/ Ni desacuerdo
- Parcial desacuerdo
- Total desacuerdo

- Opción 1

ENVIAR

**ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DEL MINISTERIO DE
AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA.**

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FORMULARIO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. **¿Cuáles son los principales factores que posibilitan la siembra de la uva Red Globe en la zona de Santa Elena?**

2. **¿Cómo ha sido el comportamiento a nivel productivo de la uva de mesa en el mercado ecuatoriano?**

3. **¿Considera usted viable, que se impulse la siembra de la uva Red Globe en la zona de Santa Elena para abastecer parte del mercado local, y con ello minimizar el nivel de importaciones? ¿Por qué?**

4. ¿Existen limitantes que impiden a los productores locales impulsar la producción de la uva Red Globe? ¿Cuáles son los factores que inciden en ello?
