



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

Tesis de grado previo a la obtención del
título de Ingeniera en Marketing

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE EXTRACCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE
MANDARINA KING (Citrus nobilis) EN EL CANTÓN
QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2014**

AUTORA:

JENNIFER ADRIANA RIVADENEIRA SÚAREZ

DIRECTOR:

LCDO. RAFAEL PINTO COTTO

QUEVEDO - ECUADOR

2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

Tesis de grado previo a la obtención del
título de Ingeniera en Marketing

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE EXTRACCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE
MANDARINA KING (Citrus nobilis) EN EL CANTÓN
QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2014**

AUTORA:

JENNIFER ADRIANA RIVADENEIRA SÚAREZ

DIRECTOR:

LCDO. RAFAEL PINTO COTTO

QUEVEDO - ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, **JENNIFER ADRIANA RIVADENEIRA SUÁREZ**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

JENNIFER ADRIANA RIVADENEIRA SUÁREZ

CERTIFICACIÓN

El suscrito, **LCDO. RAFAEL PINTO COTTO**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **JENNIFER ADRIANA RIVADENEIRA SUÁREZ**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing titulada: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EXTRACCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE MANDARINA KING (Citrus nobilis) EN EL CANTÓN QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2014**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

LCDO. RAFAEL PINTO COTTO

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE EXTRACCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE
MANDARINA KING (Citrus nobilis) EN EL CANTÓN
QUINSALOMA, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2014**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo la obtención del título de:
Ingeniera en Marketing.

Aprobado:

Econ. Manuel Weisson Figueroa M.Sc.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Walter Purcachi Aguirre M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Carlos González Guanín M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por alumbrarme en cada paso que doy y a mis padres ejemplo de perseverancia y constancia que siempre supieron guiarme por el sendero del bien.

A mis hermanos por estar conmigo y apoyarme siempre en cada una de las etapas de mi vida.

Al Lcdo. Rafael Pinto director de tesis, que nunca desistió al proporcionarme sus valiosos conocimientos y enseñarme sin importar sus diversas ocupaciones.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por acogerme en sus aulas durante los años de estudios superiores.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a Dios ser único y maravilloso que me brinda sabiduría, fortaleza y es mi guía espiritual que alumbra mi camino para seguir adelante y no desmayar ante la adversidad.

A mis padres por brindarme el apoyo incondicional en cada una de las etapas de mi vida y así alcanzar mis metas propuestas, ellos son mi motor y mi guía.

A mi hija porque es mi fortaleza y fuente de inspiración para continuar alcanzando objetivos, los mismos que le sirvan de ejemplo en su vida.

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1.	Título/Title	M	Plan de negocios para la creación de una empresa de extracción y comercialización de pulpa de mandarina King (citrus nobilis) en el Cantón Quinsaloma, Provincia de Los Ríos año 2014
2.	Creador/Subject	M	Jennifer Adriana Rivadeneira Suárez
3.	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales, Carrera de Ingeniería en Marketing
4.	Descripción/Description	M	La presente investigación se desarrolló bajo los siguientes objetivos específicos: realizar un análisis situacional del nivel productivo de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, efectuar un estudio técnico y económico financiero que determine las variables adecuadas para llevar a cabo el proyecto, diseñar las bases organizacionales para la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma.
5.	Editor/Publisher	M	FCE: Carrera de Ingeniería en Marketing
6.	Colaborador/Contributor	O	Ninguno
7.	Fecha/Date	M	11-07-2014
8.	Tipo/Type	M	Tesis de Grado
9.	Formato/Format	R	Programas: Word 2013; Pdf; Excel 2013; Power Point.
10.	Identificador/Identifier	M	jenniferrivadeneira@hotmail.com
11.	Fuente/Source	O	Productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma
12.	Lenguaje/Language	M	Español
13.	Relación/Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura/Coverage	O	El Cantón Quinsaloma pertenece a la Provincia de Los Ríos
15.	Derechos/Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia/Audience	O	Tesis de Grado

ÍNDICE

	Pág.
CARÁTULA.....	i
HOJA EN BLANCO.....	ii
COPIA DE CARÁTULA.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	v
CERTIFICACIÓN MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	4
1.2.1. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Formulación del problema.....	6
1.3.1. Sistematización del problema.....	6
1.4. Justificación.....	6
1.5. Objetivos.....	7
1.5.1. General.....	7
1.5.2. Específicos.....	7
1.6. Hipótesis.....	8
1.6.1. General.....	8
1.6.1.1. Variable general.....	8
1.6.2. Específicas.....	8
1.6.3. Variables.....	8
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	

2.1. Fundamentación teórica.....	11
2.1.1. Teoría del empresario.....	11
2.2. Fundamentación conceptual.....	15
2.2.1. Plan de negocio.....	15
2.2.1.1. Herramientas de diseño.....	16
2.2.1.2. Herramienta de reflexión.....	16
2.2.1.3. Herramienta de comunicación.....	16
2.2.1.4. Herramienta de marketing.....	17
2.2.2. Estructura general del plan de negocio.....	18
2.2.2.1. Introducción.....	19
2.2.2.2. Estudio de mercado.....	19
2.2.2.3. Plan comercial o de marketing.....	21
2.2.2.4. Plan de producción.....	22
2.2.2.5. Organización y recursos humanos.....	23
2.2.2.6. Plan económico-financiero.....	24
2.2.2.7. Valoración final.....	25
2.2.3. Estudio técnico.....	26
2.2.3.1. Variables que se analizan en un estudio técnico.....	27
2.2.4. Estudio económico – financiero.....	27
2.2.5. Empresa.....	28
2.2.6. Nivel productivo.....	28
2.2.7. Organigrama.....	28
2.2.8. Manual de funciones.....	29
2.2.9. Rentabilidad.....	30
2.2.10. Patrimonio.....	31
2.2.10.1. Composición del patrimonio.....	31
2.2.11. Comercialización.....	32
2.2.12. Mandarina King (Citrus nobilis).....	38
2.3. Fundamentación Legal.....	39
2.3.1. Constitución de la República del Ecuador.....	39
2.3.2. Ley de compañías del Ecuador.....	47
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS.....	
3.1. Materiales y métodos.....	50

3.1.1. Materiales.....	50
3.1.2. Métodos.....	51
3.1.2.1. Inductivo.....	51
3.1.2.2. Deductivo.....	51
3.1.2.3. Estadístico.....	51
3.2. Tipos de investigación.....	52
3.2.1. Aplicada.....	52
3.2.2. Descriptiva.....	52
3.2.3. Bibliográfica.....	52
3.3. Diseño de investigación.....	53
3.3.1. Técnica de investigación.....	53
3.3.1.1. Encuesta.....	53
3.4. Población y muestra.....	54
3.4.1. Población.....	54
3.4.2. Muestra.....	54
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	
4.1. Resultados.....	56
4.1.1. Estudio de mercado.....	56
4.1.2. Estudio técnico.....	69
4.1.2.1. Marketing mix.....	72
4.1.3. Estudio económico – financiero.....	78
4.1.4. Bases organizacionales para la creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma...	94
4.2. Discusión.....	99
4.2.1. Aprobación y/o desaprobación de la hipótesis.....	101
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	
5.1. Conclusiones.....	103
5.2. Recomendaciones.....	104
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA.....	
6.1. Bibliografía.....	106
6.2. Linkografía.....	107
Anexos.....	

ÍNDICE DE CUADROS

	PÁGINA
1. Tiempo que tiene produciendo mandarina King.....	56
2. Hectáreas sembradas.....	57
3. Comercialización de la producción.....	58
4. Inversión anual.....	59
5. Utilidad por la venta de mandarina King.....	60
6. Ventajas de sembrar mandarina King.....	61
7. Desventajas de sembrar mandarina King.....	62
8. Promoción de la producción.....	63
9. Medios de comunicación que utiliza.....	64
10. Creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King.....	65
11. Lugar de ubicación de la empresa extractora.....	66
12. Venta de la producción de mandarina King.....	67
13. Importancia de la creación de una extractora de pulpa de mandarina King.....	68
14. Inversión en la empresa extractora de pulpa de mandarina King.....	78
15. Adquisición de terreno.....	79
16. Construcciones.....	79
17. Maquinaria, Equipo y Herramientas.....	80
18. Equipo de Cómputo.....	81
19. Equipamiento de Seguridad.....	81
20. Muebles y Enseres.....	82
21. Útiles y Suministros de Oficina.....	83
22. Vehículo.....	84
23. Documentación de constitución de la empresa.....	84
24. Elaboración de la estructura organizacional.....	84
25. Documentación de legalización del terreno.....	85
26. Estudio de mercado, técnico y financiero.....	85
27. Selección y capacitación del personal.....	85

28. Sueldos del personal.....	86
29. Publicidad.....	86
30. Servicios básicos.....	87
31. Fuentes de Financiamiento.....	87
32. Ingresos de la empresa.....	88
33. Producción de mandarina King.....	88
34. Proyección de ingresos a cinco años.....	88
35. Costos de la empresa.....	89
36. Proyección de costos a cinco años.....	90
37. Depreciación anual.....	90
38. Estado de pérdidas y ganancias.....	91
39. Flujo de caja.....	92
40. Flujo de caja acumulado a cinco años.....	92
41. Relación Beneficio Costo.....	93
42. Recuperación de la inversión.....	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PÁGINA
1. Tiempo que tiene produciendo mandarina King.....	56
2. Hectáreas sembradas.....	57
3. Comercialización de la producción.....	58
4. Inversión anual.....	59
5. Utilidad por la venta de mandarina King.....	60
6. Ventajas de sembrar mandarina King.....	61
7. Desventajas de sembrar mandarina King.....	62
8. Promoción de la producción.....	63
9. Medios de comunicación que utiliza.....	64
10. Creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King.....	65
11. Lugar de ubicación de la empresa extractora.....	66
12. Venta de la producción de mandarina King.....	67
13. Importancia de la creación de una extractora de pulpa de mandarina King.....	68

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo titulado “Plan de negocios para la creación de una empresa de extracción y comercialización de pulpa de mandarina King (citrus nobilis) en el Cantón Quinsaloma, Provincia de Los Ríos año 2014”, cuenta con tres objetivos específicos que se detallan a continuación. Investigar el nivel productivo de mandarina King, para crear una empresa de extracción y comercialización de pulpa en el Cantón Quinsaloma. Elaborar un estudio técnico, económico y financiero permita determinar las variables, para la creación de una empresa extractora y comercializadora de pulpa de mandarina. Diseñar las bases organizacionales para la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma. El sustento científico está basado en autores que han realizado estudios que tengan que ver con el tema que se investigó, de los que se tomaron conceptos, teorías y leyes. La información primaria del proyecto se la obtuvo por medio de métodos, técnicas y tipos de investigación, también se aplicaron formularios de encuestas que fueron aplicados a los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma. Los resultados reflejaron que. El 38,89% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma tienen más de tres años cultivando este producto, en su mayoría el 83,33% considera que debe crearse una empresa extractora en la zona y que las instalaciones estén ubicadas en el sector Las Palmitas. El estudio técnico permitió identificar los factores de la macro y micro-localización de la empresa extractora de jugo, de igual manera se diseñó el logotipo, se describieron las características principales de la actividad comercial. El estudio económico reflejó que la inversión sería de \$747.754,78, lo cual gran parte de ello lo financiarán los tres socios con \$133.333,33 y los \$347.754,78 mediante préstamos bancarios, se estiman ingresos de \$901.536,00 y una utilidad de \$158.617,79, la inversión se la recuperará en el cuarto año, mientras que la TIR es del 38%, el VAN de \$371.190,47 con una tasa de referencia del 15% y una relación beneficio costo de \$1,97%, se diseñaron las bases organizacionales como: organigrama estructural, niveles jerárquicos, funciones administrativas, fortaleza empresarial, misión, visión, políticas y principios corporativos.

ABSTRACT

This research work entitled "Business Plan for the creation of a mining company and market pulp King mandarin (*citrus nobilis*) in Cantón Quinsaloma, Los Rios Province 2014", has three specific objectives which are detailed below. Researching the King mandarin production level, to create a mining and trading company in Canton pulp Quinsaloma. Develop technical, economic and financial study to determine the variables, for creating an extractor and marketer of mandarin pulp company. Designing the organizational basis for the creation of a company to extract and market pulp tangerine Quinsaloma King in Canton. The scientific substantiation is based on authors who have conducted studies that deal with the subject being investigated, of which concepts, theories and laws are made. Primary project information obtained through the methods, techniques and types of research, questionnaires that were applied to producers of mandarin King Canton Quinsaloma also applied. The results showed that. 38.89% of the producers of mandarin King Canton Quinsaloma have more than three years cultivating this product, mostly 83.33% believe that a logging company to be created in the area and that the facilities are located in the area Las Palmitas. The technical study identified the factors of macro and micro-location company juice extractor, just as the logo was designed, the main features of business were reported. The economic study showed that the investment would be \$747,754.78, which much of it will finance the three partners with \$133,333.33 and \$347,754.78 through bank loans, revenues of \$901,536.00 and a net income of \$158,617 are estimated 79, the investment will recover in the fourth year, while the IRR is 38%, the NPV of \$371,190.47 with a reference rate of 15% and a cost benefit of \$1.97%, the bases were designed organizational as structural organization, hierarchical levels, administrative, business strength, mission, vision, corporate policies and principles.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

De acuerdo a sus beneficios y propiedades, la mandarina King (*Citrus nobilis*) es un fruto dulce, árbol que pertenece al género *Citrus* de la familia de las Rutáceas. Existen varias especies de mandarinas como el grupo satsuma (*citrus unshiu*), grupo mandarina común (*citrus deliciosa*), grupo mandarina King (*citrus nobilis*), grupo de otras mandarinas (*citrus reticulata*).

La mandarina está formada por un considerable número de gajos llenos de jugo; el cual contiene mucha vitamina C, flavonoides y aceites esenciales. Es el cítrico más parecido a la naranja, aunque de menor tamaño, sabor más aromático y con mayor facilidad para quitar su piel en la mayoría de las variedades.

Debido a las bondades de la mandarina, la presente tesis tiene como objetivo determinar la situación actual de este producto, con la finalidad de realizar un plan de negocios para crear una empresa de extracción y comercialización de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma perteneciente a la Provincia de los Ríos, debido a que esta es una zona privilegiada para el desarrollo de este cultivo debido a las características agroclimáticas que posee.

Con el desarrollo de este proyecto investigativo se pretende aportar una fuente informativa acerca de cómo se produce este cultivo, cuales son las bondades que posee, que tipos de actividades agrícolas se deben realizar, cual es el costo de producción, el rendimiento por hectáreas, los ingresos y los canales de comercialización, así como conocer también la oferta, demanda y precio de este producto en la zona, además de saber si la creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King tiene acogida en el Cantón y su zona de influencia.

La presente investigación consta de siete capítulos los cuales se detallan a continuación:

En el capítulo I, se encuentra la introducción, la problematización, diagnóstico, causas, efectos, pronósticos, control de pronósticos, sistematización, formulación del problema, justificación, objetivo general y específicos, hipótesis general y específica, y las variables dependientes e independientes.

El capítulo II está conformado por el marco contextual de la investigación el cual cuenta con la fundamentación teórica la cual consiste en citar autores que hablen de acuerdo al tema de estudio, la fundamentación conceptual cuenta con los conceptos de varios autores que tiene que ver con el tema de estudio y la fundamentación legal, son las leyes en las cuales se base el tema de estudio.

El capítulo III está conformado por los materiales, métodos, tipos y técnicas de investigación que se emplearon para el desarrollo del proyecto.

El capítulo IV se enmarca en el desarrollo de los resultados que se obtuvieron en la investigación el cual consta del estudio de mercado, técnico, el económico financiero y las bases organizacionales, así como de la discusión, la aprobación o disprobación de las hipótesis.

El capítulo V contiene las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.

El capítulo VI está conformado por la literatura citada en la investigación la cual sustenta científicamente esta investigación.

1.2. Problematicación

En el mundo actual la exigencia de proveer bienes y servicios de calidad, competitividad y sobre todo higiénicos en el ámbito de productos aptos para el consumo humano, exige que día a día las empresas transformadoras dedicadas a este ámbito de producción, mejoren e implementen nuevas tecnologías que permitan presentar productos para superar a la competencia y situarse en la preferencia del consumidor.

Quinsaloma Cantón de la Provincia de Los Ríos, es un sector netamente agrícola favorecido por tierras fértiles que brindan frutos de excelente calidad, en especial de productos cítricos como naranja y mandarina, los mismos que aportan a la economía de las familias que dependen de esta actividad productiva.

En este tema de estudio se rescata las bondades que tiene la mandarina King, fruta que se produce en gran cantidad en este sector, debido a que no es aprovechada en su totalidad. La oportunidad de obtener un beneficio diferente, donde se extraiga la pulpa de la mandarina, y que permita generar varios derivados conocidos como valor agregado.

1.2.1. Planteamiento del problema

El principal problema que se suscita en esta investigación es la falta de una empresa que extraiga y comercialice la pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, puesto que se está desaprovechando la alta y abundante producción de esta fruta, tan rica y necesaria en la alimentación, que además genera rentabilidad.

Diagnóstico

- ✓ Carencia de conocimientos del valor agregado de la mandarina.

- ✓ Producción agrícola tradicional.
- ✓ Inexistencia de una empresa extractora de jugo en la zona.

Causas

- ✓ Desconocimiento del valor nutricional de la pulpa de mandarina.
- ✓ Producción agrícola tradicional.
- ✓ Temor a la inversión industrial.

Efectos

- ✓ Consumo de extracto de mandarina en forma natural.
- ✓ Inadecuado proceso productivo, de acuerdo a la producción.
- ✓ Procesos de seguridad en la inversión.

Pronóstico

- ✓ Desmesurada producción de mandarina King.
- ✓ Pérdida del potencial productivo y económico.
- ✓ Desorientación organizacional para producir y comercializar.

Control del pronóstico

- ✓ Determinar el nivel productivo de la mandarina King en el mercado.
- ✓ Planear las actividades de acuerdo a la capacidad productiva de la empresa.
- ✓ Elaborar una estructura organizacional de acuerdo a la capacidad productiva de la empresa.

1.3. Formulación del problema

¿De qué manera un plan de negocio, incide en la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma?

1.3.1. Sistematización del problema

- ✓ ¿Por qué es importante la investigación de mercado, que permita crear una empresa extractora y comercializadora de pulpa de mandarina King?
- ✓ ¿Cómo un estudio técnico y económico financiero determinan las variables adecuadas para llevar a cabo el proyecto?
- ✓ ¿Cómo influye el diseño de las bases organizacionales en la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma?

1.4. Justificación

La ciudad de Quinsaloma se encuentra ubicada en la parte “Centro Este” de la Provincia de Los Ríos, a tres horas de Guayaquil y a cinco horas de Quito, tiene una población de 16.476, habitantes. Este Cantón se caracteriza por la variedad de productos agrícolas que se produce como cacao, maíz, naranja, mandarina, entre otros.

Se realizará el siguiente trabajo de investigación porque surge la necesidad y el interés de crear una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, el cual consiste en el aprovechamiento de los recursos naturales existentes como el alto nivel productivo de esta fruta cítrica en la zona de influencia, así como la perseverancia de varios agricultores y centros de acopio, en la cabecera cantonal se sentará la base para elaborar el plan de negocios.

La zona produce la materia prima suficiente para crear la mencionada empresa, pero para llevar a cabo la actividad de extracción y comercialización se debe realizar un estudio de mercado, técnico, económico financiero y organizacional que permite llevar al éxito deseado a la entidad.

Las principales variables que determinaron el proyecto fueron; capacidad de instalación, tamaño del proyecto, infraestructura, macro y micro localización, organigrama, manual de funciones, misión, visión, estrategias, valores, fuentes de financiamientos, estos a su vez ayudaron a tener una adecuada rentabilidad.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, Provincia de Los Ríos año 2014.

1.5.2. Específicos

- ✓ Investigar el nivel productivo de mandarina King, para crear una empresa de extracción y comercialización de pulpa en el Cantón Quinsaloma.
- ✓ Elaborar un estudio técnico, económico y financiero permita determinar las variables, para la creación de una empresa extractora y comercializadora de pulpa de mandarina.
- ✓ Diseñar las bases organizacionales, para la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma.

1.6. Hipótesis

1.6.1. General

La elaboración de un plan de negocios, aporta en la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma.

1.6.1.1. Variable general

Independiente

La elaboración de un plan de negocios.

Dependiente

Una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King.

1.6.2. Específicas

- ✓ La investigación del nivel productivo de mandarina King, permite la creación de una empresa extractora y comercializadora de pulpa.
- ✓ El estudio técnico, económico y financiero, determina las variables adecuadas para llevar a cabo el proyecto.
- ✓ El diseño de las bases organizacionales, permite crear una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma.

1.6.3. Variables

Independiente

- ✓ La investigación del nivel productivo de mandarina King.

- ✓ El estudio técnico, económico y financiero.
- ✓ Diseño de las bases organizacionales.

Dependiente

- ✓ La creación de una empresa extractora y comercializadora de pulpa.
- ✓ Las variables adecuadas para llevar a cabo el proyecto.
- ✓ Creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Teoría del empresario

Ante la pregunta de qué significa ser empresario, las respuestas que encontramos son contradictorias; por un lado está la visión positiva que nos presenta la figura del empresario como generador de riqueza, de empleo y de bienestar y la que califica el hecho de emprender como una experiencia única y apasionante, pero también encontramos el lado menos positivo que nos habla del empresario como una figura que persigue la especulación, que defrauda y que explota a la mano de obra.

Junto a estas visiones nos encontramos otra que se aleja también mucho de la realidad y que presenta al empresario como “una persona que se va a dormir una hora más tarde que los demás, se levanta una hora antes, no para de pensar y nunca trabajar y que no tiene vacaciones”.

Seguramente ninguna de las visiones expuestas es totalmente cierta, pero tal y como hay que entender la actividad emprendedora se acerca más a las primeras afirmaciones.

Si bien es verdad que existe todavía en nuestra sociedad muchos falsos mitos sobre la creación de empresas que hay que ir desmitificando y superando para que la idea de emprender sea algo atractiva para cualquier persona.

El crear una empresa es uno de los retos más apasionantes que puedan existir. Es la oportunidad de poner en marcha una idea de empresa, de verla desarrollarse y de que además pueda servir para crear riqueza y empleo.

Pero, sin embargo, cuando hablamos de emprender una empresa, son muchas las dificultades que se nos vienen a la cabeza. Y si bien es verdad que el proceso que conlleva crear una empresa no está exento de dificultades, también es verdad que pueden ser superadas y puede crearse una empresa

con muchas garantías de éxitos. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Cuando se empieza a dar forma a una nueva idea o proyecto empresarial o también a plantearnos la viabilidad futura de un negocio ya existente tenemos que establecer las líneas básicas y sus proyecciones económicas para analizar si los resultados son adecuados en el futuro, es decir tenemos que plantear un modelo que dé soporte económico-financiero al plan de negocio.

Cuando nos planteamos confeccionar un plan de negocios existe normalmente una metodología y un guión predefinido, pero hace falta adaptarlo todo ello al tipo de idea de negocio que queremos realizar, y nos encontramos que una parte muy importante del plan de negocio incluye justificar su contenido con datos económicos, y lo que es más importante valorar si los resultados previstos son posibles, para ello necesitamos un modelo de análisis financiero que permita obtener todos los estados financieros e indicadores para analizar un aspecto fundamental del plan de negocio que es su viabilidad económica. **Muñiz González, L. (2010).**

Un plan de negocios es una descripción del negocio que usted quiere iniciar. También es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo. Después de elaborar un plan de negocios, usted tendrá un buen conocimiento del mundo de los negocios. El mundo en el que aguarda su futuro.

El plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuye a un inicio más ordenado – en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores, y fuentes de financiamiento.

Usted no debe ver el plan de negocios como la última declaración para su negocio, sino como una plataforma desde la cual obtener acceso al mundo de los negocios.

Es un mundo dinámico; por lo tanto, los planes para su negocio también deben ser dinámicos.

Elaborar un plan de negocios sirve varios propósitos:

- Ayuda a estructurar y realizar sus visiones.
- Reúne conocimientos y compila información.
- Facilita un marco para mejorar la toma de decisiones comerciales.
- Convince a la familia, los bancos y otros inversionistas de que usted merece una inversión.
- Es una prueba de dedicación.
- Es una base para obtener mejores consejos de los cooperadores y socios.

Cuando el plan de negocios está escrito, describirá los siguientes temas:

El consejo del negocio. Una buena idea sólo es una buena idea de negocios si usted puede generar suficiente dinero con ella para vivir en forma independiente. Cuando usted tiene una idea, en la mayoría de los casos será necesario ajustarla y desarrollarla para que pueda convertirse en un concepto de negocio.

Recursos personales y objetivos. La operación de una empresa recientemente establecida es una cosa muy personal ya que, típicamente, el dueño es el único presente en la empresa. Por consiguiente, es importante enfatizar tanto para sí mismo y para terceros que usted tiene la capacidad y los recursos para operar un negocio.

Producto/servicio. El producto o servicio que ofrece es la sangre vital de su negocio. En consecuencia, es importante analizar sus varios aspectos. Debe

prestarse una atención especial a lo que los clientes exigen del producto o servicio.

Descripción del mercado. Antes de llevar a cabo cualquier tipo de venta o acción de marketing, usted necesita identificar el mercado en el que quiere penetrar. Un buen resultado de marketing requiere una visión acabada del mercado y del cliente.

Marketing y ventas. Marketing y ventas sus herramientas para acercarse a los clientes potenciales para generar un interés en su producto o servicio.

La decisión de publicar anuncios en periódicos locales, utilizar correspondencia directa, buscar una solución de internet, o asistir a las ferias internacionales de negocios, depende totalmente de lo que usted vende y de qué perfil de cliente usted quiere alcanzar.

Organización práctica de su negocio. Usted necesita describir la operación diaria de su empresa y también tomar en cuenta el costo de arreglar y operar su negocio.

Desarrollo del negocio. Es difícil pensar 3-4 años adelante, antes incluso de que su negocio esté operando. Sin embargo, sería una ventaja si, en esta fase temprana, usted puede visualizar los contornos de una empresa aún más grande y más interesante que la que usted inicia hoy.

Presupuestos. Los presupuestos son los temas anteriores descritos en términos económicos. Cuando más específicos sean los planes más fácil será elaborar presupuestos.

Los presupuestos también contribuirán a concretar los planes y está bien volver atrás y cambiar los planes si los presupuestos demuestran que son poco realistas.

Financiación. Financiación meramente significativa: “Cómo obtengo los fondos que necesito para iniciar mi propia empresa”. **Mogens Thompson. (2009).**

2.2. Fundamentación conceptual

2.2.1. Plan de negocio

El plan de negocio puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.

A través del mismo se va a definir, con el máximo detalle posible:

- ✓ La actividad que proyecta desarrollar la empresa.
- ✓ El mercado al que va a dirigirse.
- ✓ Las estrategias para penetrar en el mercado.
- ✓ La competencia con que se va a encontrar.
- ✓ Los objetivos y medios para lograr sus fines.
- ✓ Los recursos financieros que va a necesitar en los primeros años y las fuentes para cubrirlos.
- ✓ Las instalaciones, equipos y personal que se necesitarán.

Sus utilidades básicas serían: **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009)**

Comentario: El plan de negocios es donde se refleja el proyecto empresarial que una institución pretende realizar, en él se encuentra la idea que se desea desarrollar hasta la manera en la que se la va a realizar, las acciones que se van a emplear para poder ejecutarlo.

2.2.1.1. Herramientas de diseño

Esto significa que a través del plan de negocio el emprendedor va dando forma mental a su empresa antes de darle forma real. En lugar de tener todo en la mente, los detalles, las ideas y los números empiezan a tomar forma en un documento escrito. Es mucho más barato equivocarse en el plan de negocio que equivocarse en la realidad. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: Es cuando la persona o el grupo de personas que desean emprender un negocio lo van planteando de manera mental antes de desarrollarlo de manera real.

2.2.1.2. Herramienta de reflexión

Cuando ya se ha empezado a desarrollar el proyecto, incluso en las primeras semanas, la realidad se presenta con toda su crudeza. Aparecen cosas que no habíamos previsto, se descubren aspectos del negocio que no conocíamos y un largo etc. Disponer de un plan de negocio ayuda, y mucho a reflexionar sobre el impacto de estas novedades en la empresa. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: Es cuando se reflexiona sobre si el proyecto que se desea desarrollar será factible o no ya que en esta instancia se presentan de manera cruda todos los pro y contra.

2.2.1.3. Herramienta de comunicación

No todos los emprendedores empiezan solos. Por las razones que sean, muchos emprendedores empiezan su proyecto con otros socios. El plan de negocio sirve para poner por escrito, los distintos aspectos de la empresa y discutirlos de una forma objetiva y despersonalizada. También es muy útil para poner sobre la mesa temas difíciles de abordar directamente, como quién

asume qué responsabilidades, cuánto va a cobrar cada uno, etc. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: La herramienta de comunicación ayuda en a definir quienes desarrollan las funciones que se requieren para poder poner en marcha en proyecto que se tiene en mente.

2.2.1.4. Herramienta de marketing

Como sucede muchas veces, el emprendedor no dispone de todos los recursos necesarios para empezar su aventura. Debe buscar financiación externa y ayudas públicas o privadas. En la mayoría de los casos, el plan de negocio es lo único que va a poder mostrar a los inversores externos. Un plan de negocio coherente y “profesional” demuestra que el emprendedor se toma el asunto en serio y que está capacitado para llevar adelante el proyecto. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

El plan de negocio es un documento en el que se ofrece una visión global y detallada de nuestro proyecto empresarial. Analiza cada una de las áreas de gestión que intervendrían en la empresa si finalmente se creara: área comercial de producción, de recursos humanos, análisis económico-financiero, etc.

Su elaboración tiene una utilidad doble:

- ✓ Obliga a realizar un esfuerzo de coherencia y de organización interna, que hace aumentar las posibilidades de éxito del proyecto. Ya comenzamos a tomar decisiones invirtiendo tiempo pero no dinero.
- ✓ Puede ser muy buena carta de presentación a la hora de buscar nuevos socios, solicitar créditos, captar clientes, contactar con proveedores o incluso pedir ayudas o subvenciones. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Para su presentación se establecen una serie de recomendaciones:

- ✓ Redactarlo con un lenguaje claro y preciso ya que un lenguaje confuso puede ser signo de una falta de madurez de proyecto.
- ✓ Debe estar completo, abarcando todos los aspectos del negocio e intentando “no dejar cabos sueltos”. No hay que olvidar que puede ser leído con distintos objetivos. Por eso es preciso establecer un índice de materias detallado, para que el lector pueda dirigirse directamente a los puntos que le interesan.
- ✓ Forma atractiva. Es conveniente presentarlo mecanografiado y debidamente encuadernado. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: En esta parte se presentan las formas de marketing que se van a implementar para dar a conocer el negocio que se desea plantear.

2.2.2. Estructura general del plan de negocio

- ✓ Introducción
- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Plan comercial de marketing
- ✓ Plan de producción
- ✓ Organización y recursos humanos
- ✓ Plan económico-financiero
- ✓ Valoración final **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009)**

Comentario: La estructura general del plan de negocios son los parámetros a los cuales hay que regirse para poder desarrollarlo.

2.2.2.1. Introducción

La introducción del documento que desarrolla el plan de negocio comenzará con la expresión del nombre y la dirección de la empresa a crear y la presentación del emprendedor que debe incluir su currículum o una breve descripción de su historial profesional.

También es conveniente que figuren todos aquellos datos de la empresa, expresados de manera esquemática, que puedan resultar de interés para las personas que hayan de leer el proyecto: actividad de la empresa, forma jurídica adoptada, fecha prevista de construcción, número de socios, número de trabajadores, productos o servicios que se comercializarán, etc. Esta instrucción debe ser lo suficientemente atractiva para que incite al análisis del proyecto de creación de empresa por parte de los agentes externos.

Es conveniente también definir el producto o servicio que se va a ofrecer en base a sus características y funciones, y delimitar el segmento o segmentos de mercado al que va dirigido.

Un emprendedor con una idea debe describir su producto o servicio con la mayor claridad posible, de forma que cualquiera que no lo conozca pueda entender fácilmente en qué consiste, para qué sirve y a quiénes va dirigido.

Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).

Comentario: La introducción en la estructura del plan de negocios describe el nombre, la ubicación, la historia, la actividad a la que se va a dedicar la empresa.

2.2.2.2. Estudio de mercado

Características del mercado – indicando en qué mercado se desea intervenir y cuáles son las características del mismo, su evolución en los últimos años, en

qué fase se encuentra en el momento actual, estancamiento o crecimiento y evolución futura del mismo.

Comentario: El estudio de mercado permite conocer al emprendedor si el producto que él desea introducir en el mercado tendrá o no aceptación.

Análisis externo

Macroentorno: descripción de factores (demográficos, económicos, jurídicos, socio-culturales o tecnológicos) que escapan a nuestro control pero que afectarán a la marcha del negocio.

Microentorno: identificación de clientes, competidores y proveedores.

Identificación de clientes: tendremos que determinar el perfil de las personas que van a interesarse por nuestro producto o servicio, diferenciando entre el que toma la decisión de compra de los que los consumen, identificándolos por edad, sexo, recursos económicos, profesión, hábitos, etc. También conviene identificarlos por grupos homogéneos de los que se analiza un comportamiento, los elementos en que basan las decisiones de compra y los cambios de sus hábitos. Un cliente fidelizado es una garantía de éxito y es más “barato” mantenerlo que captar a otro nuevo.

Identificación de proveedores y cuántos van a necesitar la empresa, la gama de productos que tienen en el mercado, plazos de entrega, condiciones de pago o canales de distribución.

Identificación de la competencia. Determinar cuáles son y cuál es su participación en el mercado, cómo se denominan, quiénes las constituyen, dónde están ubicadas, sus puntos fuertes y débiles y sus tendencias.

Análisis interno

Descripción de cuáles son las características personales, tanto positivas como negativas, así como las características técnicas, experiencia y/o formación relacionada con la actividad de la empresa; también determinar el grado de preparación para dirigir y gestionar una empresa y la capacidad para obtener los recursos necesarios.

Por último tratar de destacar cuáles son las características del producto o servicio que ofrecen una ventaja o desventaja en relación a la competencia- el valor añadido.

Análisis DAFO: representación gráfica de las debilidades y fortalezas, amenazas y oportunidades de nuestro proyecto. Su objetivo es plasmar con ideas –fuerza, las principales características del proyecto de cara a evaluar el riesgo de la inversión. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

2.2.2.3. Plan comercial o de marketing

El marketing constituye un conjunto de actividades que implican la organización de la comunicación y el intercambio entre la producción y el consumo. Se ha pasado de una concepción de marketing pasivo, centrado en la administración de las ventas “se vendía todo lo que se producía” a otra de marketing activo, que orienta la empresa al consumidor “se produce sólo aquello que se puede vender”.

El plan de marketing es un proceso de planificación que abarca distintos aspectos:

Analizar los mercados atractivos para la empresa y las necesidades de los integrantes de esos mercados.

Determinar la oferta más conveniente entre producto, precio, comunicación y distribución.

Diseñar estrategias de promoción y comercialización: promoción, publicidad, merchandising, evaluando así con esas campañas se consigue el fin perseguido.

Conseguir que el producto ofrecido esté disponible para el consumidor captar continuamente información acerca de las reacciones del mercado ante nuestra oferta y la de la competencia. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: El plan de comercialización o marketing es el que ayudará a la empresa al momento de vender la producción, en él se emplearan las estrategias y formas de venta.

2.2.2.4. Plan de producción

Hay que tomar múltiples decisiones estratégicas y sobre el proceso productivo:

- ✓ La localización geográfica de la empresa y la descripción de los terrenos, locales, etc.
- ✓ Sistemas de distribución.
- ✓ Proximidad de los clientes, de las materias primas y de los proveedores.
- ✓ Disponibilidad de mano de obra en la zona.
- ✓ Ayudas públicas.
- ✓ La descripción del proceso productivo, las materias primas disponibles, los equipos necesarios y los ciclos productivos.

En este apartado también es conveniente que hagamos un inventario completo de la infraestructura que necesitamos:

- ✓ Locales, edificios y terrenos: habrá que reflejar si es compra, alquiler, cesión..., su ubicación y accesibilidad, la proximidad de la competencia, las reformas o gastos de adecuación, la previsión de posibilidades ampliaciones y los requisitos legales.
- ✓ Maquinaria, mobiliario y herramientas: habrá que reflejar si es compra, alquiler o leasing, sistema de amortización en caso de compra, características, precios y costes de mantenimiento y reparación.
- ✓ Transporte: habrá que describir y cuantificar los elementos de transporte en caso de que fueran necesarios para el desarrollo de la actividad. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: El plan de producción ayudará en la implementación de estrategias que permitan optimizar los recursos productivos de la empresa con la finalidad de conseguir los objetivos.

2.2.2.5. Organización y recursos humanos

Uno de los factores más importantes para que un proyecto triunfe está basado en la elección y dirección del personal que trabajará con el futuro empresario en caso de necesitarlo. Éste deberá controlar varios factores fundamentales:

- ✓ Planificar la plantilla sobre las necesidades de personal que va a tener.
- ✓ La elección de la forma de contratación más conveniente, conociendo las ayudas directas y bonificaciones existentes en caso de contratar a determinados colectivos.
- ✓ El análisis de los costes laborales y sociales.
- ✓ Los procesos de selección de personal para que se reclute personal con un perfil profesional adaptado al puesto de trabajo.

- ✓ La dirección de grupos de trabajo. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: La organización es la forma como está distribuida la empresa y el recurso humano es la razón de ser de la empresa.

2.2.2.6. Plan económico-financiero

Todos los datos que se reflejan en el plan de negocio desembocan en un análisis económico del proyecto, en cuanto al capital inicial necesario para ponerlo en marcha y en cuanto al cálculo del beneficio estimado con un horizonte temporal del medio plazo y por último una previsión de la cuenta de tesorería.

La puesta en marcha del proyecto va a exigir la realización de una serie de compras a las que los promotores deberán hacer frente y que se reflejarán en el correspondiente presupuesto de inversiones. Parte de estas inversiones se destinarán a financiar elementos permanentes (mobiliario, maquinaria, reformas, instalaciones, etc.) y el resto financiará bienes que se consumirán a lo largo del ejercicio y relacionados con el funcionamiento diario de la empresa (suministros, materias primas, etc.). Para financiar estas inversiones los promotores contarán: con capital propio y con recursos ajenos (préstamos, créditos y subvenciones).

Los promotores deberán conocer qué fuentes de financiación van a poder utilizar. Para ello habrá que elaborar un plan de prevenciones económicas- como traducción en cifras de los objetivos elaborados por los promotores de la empresa- este plan recoge tres grandes áreas:

La explotación del negocio, caracterizado por:

- ✓ Ingresos

✓ Gastos

✓ Beneficio neto

La tesorería – disponibilidad de caja y bancos.

La financiación de la empresa a corto y largo plazo – necesidades de endeudamiento. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: El plan económico-financiero sirve para conocer cuánto recurso económico se posee y cuáles son las formas de financiamiento que se tiene o se pueden tener.

2.2.2.7. Valoración final

Una vez desarrollado cada uno de los apartados que configuran el plan de negocio es aconsejable realizar una evaluación global del proyecto con la finalidad de poder determinar si es viable o no.

Esta valoración vendrá dada por las conclusiones obtenidas en los pasos seguidos a la hora de elaborar el proyecto.

Para ello se podría dar dicha valoración, determinando:

La viabilidad técnica del proyecto, que será tanto mayor cuanto se haya podido desarrollar con profundidad todos los aspectos que integran el plan de negocio.

La viabilidad estratégica. Establece qué ventajas competitivas ofrecerá nuestra empresa para lograr con éxito su implantación en el mercado.

La viabilidad económico – financiera con el objeto de conocer: la eficiencia en la producción y en la utilización de los recursos; la liquidez y la rentabilidad, mediante la aplicación de unos índices o ratios a partir de las previsiones

realizadas en el plan económico – financiero. **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009).**

Comentario: La valoración final es la que refleja si un proyecto de inversión es viable o no.

2.2.3. Estudio técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren; a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por lo tanto, los costos de inversión y de operación así como el capital de trabajo que se necesita.

- ✓ El estudio técnico permite llevar a cabo los siguientes objetivos:
- ✓ Proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir el bien o servicio.
- ✓ Verificar la factibilidad técnica de cada una de las opciones tecnológicas propuestas.
- ✓ Identificar las maquinarias, los equipos y las instalaciones requeridas por el proyecto.
- ✓ Estimar de manera general los costos de inversión, los costos de operación y el capital de trabajo que se necesita.

Comentario: El estudio técnico muestra las opciones tecnológicas que se tienen y se desean tener para poder desarrollar el proceso de producción de la empresa.

2.2.3.1. Variables que se analizan en un estudio técnico

La elaboración del estudio técnico para un proyecto implica analizar las siguientes variables, posteriormente se analizará una descripción de cada una de ellas:

- ✓ La localización.
- ✓ El tamaño.
- ✓ La tecnología.
- ✓ La ingeniería.
- ✓ Los aspectos administrativos.
- ✓ Los costos de inversión y operación.
- ✓ Los aspectos legales. **Rosales Posas, R. (2007).**

Comentario: El estudio técnico ayuda en el análisis de las variables que se presentan en un proyecto de inversión como la localización, tamaño, tecnología, ingeniería, aspectos administrativos, costos de inversión y operación y aspectos legales.

2.2.4. Estudio económico – financiero

Concebido este como la inversión, la proyección de los ingresos y los gastos y la forma de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su elaboración y de su operación, considerando que el estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Así mismo se deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras opciones conocidas de colocación, teniendo en cuenta que los resultados del análisis financiero deben confrontarse con los que se obtienen en el estudio económico. **Gómez, W. (2012).**

Comentario: El estudio económico – financiero permite evaluar la inversión, y la proyección de los gastos, ingresos y la manera en la que se va a financiar para poder desarrollar el proyecto que se tiene en mente.

2.2.5. Empresa

La empresa se define como un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen. **Gil Estallo, M. & Giner de la Fuente, F. (2013).**

Comentario: La empresa es la unión de recursos humanos, materiales y financieros con la finalidad de obtener recursos económicos.

2.2.6. Nivel productivo

Se refiere al potencial máximo de producción de una empresa cuando utiliza las técnicas de producción más avanzadas y utiliza al máximo su espacio físico y equipo. **Empresas.US (2009).**

Comentario: Es la capacidad de la empresa para producir sus productos optimizando los recursos que se tiene.

2.2.7. Organigrama

No existe una forma única de organizar. Tampoco existe una estructura única que valga como modelo para todas las situaciones; cada empresa adopta la que considera más adecuada a sus necesidades.

Dependiendo de la forma que adopte la organización, se llega a la estructura organizativa como un sistema de funciones, de relaciones y de responsabilidades; es decir, se obtiene el modelo de organización empresarial que se representa mediante lo que llamamos el organigrama.

Organigrama es la representación gráfica de una organización. Indica el sistema de relaciones, funciones y responsabilidades existentes en la misma.

En todo organigrama aparecen diferentes niveles, y para interpretar lo que significa tendremos en cuenta lo siguiente:

- Cada nivel está relacionado con la responsabilidad y la autoridad que se tiene en la organización.
- A niveles más bajos, corresponde menor autoridad y responsabilidad.
- Cuanto más alto es el nivel, la responsabilidad es mayor y de carácter más general. **Sánchez, P. (2012).**

Comentario: El organigrama ayuda a representar gráficamente todas las funciones, relaciones y responsabilidades de la empresa, clasificándolos en niveles jerárquicos.

2.2.8. Manual de funciones

Es un instrumento o herramientas de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que se resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los

problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión. **González Sánchez, G. (2013).**

Comentario: El manual de funciones es una herramienta de trabajo que está conformado por las normas y tareas que tiene que desarrollar cada funcionario de una empresa.

2.2.9. Rentabilidad

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.

En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. **García Lorenzo, R. & Velar Martín, L. (2009).**

Comentario: La rentabilidad permite obtener recursos a través de la movilización de materiales, recursos humanos y financieros.

2.2.10. Patrimonio

En un sentido económico, la riqueza es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que permiten a una unidad económica satisfacer sus necesidades y/o realizar una actividad productiva.

En el lenguaje contable a esa riqueza se llama patrimonio neto, y puede definirse como:

El conjunto de bienes, derechos y obligaciones que posee una unidad económica en una fecha determinada, y que constituye el objeto de estudio de la contabilidad.

Comentario: El patrimonio son todos los recursos con los que cuenta una empresa ya sean económicos, materiales y financieros.

2.2.10.1. Composición del patrimonio

El patrimonio de la empresa, sea individual o social, está formado por:

Bienes. Entendiendo como tales todos aquellos factores productivos, ya sean materiales (edificios, máquinas, muebles, mercaderías, etc.), o inmateriales (marcas, patentes, fondo de comercio, etc.) que la empresa utiliza para conseguir sus objetivos.

Derechos. Los derechos de cobro están constituidos por aquellas situaciones jurídicas en las que la empresa se encuentra en situación de recibir, como pueden ser los créditos con clientes, las participaciones e otras empresas y los depósitos a su favor en entidades de crédito, entre otros.

Obligaciones. Las obligaciones de pago son situaciones inversas a las anteriores, en las que la empresa es deudora de otras empresas, entidades u organismos, por compromisos derivados de contratos, o de su conducción de contribuyente: débitos a proveedores, préstamos obtenidos e impuestos a pagar, entre otros.

La suma de todos estos elementos constituye el patrimonio neto o la riqueza de la empresa, pero hay que tener en cuenta que no todos ellos representan valores a favor de la empresa, es decir, que no todos son positivos (ya que hay que tener en cuenta el signo negativo de las obligaciones), por lo que, tendremos la siguiente expresión del patrimonio:

Bienes + Derechos – Obligaciones = Patrimonio neto. **Delgado González, S. (2008).**

2.2.11. Comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución.

Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al

momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado.

De esta manera se infiere que, en la comercialización de un nuevo producto la decisión del tiempo de ubicarlo para la venta es crítico y lleva consigo consideraciones adicionales; porque si reemplaza a otro, esto podría retrasar su introducción hasta que se acabe el stock del producto ya situado en el mercado. Si el nuevo producto es de demanda estacional podría mantenerse hasta que llegase el momento oportuno, siempre que responda a atributos similares o superiores al anterior y que pueda llegar a ser aceptado y preferido por los clientes.

Por otra parte, la red de tiendas debe decidir si lanzar un nuevo producto en una única localidad, una región, en varias regiones; en dependencia de las características del segmento de mercado potencial al que se dirige, para ello siempre será necesario que la empresa defina cómo introducir el nuevo producto en los mercados instrumentando un plan de acción para ello y señalando el momento concreto para las distintas actividades de comercialización.

Las empresas comercializadoras deben reconocer la necesidad y ventajas de introducir regularmente nuevos productos e ir reemplazando aquellos que van dejando de ser atractivos para los clientes o que no poseen atributos, que por determinadas circunstancias y épocas, el cliente requiere y se convierten en productos de lento o nulo movimiento que se acumulan en los inventarios y traen por consecuencia afectaciones en los resultados de la eficiencia económica de la organización.

Desde otra perspectiva la comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia

estimada. Al respecto hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición de este concepto:

1. La orientación hacia el cliente.
2. El esfuerzo total de la empresa.
3. La ganancia como objetivo.

Es por ello que los directivos deberían trabajar juntos, ya que lo hecho por un departamento puede ser la materia prima para la actividad de otro. Lo importante es que todos los departamentos adopten como objetivo máximo la satisfacción del cliente, de manera que la tarea gerencial en la comercialización abarque los pasos siguientes:

1. Planear las actividades comerciales.
2. Dirigir la ejecución de los planes.
3. Controlar estos planes.

Lo anterior presupone que durante la planeación comercial, los gerentes fijan pautas para la tarea de ejecución y especifican los resultados esperados, luego utilizan estos resultados en la tarea de control, con el propósito de comprobar si todo funcionó de acuerdo con lo previsto y de producirse desviaciones en los planes, adoptar las medidas pertinentes para seleccionar otra alternativa de acción y dirigir el rumbo hacia el logro de las metas previstas.

Por eso, los gerentes comerciales deberían estar siempre centrados a la búsqueda de nuevas oportunidades, lo que proporcionaría a la empresa la necesaria estabilidad y continuidad en su funcionamiento; esto es, si se considera además que los mercados son dinámicos y que las necesidades de los clientes, los competidores y el medio ambiente cambian continuamente.

Por tanto, la tarea de planear es premisa indispensable para guiar a toda la organización hacia el logro de sus objetivos esenciales y dentro de ellos el cumplimiento oportuno de su misión; es decir, de lo que se trata es de realizar una labor de alta gerencia que comprende entre otras, las actividades vinculadas con la comercialización.

El concepto de comercialización ha sido tratado de diversas formas, por lo que se puede considerar, según criterios de este autor, uno que establece argumentos que se ajustan a las necesidades de esta investigación; esto es, considerar a la comercialización como un proceso encaminado a analizar las necesidades de las personas y decidir si los consumidores prefieren más cantidad o diferentes productos, lo que requiere prever qué tipos de productos desearán los distintos consumidores o clientes en lo que concierne a propiedades o características de los productos y decidir a cuáles de estas personas tratará de satisfacer la empresa.

Estimar cuantas de esas personas estarán consumiendo en los próximos años y cuantos productos comprarán, así como prever con exactitud cuándo desearán comprar; hace necesario determinar dónde estarán estos consumidores y cómo poner los productos a su alcance, calculando que precio estarán dispuestos a pagar por ellos y si la empresa obtendrá ganancias vendiendo a ese precio. De manera que, se debe decidir qué clase de promoción deberá utilizarse y estimar cuántas empresas competidoras estarán ofertando productos similares, qué cantidad producirán, de qué clase y a qué precio.

Es importante señalar que el concepto anterior reconoce un determinado número de actividades que no forman parte de la producción, ya que esta consiste en fabricar el producto o prestar servicios, por lo que asumir esta última idea como comercialización estaría considerando una posición parcial y no totalitaria del concepto. Es entonces que debe asumirse la comercialización con un carácter integral y totalizador que provee la orientación necesaria para

la producción y ayuda a lograr que se fabrique el producto adecuado y que llegue a los consumidores con criterios de calidad.

Entonces, debe entenderse la comercialización como el proceso que se ocupa de aquello que los clientes desean y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. La comercialización es, por tanto, un conjunto de actividades realizadas por las organizaciones y un proceso social que se da en dos planos: Micro y Macro, por lo que se utilizan dos definiciones: microcomercialización y macrocomercialización.

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven, siendo la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades, se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro.

La macrocomercialización considera ampliamente todo el sistema de producción y distribución como un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

De esta manera, la comercialización debe comenzar a partir de las necesidades potenciales del cliente, no del proceso de producción. No obstante, el énfasis de la comercialización no recae sobre las actividades de las organizaciones individuales, por el contrario, el acento se pone sobre cómo funciona todo el sistema comercial. Esto incluye la observación de cómo influye la comercialización en la sociedad y viceversa.

Otros términos asociados a la comercialización se encuentran vinculados a los resultados de este proceso; de ahí que, se trate la comercialización efectiva, la cual significa entregar los bienes y servicios que los consumidores desean y

necesitan, conseguirles los productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado y a precio conveniente.

Otro aspecto importante de la comercialización está relacionado con sus funciones universales; si se considera a la comercialización como un proceso de intercambio de mercancías, finanzas e información se tiene que estas son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar y lograr información del mercado.

El intercambio suele implicar compra y venta, la función de compra significa buscar y evaluar bienes y servicios, por lo que la función venta requiere promover el producto, mientras que la función de transporte se refiere fundamentalmente al traslado de la mercancía. El almacenamiento implica guardar y proteger los productos de acuerdo con el tamaño y calidad en un espacio que posibilite el reaprovisionamiento hacia las tiendas de forma ágil y segura. Del mismo modo, estandarizar y clasificar incluyen el ordenamiento de los productos de acuerdo con el tamaño y calidad de los mismos otorgando un lugar de prioridad de acuerdo a las demandas de los clientes y a su rotación en la venta.

Por otra parte, la financiación provee el efectivo y crédito necesarios para comercializar propiamente y finalmente la información refiere a la retroalimentación que se logra entre la entidad y el cliente para conocer sus expectativas, necesidades, preferencias y satisfacción, lo cual permite introducir acciones de mejora a las funciones anteriores.

Estas funciones de la comercialización las realizan específicamente los productores, los especialistas en comercialización, los vendedores en tiendas y los consumidores.

Desde un punto de vista macro, todas las funciones de comercialización deben ser desempeñadas por alguien, pero desde un punto de vista micro, no todas las empresas deben ejecutar la totalidad de las funciones. Además, no todos

los bienes y servicios exigen todas las funciones en cada una de las etapas de su producción. **Guerrero, G. & Pérez, M. (2009).**

Comentario: La comercialización son todos los medios que se emplean para poder vender la producción de una empresa.

2.2.12. Mandarina King (*Citrus nobilis*)

Familia: Rutaceae

Sinónimos: *Citrus nobilis* André non Lour., *Citrus deliciosa* Ten.

Nombre común: Mandarino

Lugar de origen: Especie nativa de Filipinas y sudeste de Asia.

Etimología: *Citrus*, proviene del griego, y significa limón. *Reticulata*, del latín *reticulatus-a-um*, provisto de una retícula, quizás refiriéndose a la corteza del fruto.

Descripción: Árbol pequeño de 2-6 m de altura, con tronco con frecuencia torcido, generalmente sin espinas. Ramillas angulosas. Hojas oblongo-ovales, elípticas o lanceoladas, de 3.5-8 cm de longitud y 1.5-4 cm de anchura, con la base y el ápice obtusos. Margen aserrado por encima de la base. Son de color verde oscuro brillante en el haz y verde amarillento en el envés, fragantes cuando se las tritura.

Pecíolos con ala muy corta. Inflorescencias axilares o terminales con 1-4 flores pentámeras, de color blanco, olorosas, de 1.5-2.5 cm de diámetro. 18-23 estambres, casi libres. Frutos de 4-7 cm de longitud y 5-8 cm de diámetro, globoso-deprimidos. Su color varía de amarillo verdoso al naranja y rojo anaranjado. La superficie es brillante y está llena de glándulas oleosas

hundidas. La cáscara es delgada, muy fragante, separándose fácilmente de la pulpa. Pulpa jugosa y dulce, refrescante. Semillas oblongo-ovoides.

Cultivo y usos: Se multiplican por injerto de yema sobre patrones resistentes. Aunque prefieren suelos fértiles y bien drenados, resisten mejor que otros cítricos la falta de agua. Existen numerosas variedades e híbridos de mandarinas, casi todos ellos relacionados. **Arbolesornamentales.com (2013).**

Comentario: La mandarina King es una fruta cítrica muy apetecida en el mercado la cual proporciona al ser humano vitamina C.

2.3. Fundamentación legal

2.3.1. Constitución de la República del Ecuador

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los

hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.
2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.
3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.
4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.
5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.
6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.
7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.
8. El Estado estimulará la creación de organizaciones de las trabajadoras y trabajadores, y empleadoras y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alternabilidad en la dirección.

9. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.

10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.

11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

12. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje.

13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.

14. Se reconocerá el derecho de las personas trabajadoras y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos.

Las personas empleadoras tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.

15. Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburífera, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

16. En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se

sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos. El Estado fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, de aplicación general y obligatoria. El pago de remuneraciones se dará en los plazos convenidos y no podrá ser disminuido ni descontado, salvo con autorización expresa de la persona trabajadora y de acuerdo con la ley. Lo que el empleador deba a las trabajadoras y trabajadores, por cualquier concepto, constituye crédito privilegiado de primera clase, con preferencia aun a los hipotecarios.

Para el pago de indemnizaciones, la remuneración comprende todo lo que perciba la persona trabajadora en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que reciba por los trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios o cualquier otra retribución que tenga carácter normal. Se exceptuarán el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales y las remuneraciones adicionales. Las personas trabajadoras del sector privado tienen derecho a participar de las utilidades líquidas de las empresas, de acuerdo con la ley. La ley fijará los límites de esa participación en las empresas de explotación de recursos no renovables. En las empresas en las cuales el Estado tenga participación mayoritaria, no habrá

pago de utilidades. Todo fraude o falsedad en la declaración de utilidades que perjudique este derecho se sancionará por la ley.

Art. 329.- Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de autosustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin. Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones. Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones. Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo. Los procesos de selección, contratación y promoción laboral se basarán en requisitos de habilidades, destrezas, formación, méritos y capacidades. Se prohíbe el uso de criterios e instrumentos discriminatorios que afecten la privacidad, la dignidad e integridad de las personas. El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de las trabajadoras y trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores.

Art. 330.- Se garantizará la inserción y accesibilidad en igualdad de condiciones al trabajo remunerado de las personas con discapacidad. El Estado y los empleadores implementarán servicios sociales y de ayuda especial para facilitar su actividad. Se prohíbe disminuir la remuneración del trabajador con discapacidad por cualquier circunstancia relativa a su condición.

Art. 331.- El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades. Se prohíbe toda forma de discriminación,

acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo.

Art. 332.- El Estado garantizará el respeto a los derechos reproductivos de las personas trabajadoras, lo que incluye la eliminación de riesgos laborales que afecten la salud reproductiva, el acceso y estabilidad en el empleo sin limitaciones por embarazo o número de hijas e hijos, derechos de maternidad, lactancia, y el derecho a licencia por paternidad. Se prohíbe el despido de la mujer trabajadora asociado a su condición de gestación y maternidad, así como la discriminación vinculada con los roles reproductivos.

Art. 333.- Se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado de autosustento y cuidado humano que se realiza en los hogares. El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares. La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley.

Sección cuarta

Democratización de los factores de producción

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

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

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica. **Constitución del Ecuador. (2008).**

2.3.2. Ley de compañías del Ecuador

Sección VI

De la compañía anónima

1. Concepto, características, nombre y domicilio

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la

clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445.

La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

2. De la capacidad

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados. **Congreso Nacional (1999).**

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Materiales

- Resmas de papel A4
- Tableros para realizar las encuestas
- Tinta para recargar
- Flash Memory
- Cuadernos
- Anillados
- Copias
- Lapiceros
- Calculadora
- Grapadora
- Carpetas
- Borradores
- Perforadora
- Cámara fotográfica
- Sobre manila
- Adhesivos
- CDS

3.1.2. Métodos

La investigación requirió de métodos, los mismos que ayudaron a realizar el trabajo propuesto, es por ello que se emplearon los siguientes;

3.1.2.1. Inductivo

En esta investigación se empleó el método inductivo porque ayudó a analizar la situación actual del nivel productivo, al igual que la oferta y la demanda de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, con el objetivo de elaborar un plan de negocios para crear una empresa extractora de la pulpa de dicha fruta.

3.1.2.2. Deductivo

Este método permitió describir cada una de las variables que forman parte del tema como; estudio técnico (capacidad de instalación, tamaño del proyecto, micro y macro localización), estudio económico financiero (costos, ingresos, egresos, rentabilidad y fuentes de financiamiento), esta información encamino a llevar a cabo el proyecto.

3.1.2.3. Estadístico

El método estadístico permitió analizar, ordenar y procesar coherentemente la información cuantitativa obtenida durante la investigación, pues para ello se realizaron encuestas a los productores de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, los datos son presentados en tablas y gráficos para una mayor comprensión del lector.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Aplicada

Esta investigación se la empleó para obtener información primaria que proporcionaron los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma, pues para ello se aplicó un formulario de encuesta, la finalidad de este fue determinar el nivel de productividad, al igual que la oferta y la demanda de la fruta en el mercado y si existen posibilidades de crear una empresa que extraía su concentrado.

3.2.2. Descriptiva

Esta investigación encaminó a que se describan las bases organizacionales para la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, porque toda entidad requiere de una estructura administrativa que le guie a alcanzar los objetivos y metas propuestas.

3.2.3. Bibliográfica

La investigación bibliográfica se la empleó para citar autores relacionados con el tema de estudio, los mismos que han realizado obras de carácter científico y analítico, además es un aporte para sustentar teórica, conceptual y legalmente el presente trabajo.

3.3. Diseño de investigación

Para realizar la investigación se llevó a cabo una serie de procedimientos fundamentales cuyo propósito fue alcanzar los objetivos propuestos con eficiencia, pues para ello se efectuaron los siguientes pasos;

- Análisis de la población objetivo de estudio.
- Delimitar el área de estudio.
- Evaluar la situación actual de la producción de mandarina King en el Cantón Quinsaloma.
- Aplicar un formulario de encuesta a los productores de la zona de influencia.
- Tabular e interpretar la información obtenida.
- Elaborar el estudio técnico y económico financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.
- Efectuar las bases organizacionales para crear una empresa extractora de pulpa de mandarina King.
- Presentar los resultados finales del plan de negocios.

3.3.1. Técnica de investigación

La técnica de investigación utilizada en este trabajo permitió obtener valiosa información.

3.3.1.1 Encuesta

Esta técnica se la aplicó a los principales productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma, cuya finalidad es alcanzar uno de los objetivos propuestos respecto al nivel productivo, oferta y demanda de esta fruta, por lo que esta

información servirá de guía y sustento para crear una empresa comercializadora de la pulpa de este producto.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Como población se consideró a 18 de los principales productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma, quienes vienen realizando esta actividad durante varios años.

3.4.2. Muestra

Para realizar la investigación se consideró como muestra a los 18 productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma, se tomó a toda la población objetiva porque la misma no sobrepasa más de cien personas, por lo que no fue necesario, encontrar el tamaño de la muestra a través de una fórmula estadística.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Estudio de mercado

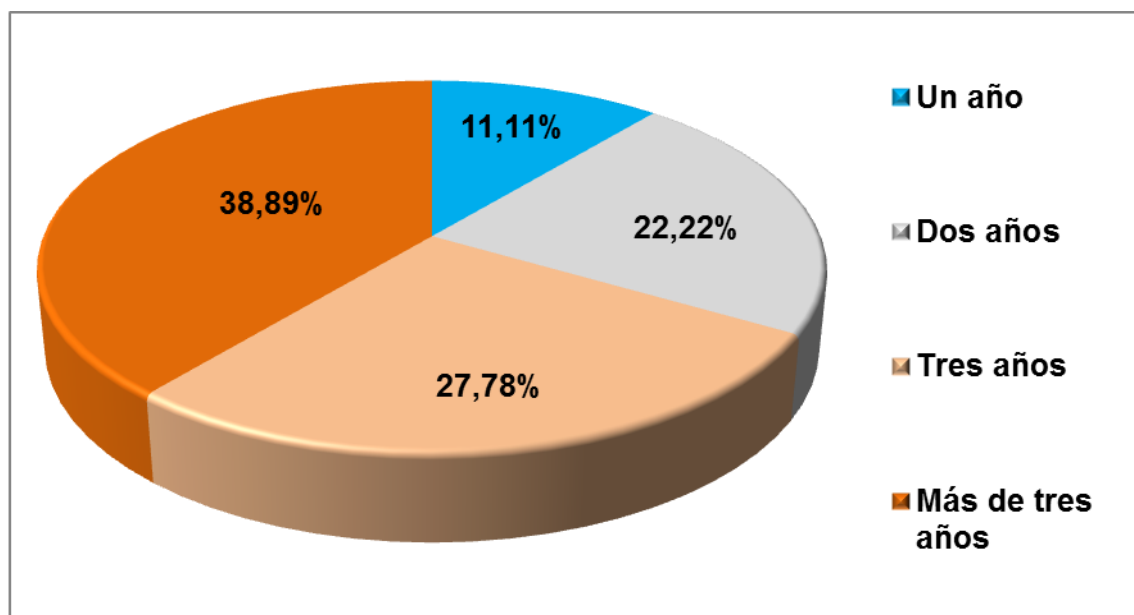
Pregunta 1. ¿Desde hace qué tiempo viene produciendo mandarina King?

Cuadro 1. Tiempo que tiene produciendo mandarina King

Opciones	Total	%
Un año	2	11,11
Dos años	4	22,22
Tres años	5	27,78
Más de tres años	7	38,89
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico. 1 Tiempo que tiene produciendo mandarina King



De acuerdo a lo manifestado por los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma, el 38,89% de ellos tiene más de tres años produciendo este cultivo, un 27,78% tres años, el 22,22% dos años y un 11,11% un año.

Pregunta 2. ¿Cuántas hectáreas de mandarina King tiene sembradas?

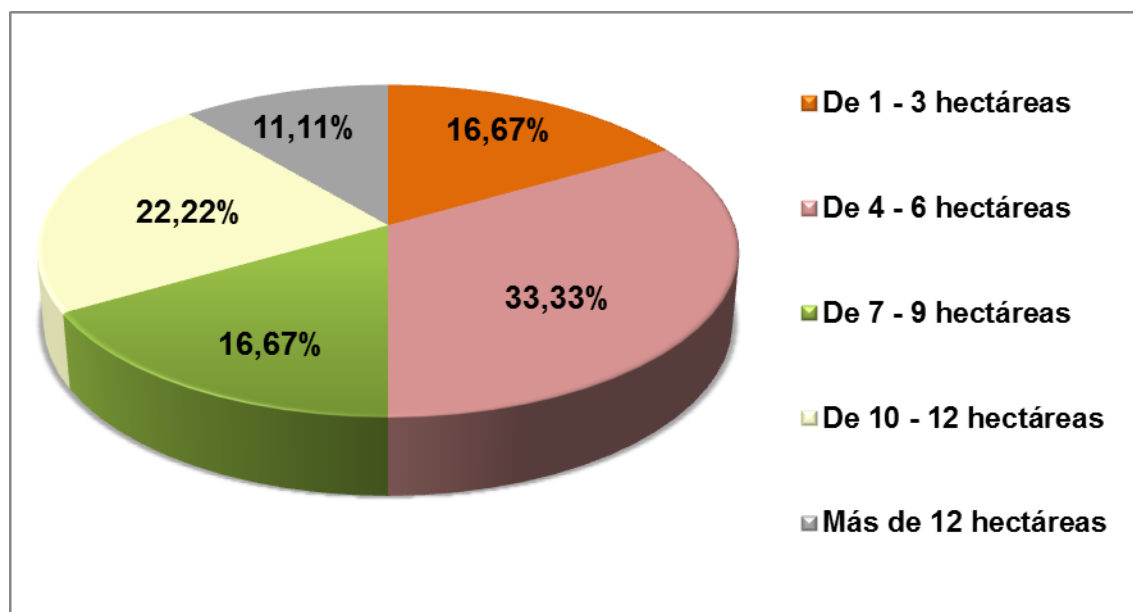
Cuadro 2. Hectáreas sembradas

Opciones	Total	%
De 1 - 3 hectáreas	3	16,67
De 4 - 6 hectáreas	6	33,33
De 7 - 9 hectáreas	3	16,67
De 10 - 12 hectáreas	4	22,22
Más de 12 hectáreas	2	11,11
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Autora

Cuadro 2. Hectáreas sembradas



El 33,33% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados en esta investigación respondieron que tienen de cuatro a seis hectáreas sembradas de este cultivo, un 22,22% de diez a doce has, el 16,67% entre siete y nueve has, otro 16,67% de una a tres has, y el 11,11% más de doce has.

Pregunta 3. ¿A través de qué vías usted comercializa su producción de mandarina King?

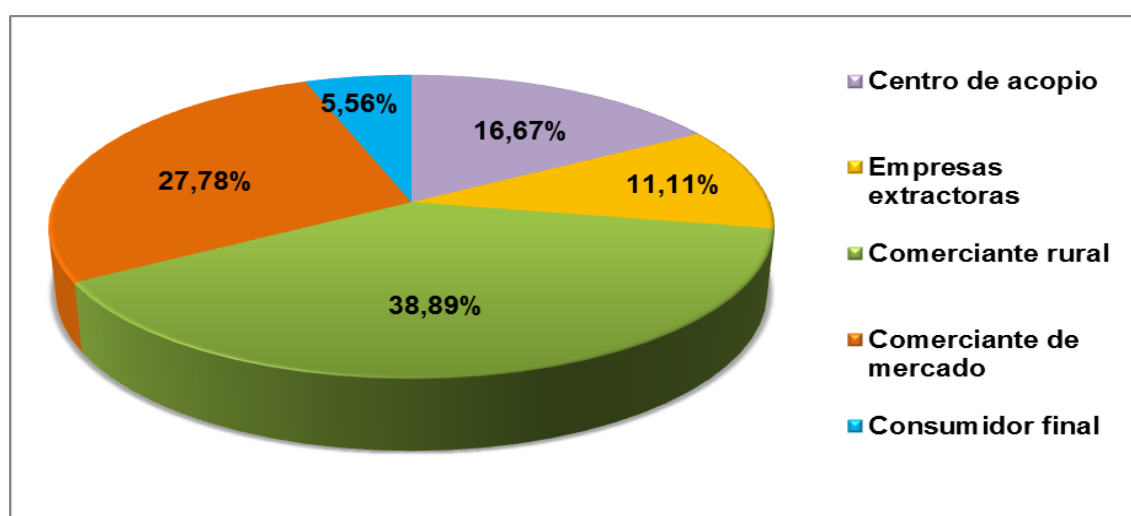
Cuadro 3. Comercialización de la producción

Opciones	Total	%
Centro de acopio	3	16,67
Empresas extractoras	2	11,11
Comerciante rural	7	38,89
Comerciante de mercado	5	27,78
Consumidor final	1	5,56
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Autora

Gráfico 3. Comercialización de la producción



El 38,89% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, comercializan su producción a un comerciante rural, un 27,78% vende a un comerciante de mercado, el 16,67% entrega su producción a un centro de acopio, otro 11,11% vende a una empresa extractora, y el 5,56% realiza la venta directa de su producción al consumidor final comercializándolo puerta a puerta o en su propio predio.

Pregunta 4. ¿Cuánto invierte en la producción anual de mandarina?

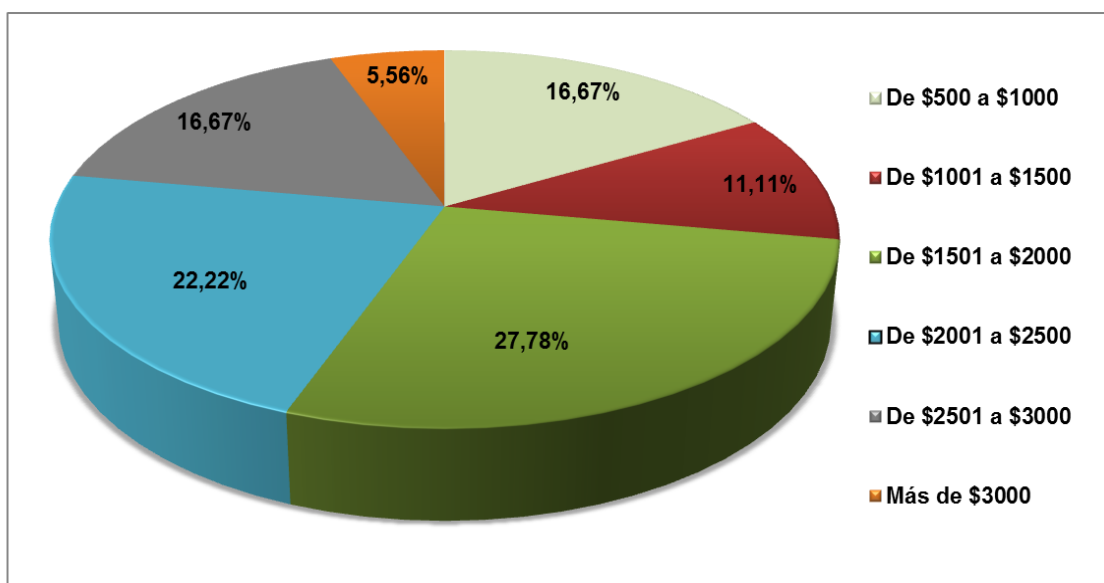
Cuadro 4. Inversión anual

Opciones	Total	%
De \$500 a \$1000	3	16,67
De \$1001 a \$1500	2	11,11
De \$1501 a \$2000	5	27,78
De \$2001 a \$2500	4	22,22
De \$2501 a \$3000	3	16,67
Más de \$3000	1	5,56
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Autora

Gráfico 4. Inversión anual



El 27,78% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma que fueron encuestados en este estudio, tienen un gasto de producción por hectárea entre \$1501 a \$2000, un 22,22% alrededor de \$2001 a \$2500, otro 16,67% entre \$2501 a \$3000, de igual manera otro 16,67% gasta alrededor de \$500 a \$1000, y el 5,56% manifestó que sus costos están entre los \$500 a \$1000 anuales.

Pregunta 5. ¿Qué utilidad genera la venta de mandarina King anualmente?

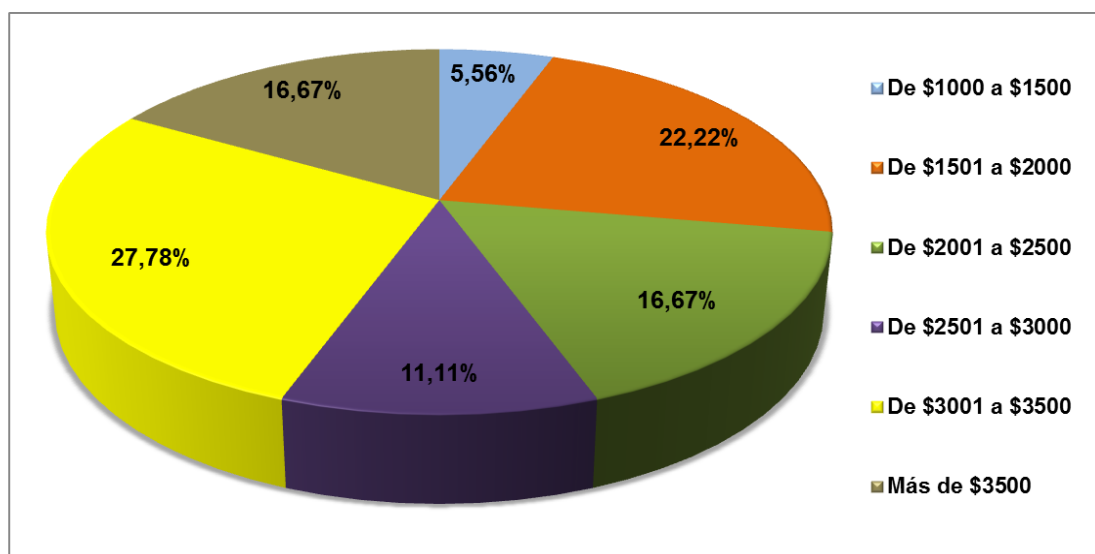
Cuadro 5. Utilidad por la venta de mandarina King

Opciones	Total	%
De \$1000 a \$1500	1	5,56
De \$1501 a \$2000	4	22,22
De \$2001 a \$2500	3	16,67
De \$2501 a \$3000	2	11,11
De \$3001 a \$3500	5	27,78
Más de \$3500	3	16,67
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Autora

Gráfico 5. Utilidad por la venta de mandarina King



De acuerdo al 27,78% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, manifestaron que sus utilidades anuales por la venta de este producto están por los \$3001 a \$3500, un 22,22% respondió que sus ingresos oscilan entre los \$1501 a \$2000, el 16,67% alrededor de \$2001 a \$2500, otro 16,67% aseguraron que ellos perciben unos ingresos que pasan los \$3500, y el 5,56% afirmaron que sus utilidades están por los \$1000 a \$1500 anuales.

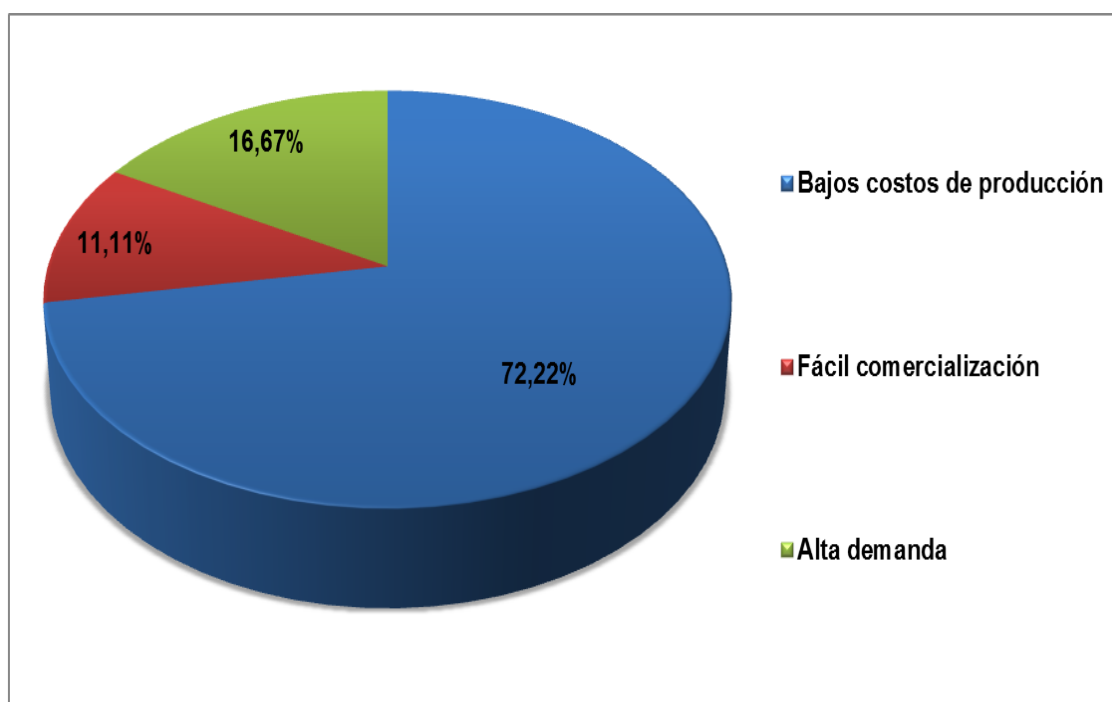
Pregunta 6. ¿Cuáles son las ventajas de sembrar mandarina King?

Cuadro 6. Ventajas de sembrar mandarina King

Opciones	Total	%
Bajos costos de producción	13	72,22
Fácil comercialización	2	11,11
Alta demanda	3	16,67
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 6. Ventajas de sembrar mandarina King



El 72,22% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, respondieron que una de las ventajas de sembrar este producto son los bajos costos de producción, otro 16,67% considera que este cultivo tiene buena demanda en el mercado y por este motivo creen que esta es una ventaja, y un 11,11% aseguró que la fácil comercialización del producto es una de sus ventajas.

Pregunta 7. ¿Cuáles son las desventajas de sembrar mandarina King?

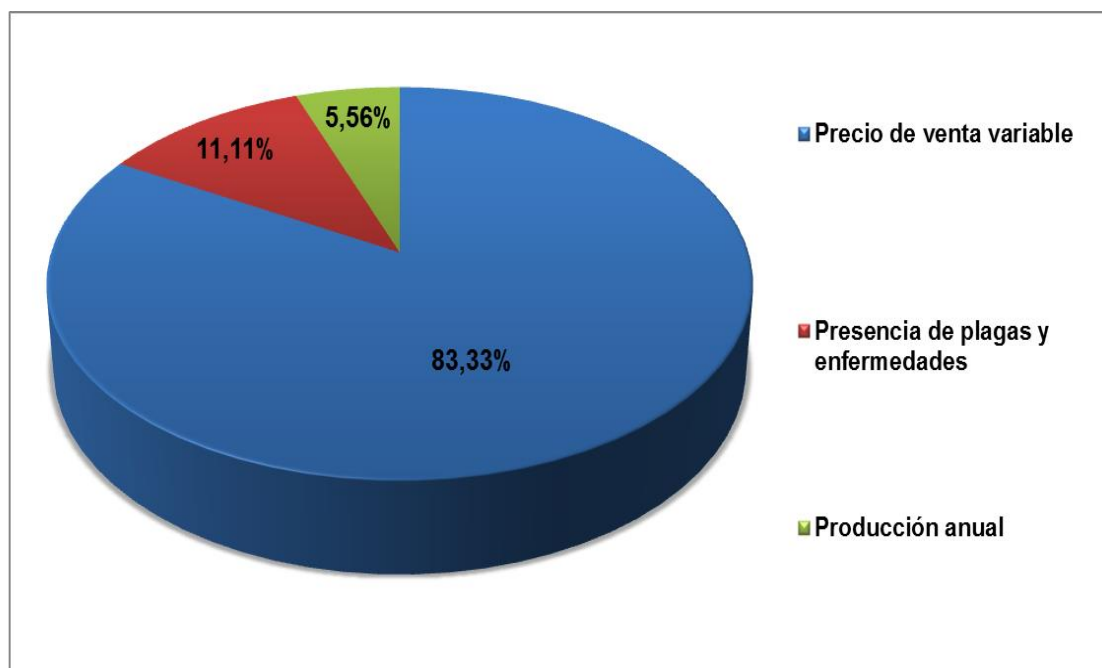
Cuadro 7. Desventajas de sembrar mandarina King

Opciones	Total	%
Precios de venta variable	15	83,33
Presencia de plagas y enfermedades	2	11,11
Producción anual	1	5,56
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Autora

Gráfico 7. Desventajas de sembrar mandarina King



El 83,33% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, aseguraron que una de las desventajas que se presentan en la producción de este cultivo es la variación de los precios de venta que varían constantemente, otro 11,11% piensa que la presencia de plagas y enfermedades puede ser una de las desventajas que puede presentar este producto, mientras que el 5,56% cree que una desventaja puede ser que el cultivo sólo produce una vez al año.

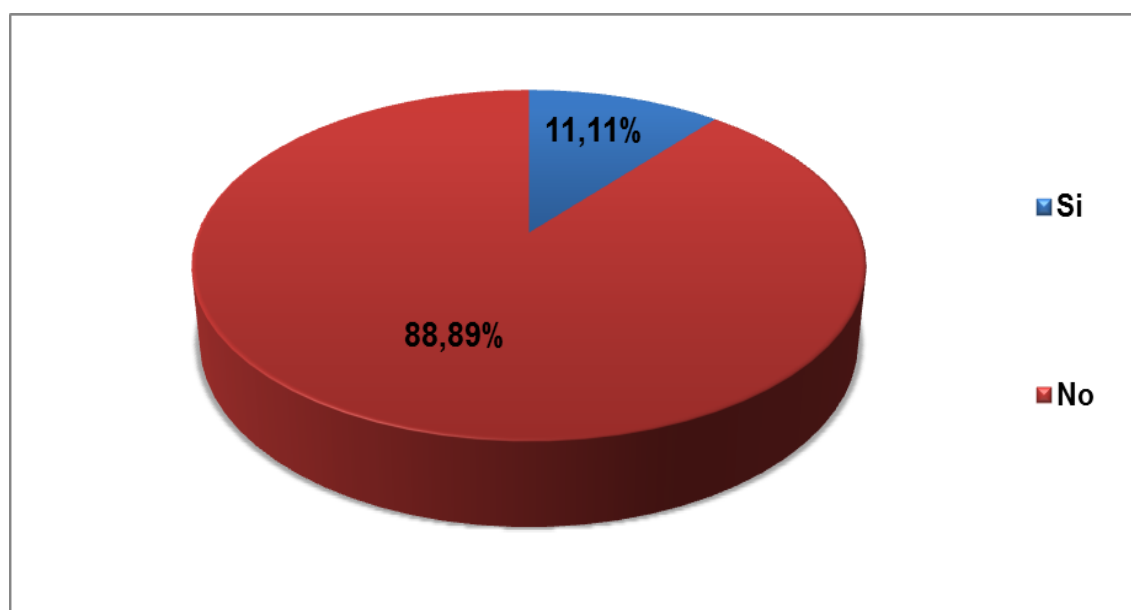
Pregunta 8. ¿Utiliza medios de comunicación para promocionar el producto?

Cuadro 8. Promoción de la producción

Opciones	Total	%
Si	2	11,11
No	16	88,89
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 8. Promoción de la producción



El 88,89% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, aseguraron que ellos no utilizan ningún medio de comunicación para promocionar su producción cuando empieza la cosecha debido a que no lo creen necesario porque los compradores ya conocen el tiempo en que se cosecha este cultivo, y un 11,11% respondió que sí.

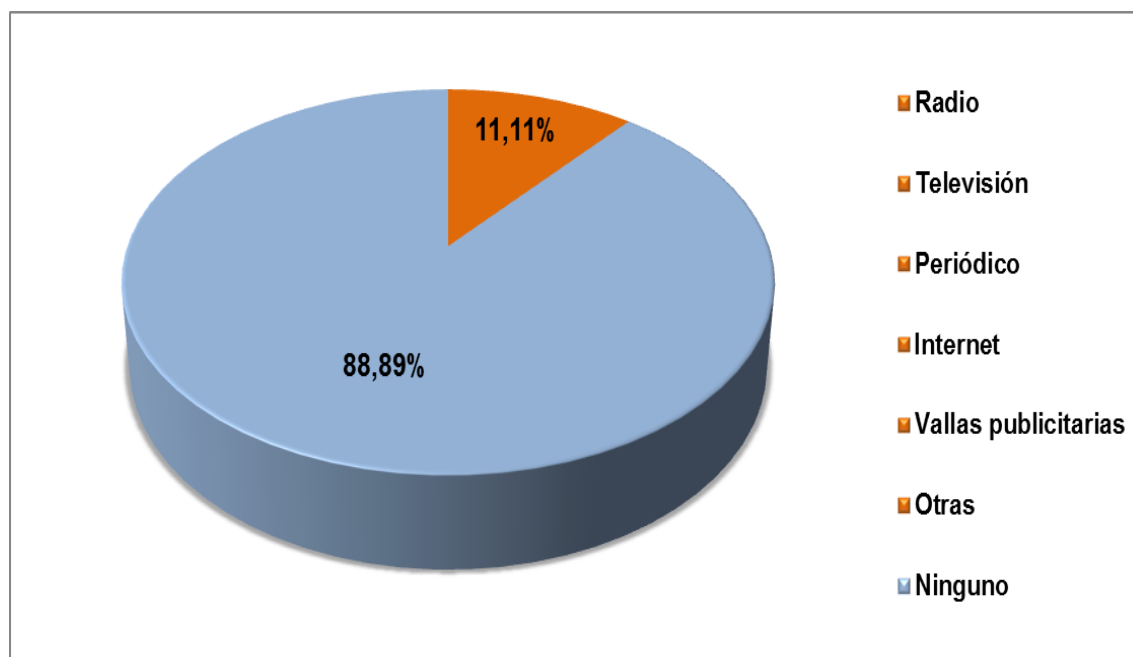
Pregunta 9. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza?

Cuadro 9. Medios de comunicación que utiliza

Opciones	Total	%
Radio	2	11,11
Televisión	0	0,00
Periódico	0	0,00
Internet	0	0,00
Vallas publicitarias	0	0,00
Otras	0	0,00
Ninguno	16	88,89
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 9. Medios de comunicación que utiliza



El 88,89% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, que ellos no recurren a ningún medio de comunicación para comercializar su producción y el 11,11% que sí promociona su producción a través de medios de comunicación lo realiza por medio de una emisora radial.

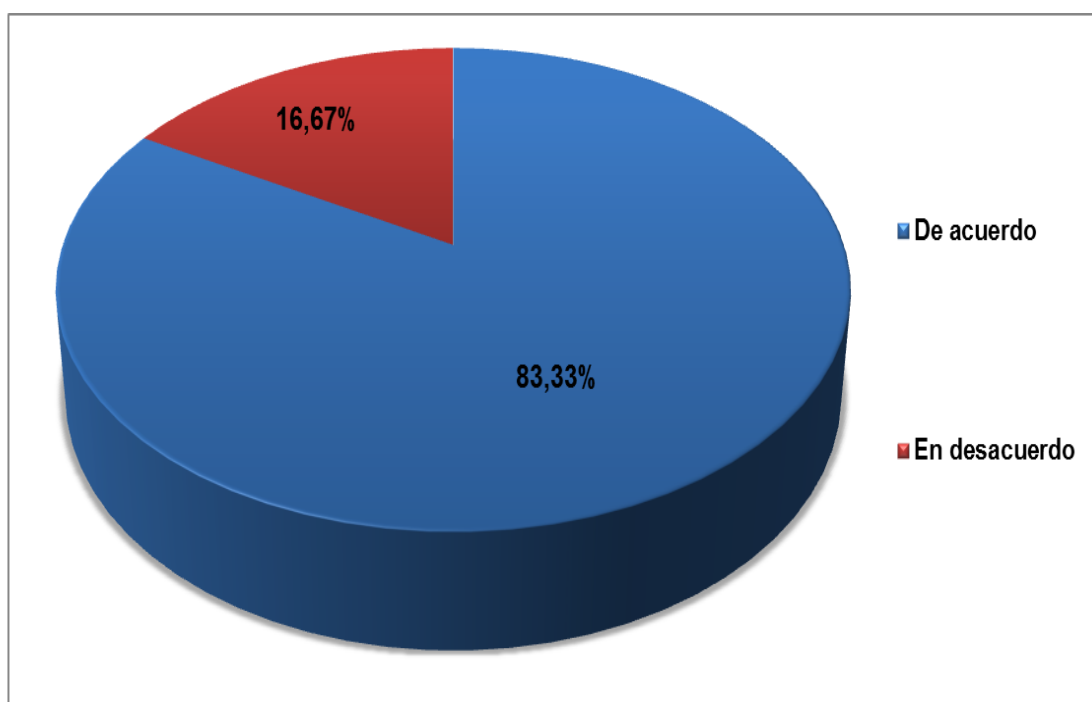
Pregunta 10. ¿Usted estaría de acuerdo que se cree una empresa extractora de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma?

Cuadro 10. Creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King

Opciones	Total	%
De acuerdo	15	83,33
En desacuerdo	3	16,67
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 10. Creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King



El 83,33% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, respondieron que ellos sí estarían de acuerdo con que se cree una empresa extractora de pulpa para este cultivo, porque de esta manera podrían comercializar directamente su producción y a través de un intermediario, un 16,67% no está de acuerdo.

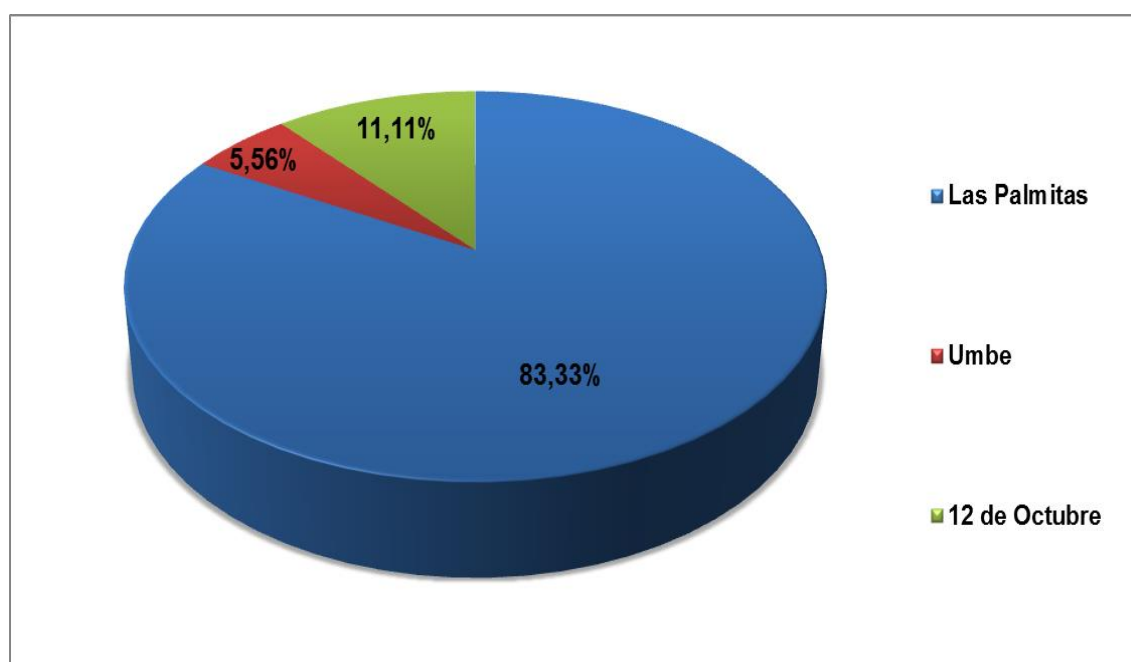
Pregunta 11. ¿En qué lugar le gustaría que esté ubicada la empresa extractora de mandarina King?

Cuadro 11. Lugar de ubicación de la empresa extractora

Opciones	Total	%
Las Palmitas	15	83,33
Umbe	1	5,56
12 de Octubre	2	11,11
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 11. Lugar de ubicación de la empresa extractora



El 83,33% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, desearían que la extractora de pulpa de mandarina este ubicada en el barrio Las Palmitas porque consideran que es un lugar de fácil y rápido acceso, el 11,11% opinó que se debería construir en al barrio 12 de Octubre y el 5,56% desearía que este ubicado en el barrio Umbe.

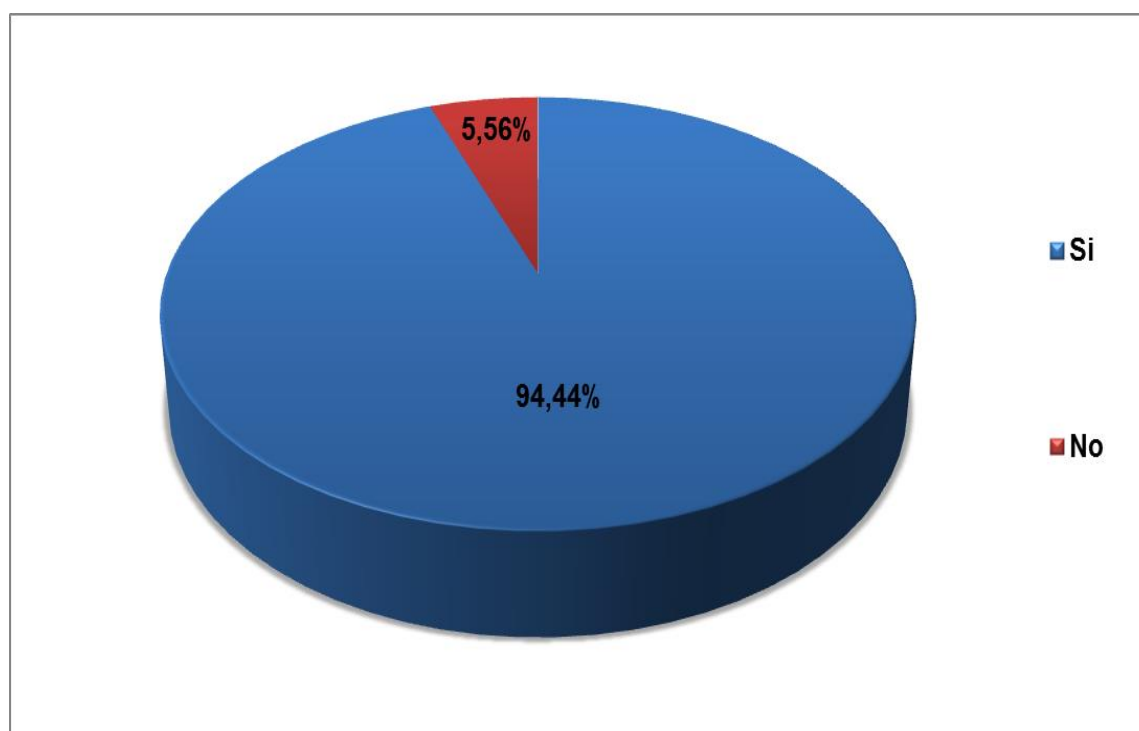
Pregunta 12. ¿Estaría usted dispuesto a vender toda su producción de mandarina King a la empresa extractora?

Cuadro 12. Venta de la producción de mandarina King

Opciones	Total	%
Si	17	94,44
No	1	5,56
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 12. Venta de la producción de mandarina King



El 94,4% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, manifestaron que ellos estarían dispuestos a vender toda su producción a la empresa extractora, mientras que el 5,56% opinó que no.

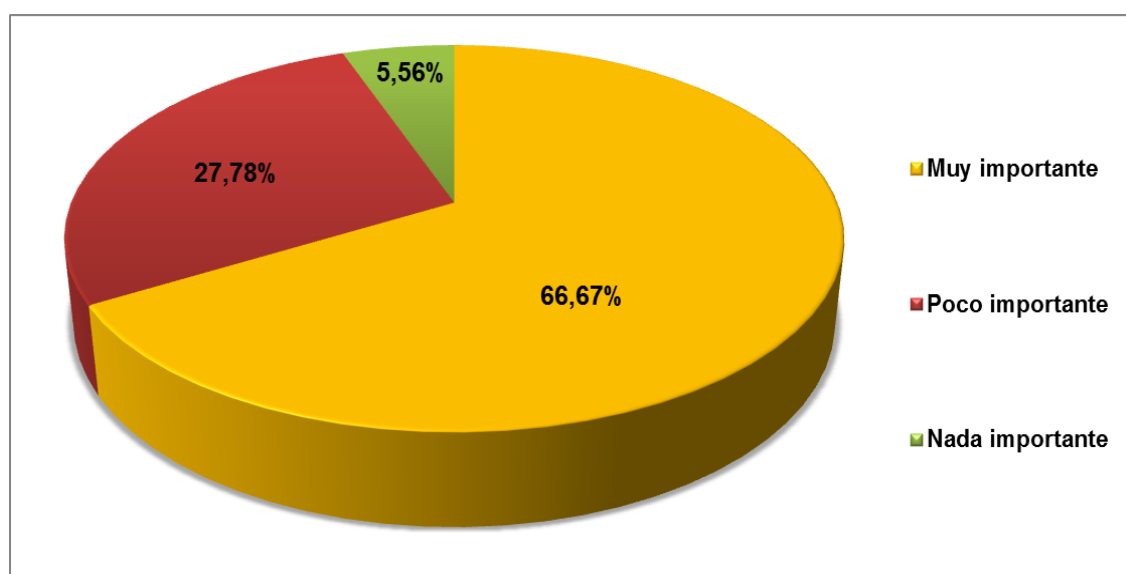
Pregunta 13. ¿Qué tan importante es para usted la creación de una empresa extractor de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma?

Cuadro 13. Importancia de la creación de una extractora de pulpa de mandarina King

Opciones	Total	%
Muy importante	12	66,67
Poco importante	5	27,78
Nada importante	1	5,56
Total	18	100

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Autora

Gráfico 13. Importancia de la creación de una extractora de pulpa de mandarina King



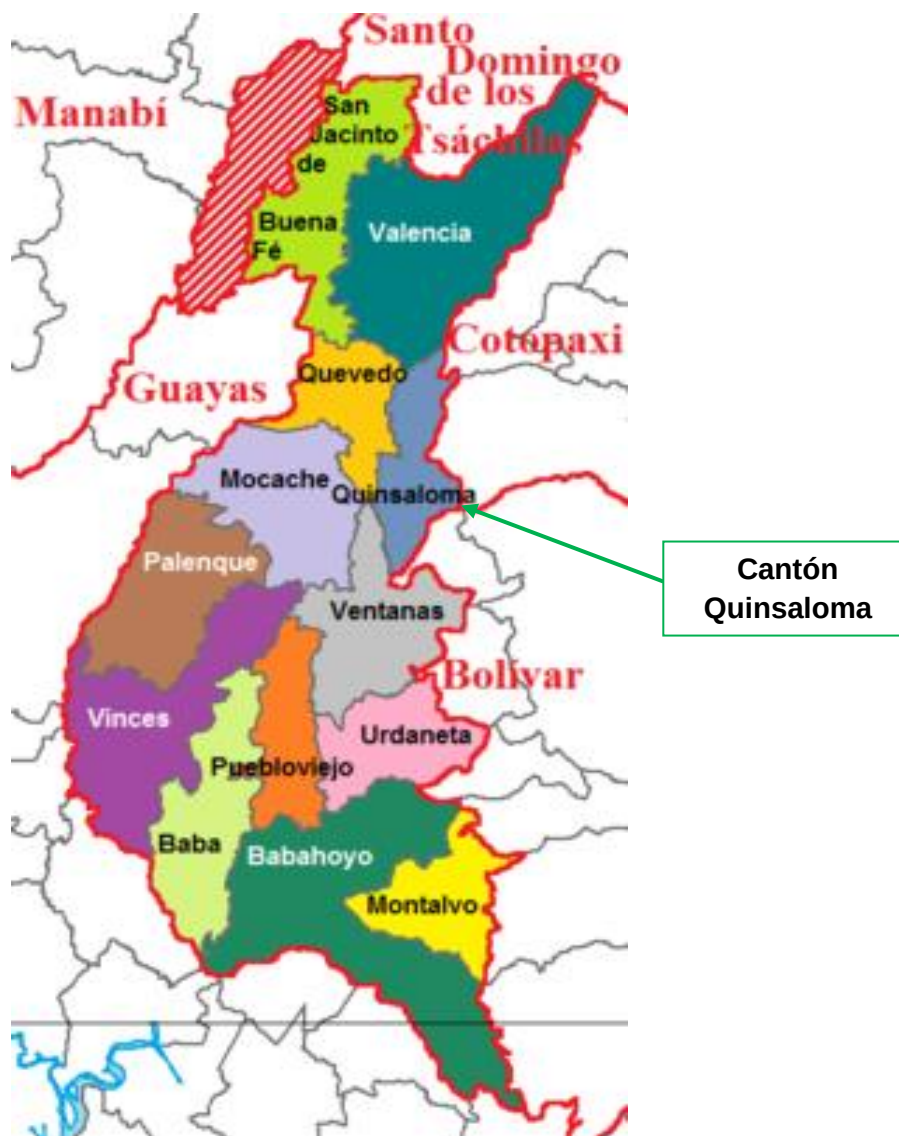
El 66,67% de los productores de mandarina King del Cantón Quinsaloma encuestados, respondieron que para ellos la creación de una empresa extractor de pulpa de mandarina en la localidad sería muy importante porque así comercializaría su producción de manera directa y podrían obtener algunos beneficios a través de la entidad, un 27,78% cree que es poco importante, y el 5,56% piensa que no es nada importante.

4.1.2. Estudio técnico

Para realizar adecuadamente las actividades de la empresa extractora de pulpa de mandarina King se presenta las siguientes características técnicas que son de gran importancia.

➤ **Macro-localización**

La empresa extractora de pulpa de mandarina King a nivel macro se encuentra ubicada en la Provincia de Los Ríos.



➤ **Micro-localización**

El presente proyecto estará ubicado específicamente en el Cantón Quinsaloma, en el sector las Palmitas.



➤ **Nombre de la empresa**

Para que los clientes nacionales e internacionales identifiquen plenamente a la empresa se eligió el siguiente nombre;

“DULCE MANDARINA”

➤ **Actividad de la empresa**

La empresa “Dulce Mandarina” se dedicará a la actividad de la compra, extracción y venta de pulpa de mandarina King dirigido al mercado nacional e internacional.

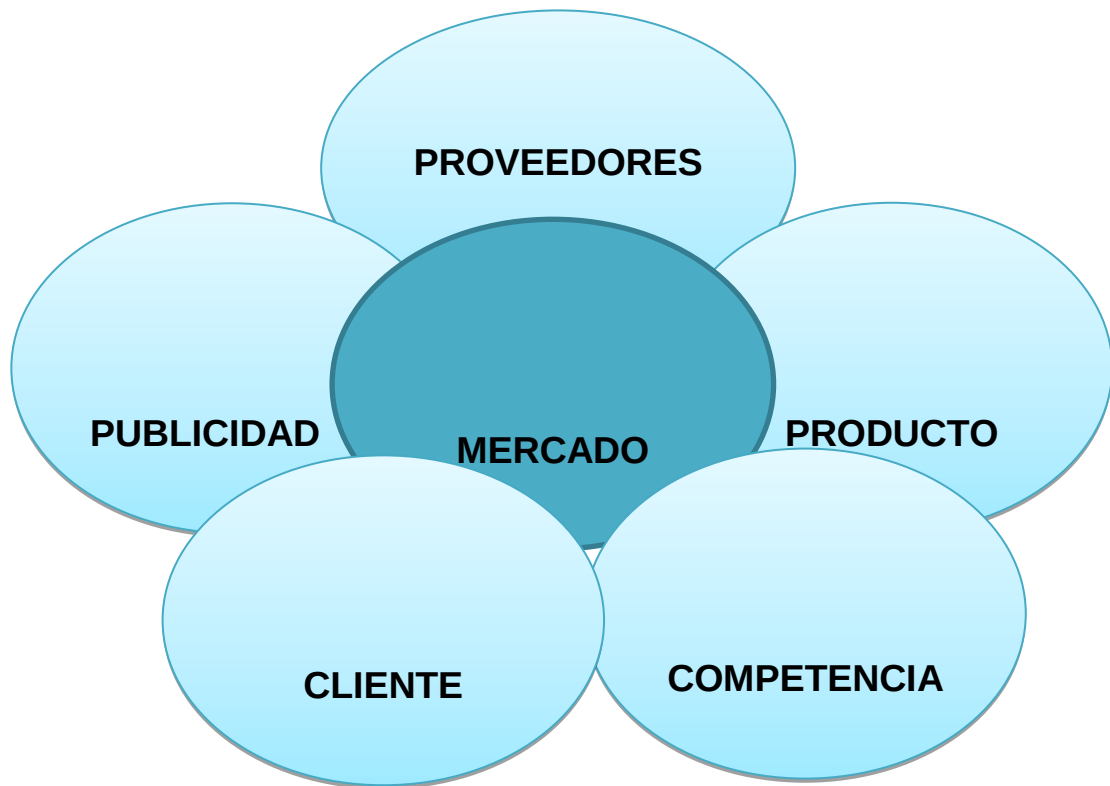
➤ **Logotipo**



➤ **Eslogan**

“Mandarina King la reina de las mandarinas”

4.1.2.1. Marketing mix



➤ Mercado

El mercado meta a quien se va a dirigir el extracto o la pulpa de mandarina King es Holanda a la empresa: **“Key Fruit S.L”** y Colombia a la empresa: **“Pelícanos”**, estos países son los principales compradores de concentrado de frutas a nivel general, puesto que se dedican a la elaboración de subproductos como jugos, aromáticos, productos de belleza entre otros. En Ecuador se comercializará el producto a las empresas; **“Latinoamericana de jugos”** y a la **“Oriental”**.

La transportación de la producción de mandarina King se la realizará mediante transporte terrestre desde la empresa extractora hasta el lugar de entrega que es el puerto hacia Holanda y a Colombia directamente en transporte privado.

➤ Proveedores

Los proveedores están conformados por los productores de la materia prima que es la mandarina King del Cantón Quinsaloma y por supuesto de todos aquellos que permiten la extracción de la pulpa.

Se comprará el 20% de la producción total de mandarina King

El total de productores son 18

Del Cantón Quinsaloma.

➤ Producto

La mandarina King posee vitamina C, potasio, carotenoides y otros nutrientes para reponer el líquido y los minerales después de una actividad física, su mayor componente es el agua.

➤ Competencia

La competencia de la empresa “DULCE MANDARINA” a nivel cantonal es “TROPIFRUTAS” y la “ORIENTAL”, quienes se dedican a extraer pulpa de mandarina King.

➤ Publicidad



• Página Web



- Trípticos



- Letreros y vallas publicitarias



➤ **Clientes**

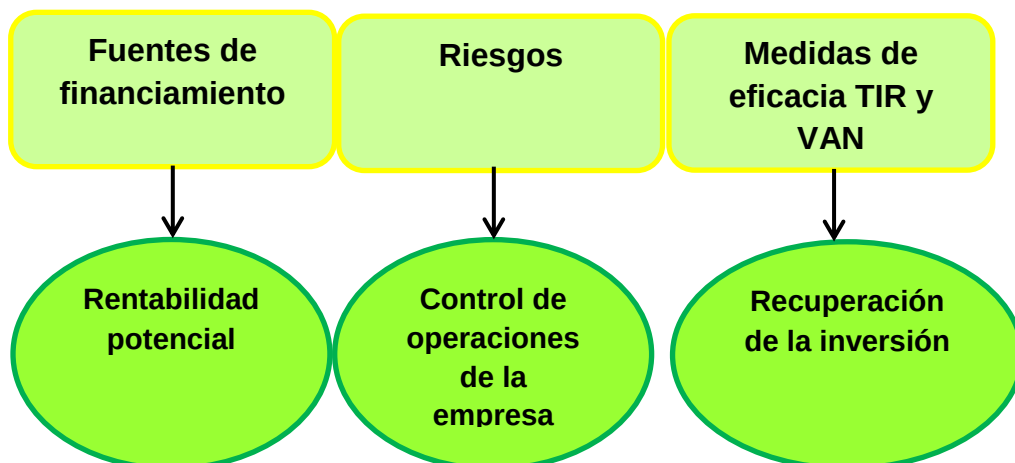
Los clientes constituyen la razón de ser de la empresa, es por ello que se buscará el mercado comprador, tanto nacional como internacional para empezar la actividad de extracción de la pulpa de mandarina King.

➤ **Canales de comercialización**

Los canales de comercialización que se emplea en la actividad de producción de mandarina son;

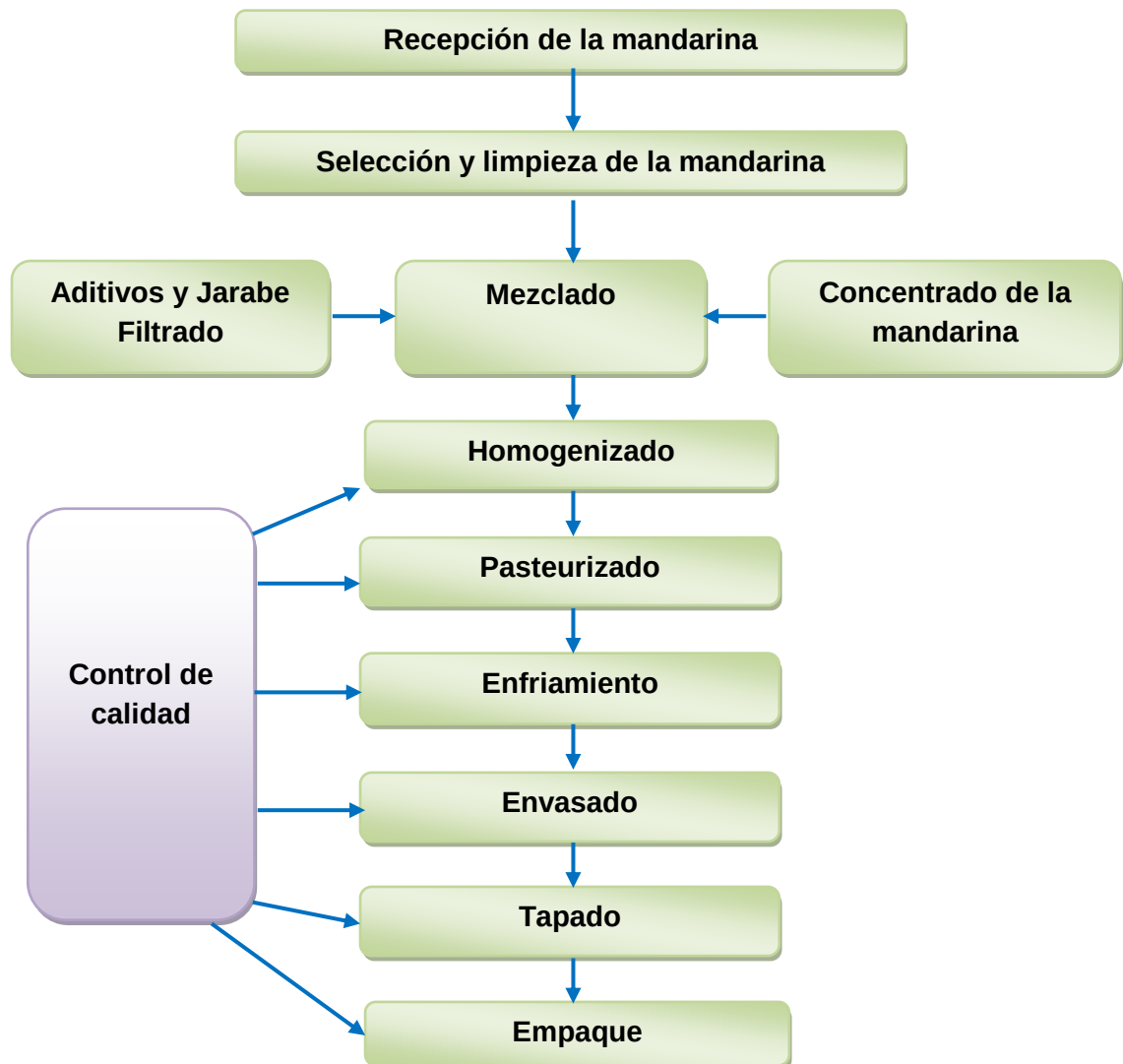
- ❖ Del productor a la empresa extractora (este es el que se va a emplear en este proyecto).
- ❖ Del productor al centro de acopio.
- ❖ Del productor al comerciante rural.
- ❖ Del productor al comerciante de mercado.
- ❖ Del productor al consumidor final.

➤ **Plan financiero**



➤ Proceso de producción

La extracción de la pulpa de mandarina King requiere del siguiente proceso para su efectividad.



➤ Impacto ambiental

Para mantener en un nivel bajo el impacto ambiental, la empresa extractora de mandarina King deberá contar con un sistema de tratamiento de desechos sólidos, esto implica manejar adecuadamente la cáscara del producto, contar con maquinarias en buenas condiciones mecánicas, limpiar constantemente las diversas áreas de procesamiento de la mandarina, etc. Toda empresa extractora de cualquier tipo de producto por pequeña que sea, siempre aportará a la contaminación ambiental, es por ello que el sistema de

eliminación de desechos sólidos es indispensable para mantener un equilibrio con la naturaleza.

4.1.3. Estudio económico – financiero

Cuadro 14. Inversión en la empresa extractora de pulpa de mandarina King

Descripción	Monto
Activos Fijos	404905,98
Terreno	58600,00
Construcciones	109894,00
Maquinaria, Equipo y Herramientas	145565,00
Equipo de Cómputo	18500,00
Equipamiento de seguridad	3350,00
Muebles y Enseres	7666,00
Útiles y Suministros de Oficina	930,98
Vehículo	60400,00
Activos Diferidos	10109,00
Documentación de constitución de la empresa	1840,00
Elaboración de la estructura organizacional	6787,00
Documentación de legalización del terreno	1482,00
Activos Corrientes	277350,00
Estudio de mercado, técnico y financiero	1210,00
Selección y capacitación del personal	2780,00
Sueldos del personal	238440,00
Publicidad	3960,00
Servicios Básicos	30960,00
Sub-Total	692364,98
Imprevistos 8%	55389,20
TOTAL ACTIVO	747754,18
Capital Disponible	400000,00
Fuente de Financiamiento externo	347754,78
TOTAL INVERSIÓN	\$747754,78

Elaborado por: Autora

Interpretación

De acuerdo con el presente cuadro, se puede observar que el total de inversión que se requiere para crear una empresa extractora de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma es de \$747.754,78 incluido el 8% que corresponde a imprevisto. Este tipo de empresas requiere este presupuesto porque se trabaja principalmente con clientes internacionales.

Cuadro 15. Adquisición de terreno

Descripción	Monto
Terreno para la instalación de la empresa	58600,00
Total	\$58600,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

La empresa para realizar sus actividades de manera ordenada y confiable requiere de \$58.600 en terreno, porque necesita desenvolverse en el área con toda comodidad.

Cuadro 16. Construcciones

Descripción	Monto
Oficinas generales	32200,00
Oficina administrativa	5400,00
Bodegas	5300,00
Garitas	2300,00
Baños	3545,00
Área de conferencias	2136,00
Área de producción	10000,00
Área de carga	18903,00
Área de desembarque	13560,00
Área de enfriamiento del producto	1200,00
Adecuar espacios verdes	2400,00
Área de lavado de mandarina	1960,00
Estacionamiento	1500,00
Cerramiento	5890,00
Construcciones y rellenos generales	3600,00
Total	\$109894,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

La inversión en construcciones para crear físicamente la empresa extractora de pulpa de mandarina King asciende a \$109.894,00

Cuadro 17. Maquinaria, Equipo y Herramientas

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Tanque para lavado de las frutas	1	28230,00	28230,00
Banda transportadora	1	23400,00	23400,00
Mesa de trabajo para corte	1	330,00	330,00
Mesa de envasado	1	320,00	350,00
Extractor de jugo	1	37230,00	37230,00
Tamizadora	1	19370,00	19370,00
Equipo bacteriológico y para medir los grados Brix.	1	1263,00	1263,00
Equipo de ajuste de zumos	1	18978,00	18978,00
Autoclave	1	3313,00	3313,00
Tanque de enfriamiento	1	2965,00	2965,00
Caldera para generar vapor	1	8456,00	8456,00
Cubetas de 50 litros	8	110,00	880,00
Caja de herramientas básicas	2	100,00	200,00
Caja de herramientas profesionales	2	300,00	600,00
Total			\$145565,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

En el presente cuadro se pone de manifiesto las maquinarias, equipos y herramientas que requiere la extracción de pulpa de mandarina, King, por considerarse como una actividad especial se planeó una inversión de \$145.565,00, la misma que cubrirá rubros como; tanque para lavado de frutas, banda transportadora, extractor de jugo, mesas de trabajo, caldera para generar vapor, entre otras de importancia que demanda la empresa para alcanzar el éxito deseado.

Cuadro 18. Equipo de Cómputo

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Computadoras	16	780,00	12480,00
Impresoras Epson	16	320,00	5120,00
Copiadora	1	900,00	900,00
Total			\$18500,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

El equipo de cómputo facilita las actividades administrativas, operativas y financieras internas, por ello el monto fijado es de \$18.500,00, esta área ayudará a mantener en orden el lugar y permitirá distribuir las actividades, funciones y responsabilidades a cada uno de los integrantes de la empresa.

Cuadro 19. Equipamiento de Seguridad

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Mandiles	30	19,00	570,00
Overoles	30	23,00	690,00
Cascos	30	18,00	540,00
Botas	30	25,00	750,00
Protectores	30	16,00	480,00
Gorros	30	2,00	60,00
Botiquín de primeros auxilios	2	130,00	260,00
Total			\$3350,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Toda empresa por muy pequeña o poco rentable que esta sea, debe disponer de equipamiento de seguridad para brindar protección al talento humano, es por ello que la inversión estimada para este rubro es de \$3.350,00

Cuadro 20. Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Escritorios	14	145,00	2030
Sillas de madera	15	31,00	465
Sillas plásticas	25	17,00	425
Mesas	14	47,00	658
Brilladora	1	390,00	390
Archivadores	4	69,00	276
Extintores	5	58,00	290
Sellos	6	6,00	36
Teléfonos	4	39,00	156
Sofá	3	582,00	1746
Accesorios decorativos	10	19,00	190
Cafetera	2	61,00	122
Cuadros	9	98,00	882
Total			\$7666,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

De acuerdo a los datos que podemos observar en el presente cuadro, se evidencia una inversión en muebles y enseres de \$7.666,00, esto a su vez facilitará las actividades que se llevarán a cabo en las instalaciones de la empresa extractora de pulpa de mandarina King, debido a que son indispensables en todo momento, brindado así la comodidad deseada, tanto a empleados, clientes como a visitantes en general, garantizando una atención de calidad y calidez.

Cuadro 21. Útiles y Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Resmas de papel	15	3,30	49,50
Lapiceros	46	0,27	12,42
Lápices	46	0,26	11,96
Basureros pequeños	7	3,20	22,40
Basureros grandes	11	27,00	297,00
Escobas	9	3,00	27,00
Trapeadores	6	4,00	24,00
Baldes	10	5,00	50,00
Recolectores de basura	8	2,75	22,00
Desinfectantes	8	13,00	104,00
Detergentes	8	7,00	56,00
Paquete de fundas para basura	11	3,00	33,00
Focos	20	2,00	40,00
Grapadora	8	3,00	24,00
Perforadora	8	3,00	24,00
Carpetas	45	0,36	16,20
Tijeras	4	2,50	10,00
CDS	25	0,70	17,50
Flash Memory	6	15,00	90,00
Total			\$930,98

Elaborado por: Autora

Interpretación

Los útiles y suministros de oficina ayudan a mantener aseado el lugar, facilitan el trabajo y permite mantener en orden los espacios físicos de cada una de las áreas que se encuentran en las instalaciones de la empresa extractora de pulpa de mandarina, pues debido a ello se estableció un monto de \$930,98 en esta cuenta.

Cuadro 22. Vehículo

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Camiones Hino 2011	2	30200,00	60400,00
Total			\$60400,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

En este cuadro observamos que la inversión para vehículo es de \$60.400,00, este monto se debe a que la empresa debe adquirir dos camiones Hino del año 2011, cuya finalidad es cargar la mandarina King desde el lugar de compra hasta las instalaciones para su debida extracción.

Cuadro 23. Documentación de constitución de la empresa

Descripción	Monto
Trámites de legalización y conformación de la empresa	1600,00
Permisos a la Súper de Compañías	240,00
Total	\$1840,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

La inversión en documentación que se requiere para realizar los trámites de constitución de la empresa extractora es de \$1.840,00.

Cuadro 24. Elaboración de la estructura organizacional

Descripción	Monto
Conformación de la empresa	3587,00
Elaboración de manuales y reglamentos internos	3200,00
Total	\$6787,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Para elaborar la estructura organizacional como; la conformación de la empresa, manuales y reglamentos internos se necesita un monto de \$6.787,00.

Cuadro 25. Documentación de legalización del terreno

Descripción	Monto
Legalización de escrituras	1482,00
Total	\$1482,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

La documentación de legalización del terreno en donde se establecerá la empresa extractora de pulpa de mandarina King tendrá una inversión de \$1.482,00

Cuadro 26. Estudio de mercado, técnico y financiero

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Estudio de mercado	1	420,00	420,00
Planificación técnica	1	310,00	310,00
Estudio financiero	1	480,00	480,00
Total			\$1210,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Para crear la empresa se requiere de del estudio de mercado, técnico y financiero, cuya inversión es de \$1.210,00.

Cuadro 27. Selección y capacitación del personal

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Convocatoria del personal	1	320,00	320,00
Reclutamiento y contratación	1	680,00	680,00
Capacitación del personal	2	890,00	1780,00
Total			\$2780,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Este cuadro muestra que la inversión para la selección y capacitación del personal para realizar las actividades de la empresa es de \$2.780,00

Cuadro 28. Sueldos del personal

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Gerente General	1	1800,00	21600,00
Subgerente	1	1300,00	15600,00
Secretaria	1	800,00	9600,00
Contadora	1	900,00	10800,00
Personal de oficina	3	680,00	24480,00
Jefe de talento humano	1	1000,00	12000,00
Jefe financiero	1	1000,00	12000,00
Jefe de producción	1	1000,00	12000,00
Jefe de comercialización	1	1000,00	12000,00
Jefe de marketing y publicidad	1	1000,00	12000,00
Jefe de control de calidad	1	1000,00	12000,00
Jefe de bodega	1	900,00	10800,00
Personal operativo y de producción	7	530,00	44520,00
Chofer	2	750,00	18000,00
Personal de aseo	2	460,00	11040,00
Total			\$238440,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Se puede observar en el presente cuadro que el monto de inversión estimado para sueldos y salarios asciende a \$238.440,00

Cuadro 29. Publicidad

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Monto
Página Web	1	670,00	670,00
Trípticos	1300	0,90	1170,00
Publicidad en radio y televisión	4	120,00	480,00
Publicidad en prensa escrita	5	80,00	400,00
Letreros y vallas publicitarias	4	310,00	1240,00
Total			\$3960,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

La publicidad es importante para hacer conocer al público la actividad productiva a la cual se dedica la empresa, al igual que los objetivos que persigue, pues para ello se estableció un monto de \$3.960,00.

Cuadro 30. Servicios básicos

Descripción	Monto mensual	Monto anual
Agua	300,00	3600,00
Luz	1800,00	21600,00
Internet	250,00	3000,00
Teléfono convencional	130,00	1560,00
Teléfono celular	100,00	1200,00
Total	2580,00	\$30960,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Los servicios básicos permiten realizar efectivamente las actividades laborales, es por ello que el monto anual estimado para este rubro es de \$30.960,00.

Cuadro 31. Fuentes de Financiamiento

Descripción	Monto
Socio 1	133.333,33
Socio 2	133.333,33
Socio 2	133.333,33
Entidad bancaria	347.754,78
Total	\$747.754,78

Elaborado por: Autora

Interpretación

La inversión estimada para crear la empresa extractora de pulpa es de \$747.754,00, de ese monto cada uno de los tres socios aportarán con \$133.333,33, mientras que la otra fuente de financiamiento es mediante préstamos bancarios de \$347.754,78.

Cuadro 32. Ingresos de la empresa

Descripción	Producción semanal	Producción mensual	Producción anual
Venta de pulpa de mandarina King	18782,00	75128,00	901536,00
Total			\$901536,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

En el presente cuadro se puede apreciar que los ingresos anuales producto de la venta de pulpa de mandarina King serán de \$901.536,00.

Cuadro 33. Producción de mandarina King

Descripción	Toneladas por semana	Toneladas por mes	Toneladas por año	Kilos por año
Mandarina King	3,43 tn.	13,72 tn.	164,64 tn.	164.640 kg.

Interpretación

La empresa extractora producirá alrededor de 164.640 kg. de mandarina King anualmente, es decir 164,64 toneladas de pulpa, demostrando así que semanalmente se estaría produciendo 3,43 toneladas.

Cuadro 34. Proyección de ingresos a cinco años

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de pulpa de mandarina King	901536,00	991689,60	1081843,20	1171996,80	1262150,40
Total					

Elaborado por: Autora

Interpretación

Los ingresos proyectados se obtuvieron de las ventas del primer año más el 10% del mismo monto, de ahí se fue incrementado hasta llegar al quinto año con \$1'262.150,00.

Cuadro 35. Costos de la empresa

Descripción	Costo anual
Costos Fijos	164880,00
<u>Sueldos</u>	164880,00
<u>Personal administrativo</u>	<u>140400,00</u>
Gerente General	21600,00
Subgerente	15600,00
Secretaria	9600,00
Contadora	10800,00
Jefe de talento humano	12000,00
Jefe financiero	12000,00
Jefe de producción	12000,00
Jefe de comercialización	12000,00
Jefe de marketing y publicidad	12000,00
Jefe de control de calidad	12000,00
Jefe de bodega	10800,00
<u>Personal de oficina</u>	<u>24480,00</u>
Costos Variables	292139,00
<u>Servicios básicos</u>	<u>30960,00</u>
Agua	3600,00
Luz	21600,00
Internet	3000,00
Teléfono convencional	1560,00
Teléfono celular	1200,00
<u>Personal operativo</u>	<u>73560,00</u>
Personal operativo y de producción	44520,00
Chofer	18000,00
Personal de aseo	11040,00
<u>Compra de mandarina</u>	<u>123000,00</u>
<u>Mantenimiento</u>	<u>17214,00</u>
<u>Combustible</u>	<u>9823,00</u>
<u>Fundas de polietileno</u>	<u>11200,00</u>
<u>Tambores</u>	<u>15820,00</u>
<u>Pallets</u>	<u>10562,00</u>
Total	\$457019,00

Elaborado por: Autora

Interpretación

Los costos fijos de la empresa son de \$164.880,00, mientras que los variables se estimaron en los \$292.139,00, dando un total de \$457.019,00.

Cuadro 36. Proyección de costos a cinco años

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	164880,00	181368,00	197856,00	214344,00	230832,00
Costos Variables	292139,00	321352,90	350566,80	379780,70	408994,60
Total	457019,00	502720,90	548422,80	594124,70	639826,60

Elaborado por: Autora

Interpretación

De igual manera que con los ingresos, la proyección de los costos se realizaron a cinco años, tomando en consideración un incremento del 10%, hasta llegar a los \$639.826,60 en el quinto año.

Cuadro 37. Depreciación anual

Descripción	Costo Unitario	Valor residual %	Inversión versus valor residual	Inversión menos valor residual	Años de vida útil	Depreciación anual
Construcciones	109894,00	10	10989,40	98904,60	20	4945,23
Maquinaria, Equipo y Herramientas	145565,00	10	14556,50	131008,50	10	13100,85
Equipo de Cómputo	18500,00	10	1850,00	16650,00	10	1665,00
Equipamiento de seguridad	3350,00	10	335,00	3015,00	7	430,71
Muebles y enseres	7666,00	10	766,60	6899,40	10	689,94
Vehículo	60400,00	10	6040,00	54360,00	5	10872,00
TOTAL						\$31703,73

Elaborado por: Autora

Interpretación

La depreciación anual producto de las construcciones, máquinas, equipo y herramientas, equipo de cómputo, equipamiento de seguridad, muebles y enseres y vehículo es de \$31.703,73

Cuadro 38. Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	ANOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	901536,000	991689,600	1081843,200	1171996,800	1262150,400
(-) Costo de venta	457019,00	502720,90	548422,80	594124,70	639826,60
Utilidad Bruta	444517,00	488968,70	533420,40	577872,10	622323,80
Gastos administrativos	140400,00	140400,00	140400,00	140400,00	140400,00
Gastos generales	2580,00	2580,00	2580,00	2580,00	2580,00
Gastos de constitución	14099,00	14099,00	14099,00	14099,00	14099,00
Gastos de venta	3960,00	3960,00	3960,00	3960,00	3960,00
Depreciación	31703,73	31703,73	31703,73	31703,73	31703,73
Total gastos en operación	192742,73	192742,73	192742,73	192742,73	192742,73
Utilidad Antes de Impuestos y Participación	251774,27	296225,97	340677,67	385129,37	429581,07
15% Participación a Trabajadores	37766,14	44433,89	51101,65	57769,40	64437,16
22% Impuesto a la Renta	55390,34	65169,71	74949,09	84728,46	94507,83
Utilidad Neta	158617,79	186622,36	214626,93	242631,50	270636,07
Utilidad Neta Acumulada	\$158617,79	\$345240,15	\$559867,08	\$802498,58	\$1073134,65

Elaborado por: Autora

Interpretación

De acuerdo con la información del estado de pérdidas y ganancias, se puede observar que la utilidad neta en el primer año es de \$158.617,79, en el segundo se incrementa a \$186.622,36 y para el quinto año, la utilidad de la empresa extractora de pulpa de mandarina King será de \$1'073.134,65.

Cuadro 39. Flujo de caja

Detalle	AÑOS					
	Inversión Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	0,00	901536,000	991689,600	1081843,200	1171996,800	1262150,400
Capital Disponible	400000,00					
Fuente de Financiamiento externo	347.754,78					
Total de ingresos		901536,00	991689,60	1081843,20	1171996,80	1262150,40
Costo de venta		457019,00	502720,90	548422,80	594124,70	639826,60
Gastos administrativos		140400,00	140400,00	140400,00	140400,00	140400,00
Gastos generales		2580,00	2580,00	2580,00	2580,00	2580,00
Gastos de constitución		14099,00	14099,00	14099,00	14099,00	14099,00
Gastos de venta		3960,00	3960,00	3960,00	3960,00	3960,00
Depreciación		31703,73	31703,73	31703,73	31703,73	31703,73
Total de egresos		649761,73	695463,63	741165,53	786867,43	832569,33
Flujo operacional		251774,27	296225,97	340677,67	385129,37	429581,07
15% Participación de Trabajadores		37766,14	44433,89	51101,65	57769,40	64437,16
22% Impuesto a la Renta		55390,34	65169,71	74949,09	84728,46	94507,83
Flujo después de Impuestos		158617,79	186622,36	214626,93	242631,50	270636,07
Inversión inicial	747.754,78					
Depreciación (+)		31703,73	31703,73	31703,73	31703,73	31703,73
Flujo de caja neto		190321,52	218326,09	246330,66	274335,23	302339,81
Flujo de caja acumulado		\$190321,52	\$408647,61	\$654978,28	\$929313,51	\$1231653,32

Elaborado por: Autora

Interpretación

Según el presente cuadro se obtuvo como flujo de caja neto en el primer año de \$190.321,52, en el segundo incrementa a \$218.326,09 y en el quinto año llega a los \$302.339,81.

Cuadro 40. Flujo de caja acumulado a cinco años

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo caja neto	- 717.103,78	526.782,26	218.326,09	246.330,66	274.335,23	302.339,81
Flujo caja acumulado	717.103,78	190.321,52	408.647,61	654.978,28	929.313,51	1.231.653,32

Elaborado por: Autora

Interpretación

Luego de haber calculado el flujo de caja neto, se calculó el acumulado, dando un total de \$190.321,52 en el primer año, y para el quinto de \$1'231.563,32.

Cuadro 41. Relación Beneficio Costo

Años	Ingreso total	Costo total	Relación B/C
1	\$901536,00	\$457019,00	\$1,97
2	\$991689,60	\$502720,90	\$1,97
3	\$1081843,20	\$548422,80	\$1,97
4	\$1171996,80	\$594124,70	\$1,97
5	\$1262150,40	\$639826,60	\$1,97

Elaborado por: Autora

Interpretación

Luego de haber realizado los cálculos de los costos, gastos, ingresos, inversión, estado de resultados y estado de flujo de efectivo, se calculó la Relación Beneficio Costo, dando un total de \$1,97 en los cinco años, lo que significa que la empresa extractora de pulpa de mandarina por cada dólar que invierta recupera 0,97 centavos, demostrando que el proyecto es económicamente rentable.

Cuadro 42. Recuperación de la inversión

Descripción	Cantidad
Tasa o valor residual (5 años)	15%
Tasa interna de retorno (5 años)	38%
Valor actual neto (5 años)	\$371.190,47
Recuperación de la inversión	4 ^{to} año

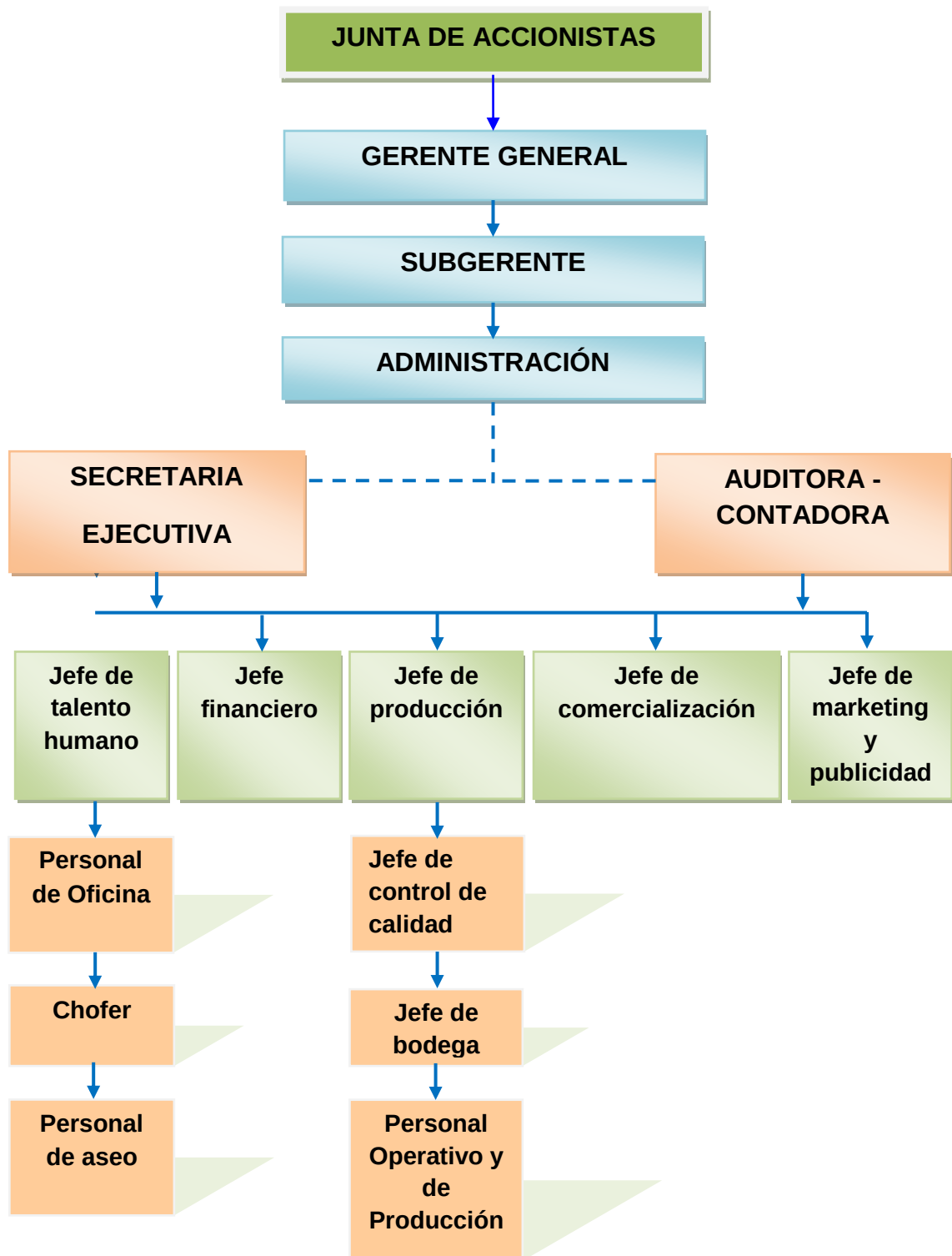
Elaborado por: Autora

Interpretación

Una vez realizado el cálculo del flujo de caja acumulado se determinó la recuperación de la inversión, la misma que a partir del cuarto año se hará efectivo, a un valor residual de 15%, mediante la cual se obtuvo la tasa interna de retorno de 38% y un valor actual neto de \$371.190,47.

4.1.4. Bases organizacionales para la creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma

➤ Organigrama estructural



➤ **Niveles jerárquicos**

Alto

En el nivel alto están los siguientes;

- ❖ Gerente
- ❖ Subgerente

Medio

Mientras que en el nivel medio tenemos a;

- ❖ Secretaria
- ❖ Contadora
- ❖ Jefe de talento humano
- ❖ Jefe financiero
- ❖ Jefe de producción
- ❖ Jefe de comercialización
- ❖ Jefe de marketing y publicidad.
- ❖ Jefe de Control de calidad
- ❖ Jefe de Bodega

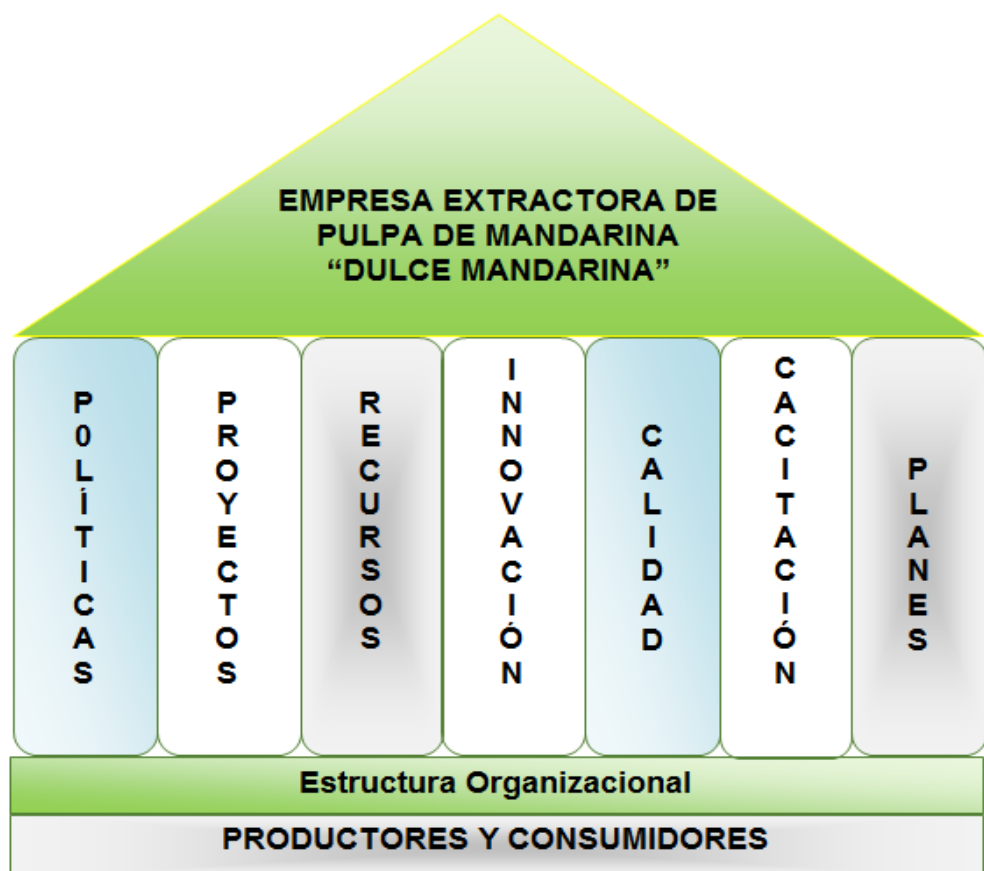
Bajo

- ❖ Personal de oficina
- ❖ Personal de aseo
- ❖ Chofer
- ❖ Personal operativo y de producción

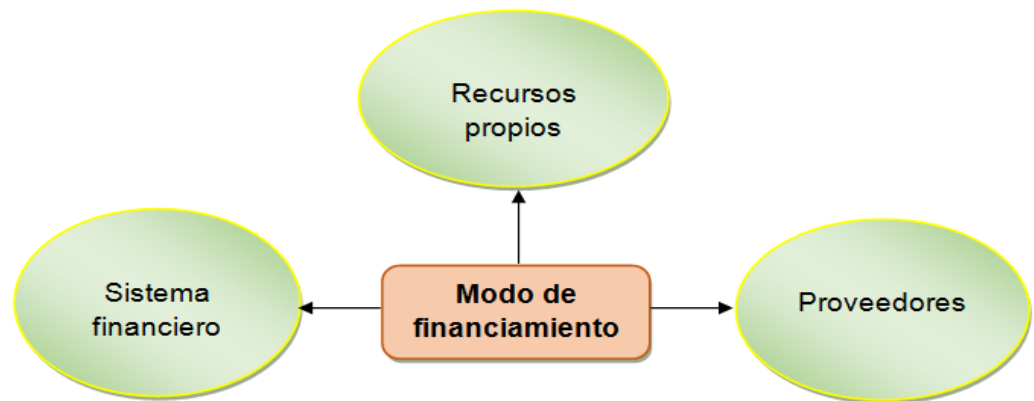
➤ **Funciones administrativas**



➤ **Fortaleza empresarial**



➤ **Fuentes de financiamiento**



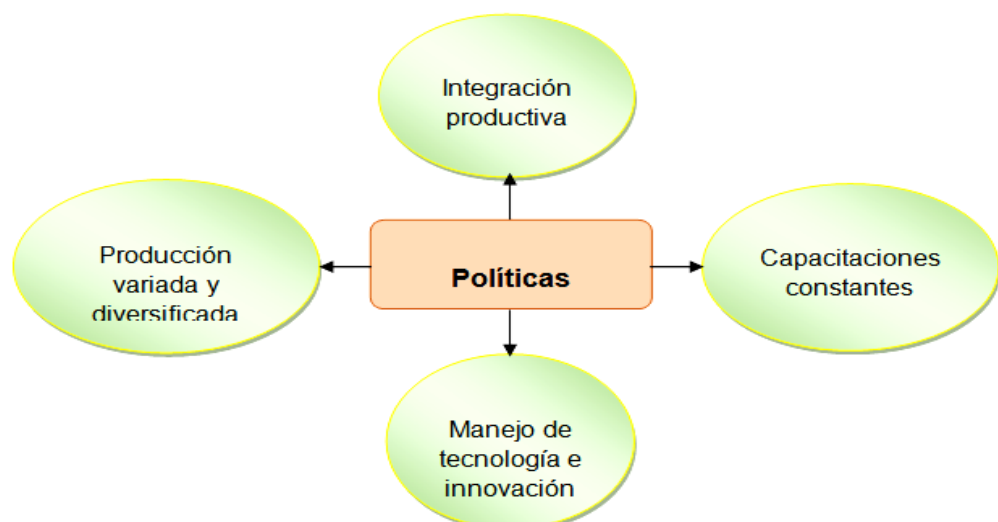
➤ **Misión**

Brindar un producto de calidad a los clientes nacionales e internacionales, además de aportar al desarrollo de los productores del Cantón Quinsaloma, proteger el medioambiente y alcanzar el éxito deseado.

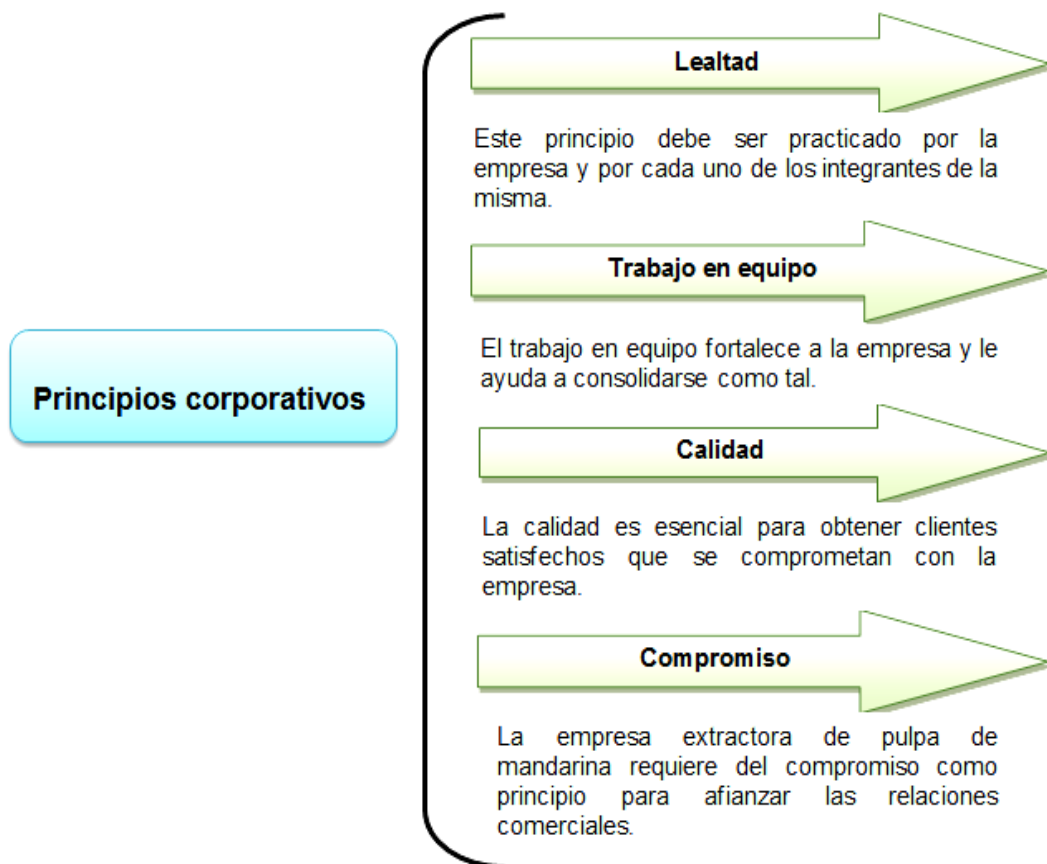
➤ **Visión**

Posicionar la marca en el mercado y llegar a ser la principal empresa extractora de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma y alcanzar los objetivos deseados para crecer empresarialmente.

➤ **Políticas**



➤ **Principios corporativos**



4.2. Discusión

Luego de haber presentado el desarrollo de cada uno de los objetivos propuestos se presentan varios puntos de vista de autores quienes han hecho estudios científicos referentes al presente tema como; “Plan de negocios para la creación de una empresa de extracción y comercialización de pulpa de mandarina King (*Citrus nobilis*) en el Cantón Quinsaloma, Provincia de Los Ríos año 2014”.

De acuerdo con **Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009)**, el plan de negocio puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.

Según **Gómez, W. (2012)**, el estudio financiero es la inversión, la proyección de los ingresos y los gastos y la forma de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su elaboración y de su operación, considerando que el estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles.

Se concuerda con el autor antes mencionado porque el presente trabajo sobre el plan de negocios para la creación de una empresa extractora de pulpa de mandarina King, contiene variables principales que permiten hacer realidad el proyecto planteado como; estudio de mercado, técnico, financiero y las bases organizacionales.

En esta investigación del plan de negocios se realizó un estudio económico financiero a fin de identificar factores como la inversión, por lo que esta actividad requiere de \$747.754,78, mientras que los costos en el primer año se establecieron en un monto de \$457.019,00, los ingresos de \$901.536,00 y la utilidad esperada de \$158.617,79, por supuesto que debemos tomar en cuenta que el período de recuperación de la inversión será en el cuarto año.

Guerrero, G. & Pérez, M. (2009), manifiesta que desde un punto de vista macro, todas las funciones de comercialización deben ser desempeñadas por alguien, pero desde un punto de vista micro, no todas las empresas deben ejecutar la totalidad de las funciones. Además, no todos los bienes y servicios exigen todas las funciones en cada una de las etapas de su producción.

Los resultados de la presente investigación permitieron resaltar los aspectos importantes que permitirán poner en marcha la actividad de la extracción de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma. Dentro de estas variables tenemos el organigrama estructural, misión, visión, políticas, principios corporativos, estudio de mercado aplicado a los principales productores de mandarina del sector, estudio técnico, el mismo que contiene la macro, micro, logotipo y otros aspectos de consideración. Toda la información obtenida contribuye a que el proyecto propuesto tendrá la acogida necesaria y la rentabilidad esperada, además se aprovechará la calidad y cantidad productiva de este cultivo.

4.2.1. Aprobación y/o disprobación de la hipótesis

En esta investigación se logró comprobar la aceptación o rechazo de las hipótesis propuestas para la puesta en marcha del proyecto.

La elaboración de un plan de negocios ayudó a crear una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma. En efecto esta hipótesis disipó las dudas respecto a la implementación de esta actividad, pues la investigación demostró que el plan de negocios si ayudó a determinar las variables del proyecto, por ello se acepta la hipótesis.

Un diagnóstico situacional estableció el nivel productivo, oferta y demanda de mandarina King en el Cantón Quinsaloma. La investigación demostró que los productores tienen suficiente producción y están dispuestos a vender a la empresa extractora y que existen compradores que requieren de la pulpa, especialmente el mercado internacional. Esta hipótesis se aprueba.

El estudio técnico y económico financiero determinó las variables adecuadas para llevar a cabo el proyecto. Sin duda alguna con esta investigación se identificaron los ingresos, costos, egresos y utilidad del proyecto, esta hipótesis queda confirmada.

El diseño de las bases organizacionales permitió crear efectivamente una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma. En este trabajo se presentan los puntos favorables que permitan iniciar el proyecto, es por ello que la hipótesis propuesta se la acepta.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ✓ El nivel productivo de mandarina King para empezar la actividad de extracción es de 164.640 kg. anuales, lo que transformado en toneladas da un total de 164,64 tn. Debido a que se aprovechará la materia prima del sector. El estudio de mercado demostró que productores de este cítrico King del Cantón Quinsaloma tienen más de tres años cultivando este producto en una extensión de cuatro a seis hectáreas, los productores venden la fruta a los comerciantes rurales, un gran porcentaje de productores consideran que las ventajas de sembrar mandarina King son los bajos costos y las desventajas son los precios variables, en su mayoría consideran que debe crearse una empresa extractora en la zona y que las instalaciones estén ubicadas en el sector Las Palmitas.
- ✓ El estudio técnico demostró los factores como la macro y micro-localización de la empresa extractora de pulpa de mandarina, de igual manera se diseñó el logotipo, se describieron las características principales de la actividad comercial como; proveedores, clientes, canales de comercialización y el proceso de producción. En cuanto al estudio económico se planeó una inversión de \$747.754,78, lo cual gran parte de ello lo financiarán los tres socios con \$133.333,33 y los \$347.754,78 mediante préstamos bancarios, se estima ingresos de \$901.536,00 y una utilidad de \$158.617,79, la inversión se la recuperará en el cuarto año, mientras que la TIR es del 38%, el VAN de \$371.190,47 con una tasa de referencia del 15% y una relación beneficio costo de \$1,97%.
- ✓ Las bases organizacionales permiten llevar a cabo la creación de una empresa que extraiga y comercialice pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma, dentro de las cuales tenemos; organigrama estructural, niveles jerárquicos, funciones administrativas, fortaleza empresarial, misión, visión, políticas y principios corporativos.

5.2. Recomendaciones

- ✓ Aprovechar el nivel productivo de la mandarina King del cantón Quinsaloma, pues permite a la empresa extractora incursionar las actividades con éxito en el mercado, además de ser un aporte a la economía de la zona, porque los beneficiarios de este proyecto serán los productores, los habitantes del lugar y los integrantes de dicha entidad.
- ✓ Considerar la creación de la empresa extractora de mandarina King en el Cantón Quinsaloma por parte de las empresas inversionistas, porque de acuerdo con el estudio técnico y financiero, esta actividad es económicamente rentable, además se aprovecharía la producción de este cultivo en la zona.
- ✓ Establecer las bases organizacionales al inicio de la actividad comercial, porque esto permitirá enfocarse hacia el logro de objetivos planteados, puesto que para ingresar y mantenerse en el mercado nacional e internacional es preciso tener una adecuada administración.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

Constitución del Ecuador. (2008). Publicada en el Registro Oficial No. 449 20 de octubre de 2008.

Cabrerizo Dumont, M. & Naveros Arrabal, J. (2009). *Plan de negocio.* Editorial Vértice.

Delgado González, S. (2008). *Contabilidad general y tesorería.* Editorial Paraninfo.

García Lorenzo, R. & Velar Martín, L. (2009). *Análisis de los estados contables en el nuevo PGC 2008.* ESIC Editorial.

Gil Estallo, M. & Giner de la Fuente, F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa.* ESIC Editorial.

Gómez, W. (2012). *Prácticas empresariales.* ECOE Ediciones.

Guerrero, G. & Pérez, M. (2009). *Procedimiento para el proceso de comercialización en cadenas de tiendas.* Editorial EUMED.

Mogens Thompson. (2009). *El plan de negocios dinámico.* Thomsen Business Information.

Muñiz González, L. (2010). *Planes de negocio y estudio de viabilidad: Software con casos prácticos y herramientas para elaborar DAFO y evaluar un plan de viabilidad.* Profit Editorial.

Rosales Posas, R. (2007). *La formulación y la evaluación de proyectos con énfasis en el sector agrícola.* Editorial EUNED.

Sánchez, P. (2012). *La empresa (comunicación y atención al cliente)*. Editorial Editex.

6.2. Linkografía

Arbolesornamentales.com (2013). “*Mandarina King (Citrus nobilis)*”. Extraída el 14/09/2014 desde <http://www.arbolesornamentales.es/Citrusreticulata.htm>

Congreso Nacional (1999). “*Ley de compañías* Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999”. Extraída el 14/09/2014 desde http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Empresas.US (2009). “*Nivel de producción y capacidad productiva*”. Extraída el 15/09/2014 desde <http://www.empresas.us/directorio/asesoramiento/nivel-de-produccion-y-capacidad-productiva/>

González Sánchez, G. (2013). “*Manual de funciones*”. Extraída el 14/09/2014 desde <http://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definici3b3n-del-manual-funciones.pdf>

CAPÍTULO VII

ANEXOS

**Anexo 1. Formulario de encuesta a productores de mandarina King del
Cantón Quinsaloma**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

Encuesta N° _____
Fecha: _____

Encuestado: _____

1. ¿Desde hace qué tiempo viene produciendo mandarina King?

- Un año..... ☐
Dos años..... ☐
Tres años..... ☐
Más de tres años.. ☐

2. ¿Cuántas hectáreas de mandarina King tiene sembradas?

- De 1 -3 hectáreas..... ☐
De 4-6 hectáreas..... ☐
De 7-9 hectáreas..... ☐
De 10-12 hectáreas..... ☐
Más de 12 hectáreas... ☐

3. ¿A través de qué vías usted comercializa su producción de mandarina King?

- Centros de acopio..... ☐
Empresas extractoras..... ☐
Comerciante rural..... ☐
Comerciante de mercado... ☐
Consumidor final..... ☐

4. ¿Cuánto invierte en la producción anual de mandarina?

- De \$500 a \$1000 ☐ De \$1001 a \$1500 ☐ De \$1501 a \$2000 ☐
De \$2001 a \$2500 ☐ De \$2501 a \$3000 ☐ Más de \$3000 ☐

5. ¿Qué utilidad genera la venta de mandarina King anualmente?

De \$1000 a \$1500 ☐ De \$1501 a \$2000 ☐ De \$2001 a \$2500 ☐
De \$2501 a \$3000 ☐ De \$3001 a \$3500 ☐ Más de \$3500 ☐

6. ¿Cuáles son las ventajas de sembrar mandarina King?

Bajos costos de producción..... ☐
Fácil comercialización..... ☐
Alta demanda..... ☐

7. ¿Cuáles son las desventajas de sembrar mandarina King?

Costos de venta variables..... ☐
Presencia de plagas y enfermedades..... ☐
Producción anual..... ☐

8. ¿Utiliza medios de comunicación para promocionar el producto?

Si.... ☐
No... ☐

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza?

Radio..... ☐
Televisión..... ☐
Periódico..... ☐
Internet..... ☐
Vallas Publicitarias..... ☐
Otras..... ☐
Ninguno..... ☐

10. ¿Usted estaría de acuerdo que se cree una empresa extractora de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma?

De acuerdo..... ☐
En desacuerdo.. ☐

11. ¿En qué lugar le gustaría que esté ubicada la empresa extractora de mandarina King?

Las Palmitas..... ☐
Umbe..... ☐
12 de Octubre.... ☐

12. ¿Estaría usted dispuesto a vender toda su producción de mandarina a la empresa extractora?

Si.... ☐

No... ☐

13. ¿Qué tan importante es para usted la creación de una empresa extractor de pulpa de mandarina King en el Cantón Quinsaloma?

Muy importante.... ☐

Poco importante... ☐

Nada importante.. ☐

Anexo 2. Fotos del trabajo de campo





