



Universidad Laica VICENTE ROCAFUETE de Guayaquil

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

Carrera: Economía

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de

ECONOMISTA

TEMA:

” DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES SOCIO – ECONÓMICOS PARA EL MICRO
EMPREDIMIENTO DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA EN LA COMUNA
CHARQUIYACU, DEL CANTÓN CALUMA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR”

AUTORA:

ANGÉLICA ALEJANDRA MUNOZ FRANCO

TUTOR:

ECON. LUIS LANDY CAMPOS

GUAYAQUIL – ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Guayaquil, Octubre del 2016

Yo, Angélica Alejandra Muñoz Franco declaro bajo juramento que la autoría del presente Trabajo de Titulación me corresponde totalmente y me responsabilizo con los Criterios y Opiniones Científicas, que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada por mí.

De la misma manera, cedo los derechos de autor a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, en su Reglamento y Normativa Institucional vigente.

Angélica Alejandra Muñoz Franco
C.I:092284406

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE LA TESIS

Guayaquil, Octubre del 2016

Certifico que el Trabajo de Titulación: **“DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES SOCIO – ECONÓMICOS PARA EL MICRO EMPRENDIMIENTO DE LOS PRODUCTORES DE LA NARANJA EN LA COMUNA CHARQUIYACU, DEL CANTÓN CALUMA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR”**, ha sido elaborado por la egresada: **Angélica Alejandra Muñoz Franco**, como requisito previo a la obtención del título de Economista.

Econ. Luis Landy Campos. MCE
C.I. 0600903389

URKUND



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES SOCIO-ECONÓMICOS PARA EL MICROEMPENDIMIENTO DE LOS PRODUCTORES DE LA NARANJA EN LA COMUNA CHARQUIYACU, DEL CANTÓN CALUMA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR.

AUTOR/ES:

Angélica Alejandra Muñoz Franco

REVISORES:

Econ.Luis Landy Campos

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

Ciencias Sociales Y Derecho

CARRERA: Economía

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 101

ÁREAS TEMÁTICAS:

Comuna Charquiycu Del Cantón Caluma, Perteneciente a la Provincia De Bolívar.

PALABRAS CLAVE:

Comunero, Producción, Comercialización.

RESUMEN:

El estudio realizado analizó al sector productor de la naranja en el Cantón Caluma, con acercamientos directos a cada uno de los productores, e investigando bibliografía importante para fortalecer y profundizar los conocimientos acerca de esta actividad, y de esta manera poder plantear las conclusiones y recomendaciones que direccionen la optimización de los procesos de quienes inician la cadena de producción de naranja, que son en la actualidad los menos beneficiados.

El desarrollo del trabajo se inició mediante la identificación y planteamiento del problema, el

cual nace ante la situación social y económica decadente que viven los pobladores de la Comuna Charquiyacu, el cual nace de un proceso deficiente en la producción y comercialización de naranja que no permite mejorar las condiciones de vida de los pobladores de la Comuna.

Los resultados de la investigación de campo permitieron tener una idea clara de la realidad del sector, y la rentabilidad proporcionada de la producción de naranja. Por lo que es necesario realizar convenios con las Instituciones Financieras del Estado que permitan realizar microcréditos sin tanta dificultad para de esta manera mejorar la producción y comercialización de sus productos, así como también realizar acuerdos y capacitaciones con el Centro de Salud del Cantón Caluma que les proporcionen educación sexual y planificación Familiar, Incentivar a la construcción de escuelas cercanas al sector que permitan a la nueva generación de los habitantes de la Comuna Charquiyacu mejorar sus niveles de estudio.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input checked="" type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: Angélica Alejandra Muñoz Franco	Teléfono: 0983347073	E-mail: angelica_mf@hotmail.es
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN DECANO MSC. MONICA LEORO LLERENA ECONOMIA	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR ECONOMIA EXT229	
	E-mail: wvillavicencios@ulvr.edu.ec rmedina@ulvr.edu.ec agabinon@ulvr.edu.ec mleorol@ulvr.edu.ec gmarriottz@ulvr.edu.ec	

DEDICATORIA

La realización de este proyecto se la dedico de manera especial a mi adorada madre, la Dra. Lérica Franco Cabrera; mi ejemplo a seguir, mi pilar fundamental y mi fuente de inspiración.

Sin ti este logro no sería posible, porque siempre llevo presente que “Con esfuerzo, dedicación y perseverancia podré conseguir todos mis objetivos propuestos”.

Gracias por todos los valores inculcados, por la formación infundida y el inmenso amor proporcionado, gracias a ti soy quien soy.

Así como también, el apoyo incondicional durante este largo camino, los consejos dados cuando declinaba y la incalculable paciencia en los momentos oportunos que hicieron que este logro sea tuyo.

Con todo mi amor, tu hija.

ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

AGRADECIMIENTO

Uno de los valores más importantes que me inculcaron mis padres es la gratitud, para lo cual debo expresar mi agradecimiento eterno a Dios por haberme permitido lograr una de mis metas más anheladas proporcionándome fortaleza, sabiduría y paciencia.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y de manera especial al Economista Luis Landy Campos por su gran esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, paciencia, colaboración y acertada orientación ha logrado en mí que pueda culminar este trabajo de investigación con éxito.

A mis queridos padres por su guía, ayuda diaria y valores inculcados en este largo camino, los cuales me han permitido lograr este objetivo tan anhelado. Y de manera especial a mi novio, por animarme a seguir adelante a pesar de las adversidades, su paciencia, inmenso amor y apoyo incondicional son el reflejo de este objetivo tan anhelado.

Y por último a mi familia y amigos quienes con sus múltiples consejos e ideas aportaron de una u otra manera en el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio realizado analizó al sector productor de la naranja en el Cantón Caluma, con acercamientos directos a cada uno de los productores, e investigando bibliografía importante para fortalecer y profundizar los conocimientos acerca de esta actividad, y de esta manera poder plantear las conclusiones y recomendaciones que direccionen la optimización de los procesos de quienes inician la cadena de producción de naranja, que son en la actualidad los menos beneficiados.

El desarrollo del trabajo se inició mediante la identificación y planteamiento del problema, el cual nace ante la situación social y económica decadente que viven los pobladores de la Comuna Charquiyacu, el cual nace de un proceso deficiente en la producción y comercialización de naranja que no permite mejorar las condiciones de vida de los pobladores de la Comuna.

Los resultados de la investigación de campo permitieron tener una idea clara de la realidad del sector, y la rentabilidad proporcionada de la producción de naranja. Por lo que es necesario realizar convenios con las Instituciones Financieras del Estado que permitan realizar microcréditos sin tanta dificultad para de esta manera mejorar la producción y comercialización de sus productos, así como también realizar acuerdos y capacitaciones con el Centro de Salud del Cantón Caluma que les proporcionen educación sexual y planificación Familiar, Incentivar a la construcción de escuelas cercanas al sector que permitan a la nueva generación de los habitantes de la Comuna Charquiyacu mejorar sus niveles de estudio.

PALABRAS CLAVE:

Comunero, Producción, Comercialización.

ABSTRACT

The study analyzed the orange production sector in the Canton Caluma, with direct approaches to each of the producers, and investigating important bibliography to strengthen and deepen the knowledge about this activity, and in this way to be able to formulate the conclusions and recommendations That direct the optimization of the processes of those who start the orange production chain, who are currently the least benefited.

The development of the work was initiated by identifying and approaching the problem, which arises from the decadent social and economic situation of the inhabitants of the Charquiyacu Commune, which is born of a poor process in the production and marketing of orange that does not allow To improve the living conditions of the inhabitants of the Commune.

The results of the field research allowed to have a clear idea of the reality of the sector, and the provided profitability of orange production. Therefore it is necessary to make agreements with the State Financial Institutions that allow microcredit to be made without so much difficulty in order to improve the production and marketing of its products, as well as to make agreements and training with the Canton Caluma Health Center that Provide sexual education and family planning, Encourage the construction of schools close to the sector that allow the new generation of the inhabitants of the Charquiyacu Commune to improve their levels of study.

KEYWORDS:

Comunero, Production, Marketing.

ÍNDICE

PORTADA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
URKUND	IV
REPOSITORIO	V
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	IX
ABSTRACT	X
ÍNDICE	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 TEMA	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.5 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.7 OBJETIVO GENERAL	14
1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.9 PLANTEAMIENTOS HIPOTÉTICOS	15
CAPÍTULO II	17
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 ESTADO DE ARTE.	17
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	36
2.3 MARCO CONCEPTUAL	47
2.4 MARCO LEGAL	63

CAPÍTULO III	72
MARCO METODOLÓGICO	72
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	72
3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	73
3.3 MÉTODOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	73
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	75
3.5 LAS VARIABLES Y SU OPERACIONALIDAD	78
3.6 ANÁLISI Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	79
3.7 POSIBLE SOLUCIÓN AL PROBLEMA	93
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA	98

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 1: POBLACIÓN DE COMUNA CHARQUIYACU	75
TABLA # 2: MUESTRA PRODUCTORES DE NARANJA	76
TABLA # 3: LAS VARIABLES Y SU OPERACIONALIDAD	78
TABLA # 4: NIVEL DE EDUCACIÓN	79
TABLA # 5: MIEMBROS QUE CONFORMAN LA FAMILIA	80
TABLA # 6: TIPO DE VIVIENDA	81
TABLA # 7: TIPO DE CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA	82
TABLA # 8: ESTADO DE TENENCIA	83
TABLA # 9: UBICACIÓN DE VIVIENDA	84
TABLA # 10: EXPERIENCIA EN PRODUCCIÓN DE NARANJA	85
TABLA # 11: CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	86
TABLA # 12: COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	87
TABLA # 13: COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	88
TABLA # 14: PRECIO DE VENTA DEL CIENTO DE NARANJA	89
TABLA # 15: PORCENTAJE DE RENTABILIDAD	90
TABLA # 16: ANÁLISIS SOBRE LA PRODUCCIÓN	91
TABLA # 17: ALTERNATIVAS DE INGRESO	92

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA #1: FLUJO DE PRODUCCIÓN DE NARANJA	56
FIGURA #2: ÁRBOL DE NARANJA	57
FIGURA #3: SEMILLAS DE NARANJA	57
FIGURA # 4: VIVIENDA RURAL DE MADERA EN COMUNA CHARQUIYACU	61
FIGURA # 5: VIVIENDA RURAL DE CEMENTO EN COMUNA CHARQUIYACU	62
FIGURA # 6: NIVEL DE EDUCACIÓN EN COMUNA CHARQUIYACU	79
FIGURA # 7: MIEMBROS QUE CONFORMAN LA FAMILIA EN COMUNA CHARQUIYACU	80
FIGURA # 8: TIPO DE VIVIENDA QUE POSEE LA FAMILIA EN LA COMUNA CHARQUIYACU	81
FIGURA # 9: TIPO DE VIVIENDA QUE POSEE LA FAMILIA EN LA COMUNA CHARQUIYACU	82
FIGURA # 10: ESTADO DE TENENCIA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA EN LA COMUNA CHARQUIYACU	83
FIGURA # 11: UBICACIÓN DE VIVIENDA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA EN LA COMUNA CHARQUIYACU	84
FIGURA # 12: AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE NARANJA	85
FIGURA # 13: CANTIDAD DE NARANJA ANUALMENTE	86
FIGURA # 14: FORMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA NARANJA	87
FIGURA # 15: FORMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA NARANJA	88
FIGURA # 16: PRECIO DE VENTA DE LA NARANJA	89
FIGURA # 17: PROCENTAJE DE RENTABILIDAD POR LA VENTA DE LA NARANJA	90
FIGURA # 18: ANALISIS SOBRE LA PRUDUCCIÓN DE NARANJA	91
FIGURA # 19: FORMAS DE INGRESO ALTERNATIVAS.	92

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Tema

“DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES SOCIO – ECONÓMICOS PARA EL MICRO EMPRENDIMIENTO DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA DE LA COMUNA CHARQUIYACU, DEL CANTÓN CALUMA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR”

1.2. Planteamiento del problema

La economía del país está en la cuerda floja, el año pasado (2015) fue un año de estancamiento económico. Pese a ello el Banco Central es optimista sobre el crecimiento económico de este año. Para (Sosa, 2016) “El Banco Central prevé que el año cerrará con un crecimiento del 0,4% y que el nuevo año terminaría con 1%. Organismos internacionales, como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) o el Fondo Monetario Internacional o (FMI), apuntan a tasas cercanas a cero, mientras que la banca internacional cree que habrá un decrecimiento entre 1,2 y 3,6%.

El precio de productos del cual depende gran parte de la economía del país como el petróleo están sumamente bajos, hay poca inversión en el sector privado que no quiere arriesgar su capital a largo plazo ante esta paralización económica y con ello como efecto un público con escasos recursos. De esta inversión del sector privado ahora depende

mucho la economía nacional que necesita más de la fluidez de dólares del que no hay mucha esperanza al menos en las cantidades que se requieren. (Sosa, 2016)

Para salir de este gran problema el Estado tiene como estrategia según (Sosa, 2016) “El uso de la liquidez interna para comprar bonos del Estado, entrega de activos estatales a cambio de recursos frescos y la reducción de Subsidios”. Con esto las cosas podrían mejorar o empeorar significativamente.

Para (Calderón, 2016) Las proyecciones independientes del crecimiento económico del Ecuador coinciden en que 2016 será un año mucho más duro que 2015. Se estima que la economía ecuatoriana se contraerá en -1,2%, Bank of América en -3,6%, JP Morgan en -1,5% y Credit Suisse en -1,9%.

Para estos analistas, el país podría demorar tres años en recuperarse económicamente, para lo cual debe considerar tomar medidas como: reducir el gasto público, liberar el comercio y el flujo de capitales eliminando el impuesto a la salida de divisas, reducir el costo de hacer negocios y de contratar empleados formalmente. (Calderón, 2016)

Los cantones del Ecuador se caracterizan por tener habitantes que se dedican en su mayoría a la agricultura, ganadería y pesca, dependiendo de la hidrografía de cada región. El cantón Caluma es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la Provincia de Bolívar, ubicada en la región interandina o sierra, con ríos pocos caudalosos y torrentosos, de aguas dulces.

Con una flora y fauna de ganados vacunos, caballos, porcinos, lanar, caprino y mular; sus cultivos principales son el maíz, la papa, frejol, cebada, trigo centeno, quinua, lenteja, aba, melloco, brócoli, col, zanahoria, naranja, manzana y de más productos de consumo de primera necesidad para la alimentación del país e incluso para la exportación.

Aun , en la actualidad; la fruta es transportada en cajas de madera y sobre el lomo de las mulas desde sus plantaciones a los lugares donde se reúnen los comerciantes de naranjas listos con sus camiones o camionetas para luego transportarlas a las principales ciudades del país. Según (Comercio, 2011). “AL día, en cada puesto de la carretera, se venden al menos unas 20 000 naranjas. Cada productor entrega entre 3000 y 5000”.

Para el (Comercio, 2011) “El productor vende el ciento de naranjas en USD 3 cuando es temporada alta y en 6 cuando es temporada baja. En los mercados, el costo en

temporada alta sube a USD 8 y en baja a 12”. La temporada alta es en los meses de junio a noviembre, a pesar de ello la fruta se la encuentra en las perchas de los supermercados todo el año.

El cantón Caluma es por tradición conocido como el mayor productor de naranja en el país. Con su variedad de tipos como Navel que es la más preferida para preparar los jugos, la naranja Blanca que tiene más demanda en el mundo y sanguinas que por la variedad de tipo de suelo, clima y condiciones meteorológicas en su pulpa y corteza contiene un pigmento rojo, soluble en el agua. “El 60% del cultivo nacional de la fruta cítrica con un promedio anual estimado de producción de 3000 toneladas proviene de este sector” (Telégrafo, 2013)

En Caluma a pesar de contar con un plan piloto que lleva a cabo el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAPAG) con la finalidad de ayudar a 2000 productores de naranjas existentes en la provincia de Bolívar, solo 16 pequeños productores de naranja hasta hoy en este cantón cumplen con los requisitos para acceder a dicho plan, que según (Nación, 2016) consiste en “la entrega de 2400 kits de insumos de bajo impacto. Además de 9000 plantas de naranja de las variedades ‘mandarina king’, ‘valencia’, ‘lima’ y ‘tangelo’, distribuidas en todo el subtrópico de la provincia”

En la actualidad solo el pequeño grupo de productores a través del Instituto de Provisión de Alimentos (Pro alimentos) semanalmente comercializan directamente “40 mil naranjas a \$ 6 el ciento, para ser entregadas a niños y jóvenes de las unidades del milenio de Bolívar”. (Nación, 2016). A demás de ser beneficiados con abonos orgánicos (humus, composteras, bioles, te de estiércol, purines, etc.), a fin de tener mejores productos.

Esta atención no llega a todos los pequeños productores “Cabe recalcar que para acceder a los beneficios ofertados, los agricultores deben estar debidamente acreditados al MAGAP; pertenecer a una asociación de productores, y tener vocación de trabajo y emprendimiento” (Nación, 2016)

En dicho cantón actualmente existen medianos y pequeños agricultores, siendo los últimos mencionados los de mayor dificultad al momento de vender su producto, porque la mayoría de ellos no tienen el conocimiento necesario para sacar provecho de esta comercialización, porque no saben el proceso de un buen micro emprendimiento, la naranja como muchas otras frutas en su mayoría no llegan a los mercados, debido a varios factores como mal manejo de cultivos, bajos precios, falta de vías de acceso, asistencia técnica, estudio de mercado entre otros.

Motivos que conllevan a problemas socio económicos que asechan al agricultor, sumando el factor clima frio y escasas de lluvia en algunos sitios y abundantes en otros que los acompaña durante todo el año.

La vida económica del cantón depende de la riqueza generada por su producción y comercialización de sus productos como la naranja, cacao, café, arroz, maíz. En cuanto a la naranja esta depende al carácter cíclico de su producción, ya que los meses de junio y julio existe la mayor producción de la fruta, meses en los que el precio de este producto baja sustancialmente, llegando incluso a perderse la producción.

Debido a ello los problemas socio económicos se agravan sumándole a esto sus métodos de comercialización tradicionales, que se basan en negociaciones con intermediarios los cuales no pagan un precio justo que les toca aceptar por la carencia de conocimiento del valor que tiene el producto en los mercados de las demás provincias del país.

Con el micro emprendimiento muchas personas han logrado salir de la pobreza, y es uno de los mayores casos de superación que aportan a la economía del país, sin embargo cuando se lo maneja de manera empírica trae como resultados efectos contraproducentes, que al final ocasionan perdidas económicas al emprendedor.

Actualmente, el entorno socioeconómico de los pequeños productores de naranja de la comuna Charquiyacu no es muy bueno, los ingresos se encuentran por debajo de la canasta básica, sus niveles académicos son bajos y poseen familias numerosas que habitan en casas humildes.

Cabe mencionar, que uno de los principales ingresos del pueblo proviene del cultivo de la naranja, la cual posteriormente, es comercializada por intermediarios. La cosecha de la naranja y la comercialización de la misma se realizan por medio de métodos tradicionales, sin hacer uso a las diversas herramientas que ofrece la agricultura moderna.

Los pequeños productores de la Comuna Charquiyacu se deben encaminar a la producción, negociación, fijación de precios, distribución y todo aquello relacionado a mejorar la calidad de vida de los pequeños productores de la zona. Por ello es necesario analizar los factores más importantes para el adecuado manejo funcional de una micro empresa en la comuna Charquiyacu, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar, y mostrar la factibilidad y rentabilidad que puede adquirir un micro emprendedor con un adecuado manejo de la venta de su producto.

Para lo cual lo mejor es comparar la utilidad que adquiere el pequeño productor en la comercialización de su producto, el intermediario y el vendedor al consumidor final. Porque hasta hoy en día la mayor ganancia la ha adquirido el intermediario que llega a los mercados mayoristas a expender la fruta a precios elevados en comparación al valor de inversión.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo contribuir el mejoramiento socio económico de los productores de naranja en la comuna Charquiyacu, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar?

1.4. Sistematización del Problema

1. ¿Cuál es la función de los intermediarios?
2. ¿Por qué la existencia de políticas que dificultan los créditos?
3. ¿Cómo es la comuna Charquiyacu del cantón Caluma?

1.5. Delimitación de la investigación

Caluma, se encuentra ubicado en la parte meridional y al occidente de la provincia Bolívar, al terminar las estribaciones externas (occidentales) del ramal de la hoya del Río Chimbo el mismo que se desprende de la Cordillera de Los Andes. Área subtropical de la Provincia Bolívar.

Se encuentra limitada al norte por el Cantón Echeandía, al sur Parroquia Telimbela (Cantón Chimbo) al este la Parroquia Julio Moreno (Cantón Guaranda) y al oeste Cantón Urdaneta, Provincia de los Ríos; tiene una superficie de 234Km², con una altitud de 250msnm, a 1 35” de latitud Sur y a 79 11” de Longitud occidental y a 150 Km (tres horas) de la ciudad de Guayaquil, con una temperatura entre 18°C y 22°C.

Por su ubicación conforma una microrregión con los cantones de: Provincia de Bolívar: Guaranda, San Miguel, Chimbo, Echeandía; y con los de la provincia de Los Ríos: Ventanas, Montalvo y Urdaneta. Este cantón goza de un clima muy agradable, apto para la siembra y el cultivo de todo tipo de productos agrícolas. “El 3 de septiembre de cada año los habitantes de este popular cantón con atractivos eventos artísticos y culturales celebran la fiesta de la naranja” (Caluma, 2015)

El cantón Caluma tiene una población total 12 734 habitantes, de los cuales el 80% de la población del cantón Caluma son mestizos. La mayoría de la población se dedica a la agricultura, ganadería y al comercio; el Cantón Caluma en promedio de cada 100 habitantes, 80 están en condiciones de pobreza, cuyo rango supera al 75% en promedio.

El Cantón Caluma por tradición ha sido considerado como una zona potencialmente apta para el cultivo de naranja, por las características propias del suelo, clima y por su ubicación geográfica, también se cultiva cacao, orito y el plátano morado, y una variedad de frutas, las mismas que en su mayoría no llegan a los mercados, debido a varios factores como: mal manejo de cultivo, bajos precios, falta de vías de acceso, asistencia técnica, estudio de mercado, entre otros. (Santillán, 2005)

La presente investigación se llevará a cabo con los pequeños productores de naranja de la Comuna Charquiyacu del Cantón Caluma, Provincia de Bolívar, donde se estudiarán los factores socio – económicos para el micro emprendimiento que posee la muestra de estudio para comercializar su producción.

El análisis se realizará dentro del periodo 2016, analizando los datos de

producción, variaciones en los precios y como estos pueden ser aprovechados para una mejor comercialización de los productores del fruto.

1.6. Justificación de la Investigación

La naranja es una de las frutas que comúnmente se ingiere fresca en cada hogar del país, por su contenido de vitamina C y B9, “es de taño mediana, de 128 gramos, contiene 58,6 miligramos de vitamina C que representa el 65,2% de la dosis recomendada al día para un adulto”. (Comercio, 2011) A demás de propiedades preventivas de cáncer al colon, de mama y de la mal formación de los fetos por el ácido fólico, ayuda al fortalecimiento de los huesos gracias al calcio que esta fruta contiene.

El presente trabajo surgió de la necesidad de contar con información actualizada sobre las condiciones de la producción, comercialización y la rentabilidad de la naranja de la comuna Charquiyacu, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar, a efecto de respaldar los esfuerzos de sus diferentes agentes productivos por impulsar su desarrollo, encontrar mejores esquemas de participación para fortificar su progreso y obtener mayores beneficios en esta importante actividad del sector agrícola. Se pretende analizar las características técnicas y económicas de la producción, ubicando los factores determinantes de sus niveles de rentabilidad y competitividad ante el mercado.

Su importancia radica en la situación socio-económica de los productores de naranja del sector que no es muy buena, ya que los ingresos de la población se encuentran por debajo del sueldo básico establecido por el gobierno, poseen familias numerosas las cuales se encuentran con niveles de estudios bajos; en su mayoría analfabetos, y las condiciones de vivienda no se encuentran muy adecuadas.

Su principal cultivo es la naranja, que es la mayor fuente de ingreso en la Comuna; la cual es luego comercializada principalmente con intermediarios. El desarrollo económico del Cantón Caluma proviene principalmente de la actividad agrícola de sus pequeños y grandes productores, por lo que la mejora de las actividades de producción y comercialización los beneficiaría directamente, estableciendo beneficios socioeconómicos a los mismos.

Dentro de las circunstancias ecológicas, sociales y económicas, que rodean al pequeño productor de la Comuna Charquiyacu, este no tienen fuentes de empleo y la comercialización de la naranja es su mayor origen de ingresos. Por esto se deben establecer mecanismos que permitan que el pequeño productor de naranja aprenda los procesos de un micro emprendimiento para la organización, producción y comercialización adecuada que le permita mejorar sus ingresos.

Procesos que les ayudara con el tiempo a resolver el problema de empleo, educación, vivienda, salud, en la práctica liquides de dinero, y el buen vivir de los ciudadanos que necesitan de ellos para mejorar su calidad de vida.

Con la información de la investigación se espera recobrar noticias actualizadas de la producción y comercialización de la naranja en Caluma, obtener testimonios relevantes de los pobladores de esta comuna que ayude a llegar a una conclusión y recomendación. A su vez colabore con educandos y estudiantes a desarrollar otras investigaciones.

Se espera que con los resultados obtenidos se planteen otros proyectos que puedan ayudar a este importante sector de la producción en la región interandina o sierra, que de alguna manera aporta al crecimiento económico del país con un producto sano y jugoso, rico en vitamina C con muchas utilidades en el arte culinario.

A demás de identificar la relación existente entre la variable independiente “Determinación de los factores socio-económico para el micro emprendimiento” y la variable dependiente “En la comuna Charquiyacu, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar”, con sus dimensiones e indicadores que luego serán útiles para el marco teórico. El flujo de efectivo del Cantón Caluma, proviene de la actividad agrícola de sus pequeños

y grandes productores, por lo que lo que la mejora de las actividades de producción y comercialización, beneficiarían directamente a la población de la Comuna Charquiyacu.

1.7. Objetivo General

Identificar los factores socio – económicos para el micro emprendimiento de los productores de la naranja en la comuna Charquiyacu, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar.

1.8. Objetivos Específicos

1. Determinar el número de productores de naranja existentes en la comuna Charquiyacu del Cantón Caluma de la Provincia de Bolívar.

2. Analizar la producción de naranja existente en la comuna Charquiyacu del Cantón Caluma de la Provincia de Bolívar.

3. Determinar un plan de capacitación de comercialización que mejore los ingresos de los pequeños productores de naranja de la comuna Charquiyacu del Cantón Caluma de la Provincia de Bolívar.

1.9. Planteamientos Hipotéticos

General

Si se cuenta con un adecuado manejo del costo de la venta del producto, entonces mejorará el factor socio-económico para el emprendimiento de los productores de naranja en la Comuna Charquiyaco, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar.

Específicas

- Si los productores de naranja en la Comuna Charquiyaco, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar se organizan y unifican los precios de la fruta entonces tendrán suficientes recursos para mejorar su calidad de vida.
- Si se le ofrece a los productores de naranja enseñarles el manejo funcional de una micro empresa entonces mejoraran los emprendimientos en la Comuna Charquiyaco, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar.

En el proceso de organización y estructura se investigó información relevante sobre el factor socio-económico del cantón Caluma de la provincia de Bolívar, el micro emprendimiento y la producción de naranja de los agricultores de la comuna Charquiyacu.

En busca de un trabajo objetivo se consideró técnicas y fuentes de investigación que permitan de alguna manera demostrar las hipótesis que se plantearon, es así como se llegó a consultar repositorios digitales de varias universidades, páginas web, libros y artículos publicados. Además de recurrir a técnicas como la encuesta que se les realizó a los agricultores de la comuna con el fin de obtener información veraz del problema socio-económico que padecen, para lo cual se aplicara el método sintético.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Estado de Arte.-

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EL EMPRENDIMIENTO Y LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE CUENCA, ECUADOR, FEBRERO 2011, REALIZADO POR LOS AUTORES: JUAN CORDERO LÓPEZ, SILVANA ASTUDILLO DURÁN, XIMENA CARPIO GUERRERO, JORGE DELGADO NOBOA, OSWALDO AMÓN MARTÍNEZ.

Este artículo presenta los resultados de un análisis de los rasgos que afectan la actividad empresarial y una evaluación de los aspectos que promueven el espíritu empresarial y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Cuenca.

El análisis se centró en factores externos e internos, que promueven y a la vez limitan el proceso emprendedor; respectivamente estos factores son: el financiamiento, las condiciones del mercado, el marco legal, el nivel educativo, el comportamiento empresarial y la motivación. Se recopilaron datos a través de una encuesta transversal descriptiva, aplicada a 200 empresas, en la cual se obtuvo información general sobre el

emprendedor, factores que afectan la iniciativa empresarial y la sostenibilidad de la empresa.

Los autores expresan que los resultados de la encuesta intensifiquen la discusión entre los actores del sector público, no gubernamentales y privados, sobre políticas que estimulen el surgimiento de nuevas empresas y el fortalecimiento de las existentes. La metodología utilizada se basa en un estudio descriptivo transversal en el cual en un momento específico se recolectó, midió y evaluó datos que permitieron obtener información relevante sobre aspectos generales del emprendedor, los factores que influyen en el emprendimiento y la importancia de factores que inciden en la sostenibilidad de las empresas. (Juan Cordero López & Martínez, 2011)

ANÁLISIS DEL EMPRENDEDOR Y DEL EMPRENDIMIENTO DE ÉXITO EN EL ECUADOR PARA INCENTIVAR LA CREACIÓN DE UNA RED DE INVERSIONISTAS EN QUITO, MARZO DEL 2013, INVESTIGACIÓN REALIZADO POR MORALES SAMANTHA.

La mencionada investigación, analiza los factores de éxito del emprendedor y emprendimiento, los mismos que al ser bien utilizados generan Pymes innovadoras y de gran potencial que permitirían impulsar la creación de una red de Inversionistas Ángeles, la cual activaría los sectores productivos del país.

El Capitalismo Social ha impulsado a las empresas privadas a generar planes de acción que beneficien a la sociedad a través de la redistribución de la riqueza, por ejemplo “Siembra Futuro” es una iniciativa de Cervecería Nacional empresa que busca impulsar a los emprendedores a crear nuevos negocios con el objetivo de aumentar las plazas de trabajo cada año. La metodóloga se basó en un estudio cualitativo, debido a que se basó en el análisis de las variables. (Morales, 2013)

PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA NARANJA (CITRUS AURANTIUM) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011; REALIZADO POR DÍAS TIPÁN MARTHA MARLENE.

Luego de realizar las respectivas investigaciones orientadas a la producción cítrica en el Cantón, esta ha tenido mejores condiciones físicas y climáticas, pero la falta de asesoramiento técnico y la escasa oferta en los mercados influye que la actividad de producción se desarrolle lentamente pese a la gran demanda, siendo uno de los productos que inevitablemente existe en cada finca de los productores. Posterior a los resultados obtenidos en las encuestas se dio a conocer que es necesario realizar un análisis de producción, comercialización y rentabilidad de la naranja el mismo que permite conocer la

rentabilidad y los canales de comercialización de la naranja y las formas de expender el producto.

Según las encuestas realizadas se puede identificar que los intermediarios realizan su compra en los mercados ya que adquieren el producto a un precio competitivo y el producto es vendible, porque la naranja es ampliamente consumida por la ciudadanía. Gran parte de los productores de naranja a nivel local no poseen con registros contables donde consten los gastos e ingresos del producto es estudio por lo que existirá una insuficiencia de cálculos exactos y óptimos de los costos de producción en un futuro podrían ocasionar perdidas en su negocio. La metodología implementada para el proyecto fue del diseño no experimental porque nos orientaron a determinar y recomendar el progreso en base a datos reales.

De la misma forma se utilizó la metodología transaccional por que el levantamiento de datos se efectuó en una sola instancia considerando el tamaño de la muestra. Adicionalmente en el trabajo investigativo se utilizó estudios correlacionales, por cuanto se estableció relaciones tales como: Relación existente entre costo de producción, comercialización y rentabilidad; Relación existente entre cantidad de materia prima, volumen de producción y volumen de ventas. (Marlene, 2013)

IMPLEMENTAR UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICRO EMPRESA COMERCIALIZADORA “LUJO MUEBLE” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN EL AÑO 2012, REALIZADA POR LOS AUTORES: ELÍAS IVÁN CORO GAVIN Y MARCOS RAÚL LARA HARO.

Se consideró que la falta de un direccionamiento estratégico no permite orientar las actividades de la microempresa, para la consecución de los objetivos tales como: satisfacer a los clientes, a los dueños del negocio y a sus empleados.

Dentro de los factores externos que tienen mayor influencia con el giro del negocio de la microempresa “LUJO MUEBLE”, se puede mencionar como una gran oportunidad, la existencia de varios nichos de mercado, como son profesionales, instituciones educativas, hoteles, entre otros, que todavía no han sido captados por la competencia. Con respecto a las amenazas, se considera la más influyente, a la presencia de empresas competidoras, quienes tienen varios años en el mercado y poseen un gran portafolio de productos.

Dentro de los factores internos, la principal fortaleza es la experiencia y especialización del dueño del negocio, en lo que respecta a la elaboración de muebles de

madera. Mientras que su principal debilidad, se enmarca en la falta de publicidad y promoción de los productos, que no permiten que el cliente se identifique con la marca y por lo tanto la microempresa carece de fidelidad por parte de los consumidores.

Para la aplicación de la encuesta la segmentación será la siguiente: Variables Geográficas Se aplicarán las encuestas en el cantón Riobamba, tomando en cuenta las parroquias urbanas como la Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Orozco; Yaruquíes y sus parroquias rurales. Variables Demográficas. La encuesta se aplicará a personas de cualquier género y nivel de ingresos, más en lo que respecta a la edad se tomará en cuenta personas a partir de los 18 años de edad. Variables Psicográficas Las personas encuestadas fueron escogidas aleatoriamente, y deberán cumplir con el siguiente perfil: Profesionales, Jefes de hogar, trabajadores dependientes e independientes (Gavin & Haro, 2012).

Como resultado de la investigación de mercados, se pudo determinar que los consumidores estarían dispuestos a adquirir los productos ofrecidos por la microempresa. Su principal motivación para la compra se genera a través de la exhibición del producto en las ferias y eventos.; como método de la investigación se procedió a realizar la segmentación de mercado es el proceso de dividir al mercado en grupos más pequeños que tengan características homogéneas.

PROPUESTA PARA EXPORTAR ARAZA HACIA EL MERCADO EUROPEO PARA LA ORGANIZACIÓN FIOPIEP DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA”, EN AGOSTO DEL 2013, EFECTUADO POR TATIANA JEANETH CADENA RODRIGUEZ Y CARLA SILVANA GOMEZ SANGO.

Como resultado de la investigación se ha evidenciado que la microempresa se ha ido desarrollando y fortaleciendo con el paso de los años a lo largo de América Latina, lamentablemente dentro del territorio ecuatoriano su desarrollo ha sido irregular y lento debido, entre otras cosas, a la inestabilidad política y económica,

La presente propuesta constituyo un estudio teórico-práctico que amerito la aplicación de diferentes métodos, que permitieron desarrollar aspectos científicos adquiridos tanto de fuentes primarias como secundarias, con la finalidad de proyectar sus resultados hacia aplicaciones prácticas a un caso real de la provincia de Pichincha, mediante el análisis de las condiciones del mercado de exportación de frutas para el diseño de una propuesta de comercialización de pulpa de Arazá hacia el mercado europeo. (Rodriguez & Sango, 2013).

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN ARTESANAL EXFOLIANTE DE HARINA DE MAÍZ Y EFERVESCENTE EN LA CIUDAD DE QUITO”, EN ABRIL DEL 2012, REALIZADA POR: CRISTINA ELIZABETH BARBOSA LANCHIMBA DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.

El estudio evidenció que actualmente está extendido el uso de jabón artesanal en la ciudad de Quito y se ha determinado el 89% del mercado objetivo estarían dispuestos a adquirir este tipo de jabón artesanal tanto exfoliante de harina de maíz como efervescente. Además con los resultados obtenidos en la investigación de campo, se conoció las necesidades de nuestros potenciales clientes residentes en el área urbana de la ciudad de Quito por lo cual podemos estar seguros de que nuestro producto tendrá una buena acogida en el mercado.

El origen de la inversión será del 59.93% de aporte del gerente-propietario y el restante 40.07% a través de un crédito bancario. El monto de préstamo será de \$1 952.60 USD, el cuál será cancelado en un plazo de 1 año y medio con cuotas fijas; a una tasa de interés pactada del 11.20% anual.

El análisis financiero y económico para el proyecto resulto muy favorable; en cuanto a sus índices financieros más significativos se obtuvo un capital de trabajo de \$2,950.90 USD para efectuar gastos corrientes o inversiones inmediatas; así como la microempresa podrá cubrir casi 30 veces los intereses de las deudas con las utilidades, este índice es muy importante para las instituciones financieras que lo valoran para otorgar créditos. El VAN obtenido fue positivo cuyo valor fue \$ 15 602.80 USD a valor presente; el tiempo de recuperación de la inversión es de 1 año, el TIR fue de 32% superior a la tasa de descuento.

Finalmente el análisis de costo/beneficio determinó un rendimiento de \$1.22 USD al inversionista por cada dólar invertido en el proyecto. Finalmente toda investigación requiere de una metodología y ésta comprende los diseños, modos, formas, técnicas y procedimientos que se encargaran de la parte operativa del proceso investigativo, planificado, sistemático, y técnico que establece mecanismos y procedimientos a seguir para resolver el o los problemas; es la instrumentación y operación de la investigación.

Por este motivo la herramienta de recolección fue la Encuesta con el fin de conocer la demanda que tendremos en la aplicación de nuestro proyecto se eligió la encuesta “Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el

contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población (Lanchimba, 2012).

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS DE FRUTILLA EN LA CIUDAD DE AZOGUES.” EN AGOSTO DEL 2016, REALIZADA POR GARCÍA CAJAMARCA GABRIELA LILIANA Y OLIVEROS LITUMA NUBE TATIANA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DEL ECUADOR.

Como resultado del proyecto se determinó la factibilidad para la producción y comercialización de conservas de frutilla, objetivo general, mediante el estudio técnico – financiero del proyecto.

La hipótesis planteada inicialmente no se logró cumplir en su totalidad, porque se optó conseguir el financiamiento de la CFN a través de otro crédito diferente al planteado por no encontrarse este disponible por el momento. Es posible constituir la empresa de acuerdo a la ley ecuatoriana de la Superintendencia de compañías. Con el análisis de demanda y de oferta se estableció la demanda potencial del proyecto, la aceptación del

producto por el mercado meta y por ende la viabilidad del proyecto, además la falta de competencia para el producto.

Con el estudio de la capacidad de la planta se fijó la mano de obra, maquinaria y layout para la producción de la cantidad de demanda calculada, así como el proceso adecuado para la fabricación del producto. El proyecto cuenta con la disposición para cumplir con las leyes ambientales del Ecuador. Los estudios financieros determinaron que es rentable ejecutar el proyecto debido a que: Los costos son menores a los ingresos. El VAN es positivo con un valor de \$ 67 626,40 por lo tanto este valor es el beneficio extra que se va a recibir. Por tanto el proyecto se ejecutará con éxito.

El proyecto es rentable ya que la TIR es del 22% siendo mayor a la Tasa mínima de rendimiento aceptable con y sin inflación (TMARf y TMAR mixta) que es 15% y 12% respectivamente es recomendando o aceptando que el proyecto sea implementando. Como parte de la metodología el proyecto conto con un estudio de mercado donde se describieron las caracteres más relevantes del financiamiento y su factibilidad (Liliana & Tatiana, 2016).

CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR DE LA PARROQUIA MANGLARALTO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013, EFECTUADO POR LISSETTE MONSERRATE SOLÓRZANO CEDEÑO DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DEL ECUADOR.

Se puede apreciar que el 48% de la población acostumbra visitar lugares de venta de artesanías, en los diferentes destinos turísticos de la Ruta del Spondylus que concurren, así como también que el 90% de los encuestados están de acuerdo con la Creación del Centro Producción y Comercialización de artesanías aumentando la posibilidad de incursionar en el mercado peninsular. En cuanto a las estrategias publicitarias que ayudaran a alcanzar el nivel de venta esperado tenemos: la entrega de volantes, medios radiales y televisivos y finalmente los medios informáticos debido a que difunden la información de manera eficiente a una gran cantidad de personas.

La investigación de mercado nos ayudó a cumplir algunos objetivos específicos como conocer las preferencias de los consumidores, las condiciones de mercado, el poder adquisitivo de nuestro target, en qué se basan los consumidores para escoger un producto artesanal tales como, carteras, sombreros de paja toquilla, angelitos de fibra de abacá, carros y tractores de muebles y juegos de sala de caña guadua.

Para el desarrollo de este trabajo investigativo, se utilizaron algunos métodos que facilitaron el desarrollo del objetivo de estudio: Método Deductivo.- este método se lo utilizo en el desarrollo de los antecedentes generales del proyecto, que permitió obtener información necesaria basada en el contenido de la investigación y el desarrollo de los diferentes procesos con las que facilitaría el levantamiento de información en el proceso de indagación.

Método Inductivo, permitió sintetizar gustos y preferencias de la demanda del producto interpretando la información correspondiente y conociendo la situación en cada proceso necesario en la investigación.

Método Matemático, fundamental para realizar los respectivos cálculos en cada proceso financiero dentro del desarrollo del proyecto y así mismo permitió conocer diferentes procesos que ayudara conocer la viabilidad del tema. Método Estadística.- este método se utilizó en la tabulación de los instrumentos que se empleó en el proyecto de indagación. (Cedeño, 2013)

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EXÓTICAS DESHIDRATADAS EMPACADA TIPO SNACK (PINA, BANANO, MANGO, FRUTILLA, PAPAYA) EN LA CIUDAD DE QUITO. EN EL AÑO 2011, REALIZADA POR ÁNGEL GUILLERMO POZO MARTÍNEZ DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.

La producción nacional en toneladas métricas de frutas en su estado natural, es basta para la transformación. Las nuevas empresas pueden encontrar barreras de entradas para posicionarse en el mercado, por lo que es de suma importancia manejar una información real de la competencia tanto directa como indirecta, y así obtener ventajas competitivas.

Todos los clientes buscan productos o servicios que satisfagan sus necesidades por tal motivo es trascendental realizar estudios de mercados. La innovación crea nuevas oportunidades de crecimiento en el mundo, es por esto que se ha decidido desarrollar un producto con cinco tipos diferentes de frutas deshidratadas (piña, Papaya, mango, frutilla, banano) empacadas en una sola bolsa de 200g formando de esta manera un snack saludable para los clientes potenciales.

Para competir en el mercado es necesario cumplir estándares empresariales globales como disminución de costos, sistematizar procesos, ambiente organizacional adecuado para las labores diarias. La demanda para frutas secas como la pasa ha ido aumentando conforme han pasado los años, ya que se la puede utilizar en cualquier tipo de comida en postres, cereales, yogures etc.

Cabe mencionar, que es importante brindar nuevas alternativas en frutos deshidratados, Sweet snack cubrirá un 6 % de la demanda insatisfecha que para una empresa joven es recomendable. Luego de la aplicación de la encuesta se obtuvo que la mayoría de las personas con un 89% estuvieran dispuestas a consumir un snack de frutas deshidratadas. Según los calculados de la oferta y demanda, así como sus proyecciones para los próximos cinco años, demuestran que el nuevo producto tendrá aceptación en el Distrito Metropolitano de Quito.

El precio de venta al público estará fijado por la competencia, tomando en cuenta los costos de fabricación y operación, siendo de esta manera accesible al consumidor final. La distribución de Sweet snack se lo realizará a través de dos rutas: la primera denominada cobertura que cubrirá las tiendas barriales, y la segunda llamada autoservicio la cual se encargará de los supermercados.

El tamaño del proyecto está formado por la demanda insatisfecha, la capacidad instalada, produciendo 38.432 fundas de 200g al mes, y 461.180 anualmente, utilizando en el primer año el 81,7% de la capacidad instalada. La ubicación de la empresa será en la ciudad de Quito, barrio Oriente Quiteño, debido a que se encuentra cerca de las fuentes de abastecimiento de materia prima, mano de obra ,así como del mercado objetivo, además cuentas con todos los servicios básicos para el normal funcionamiento.

El personal del área de producción será de los barrios aledaños a la empresa, el personal de las áreas administrativas y de ventas serán jóvenes profesionales, contribuyendo de esta manera a la disminución del desempleo. La distribución en planta será por producto ya que la variedad no es abundante, y se fabrica en grandes volúmenes.

La investigación adopto un Diseño no Experimental, ya que “el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos”¹⁰, debido a que se pretende estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas exóticas deshidratadas empacadas tipo snack.

El método a utilizarse en esta investigación es el Método Inductivo y deductivo debido a que irá de lo general hasta lo particular. Para la interpretación y análisis de la información se utilizará el Método Cuantitativo y Cualitativo, mediante gráficos estadísticos como: diagramas circulares, histogramas, barras, etc., o tablas. (Martínez, 2011)

PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESAS PARA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERIVADOS DE LA CAÑA EN LA ZONA DE YUNGUILLA PERTENECIENTE A LA PARROQUIA ABDÓN CALDERÓN- UNIÓN EN EL AÑO 2011, EFECTUADO POR DARWIN GEOVANNY AUCAY Y GINA PAULINA NARANJO DE LA UNIVERSIDAD SALESIANA.

Los resultados se evidenciaron de la siguiente forma; los pobladores de la Parroquia Abdón Calderón 'La Unión', cuentan con una considerable cantidad de producción de licor, y por la falta de tecnificación para la obtención de los derivados de la caña de azúcar impide el desarrollo económico de los habitantes de esta Zona, por lo cual estarían dispuestos a apoyar las gestiones para emprender la Creación de nuestra Empresa, con el afán de obtener mayores fuentes de trabajo.

Las Autoridades de Santa Isabel como son: La Alcaldía y la Junta Parroquial Abdón Calderón "La Unión" opinan que es beneficioso la creación de una nueva Empresa de licor de frutas "Cañita" en la Zona de Yunguilla, el mismo que haría más atractivo y turístico a nuestro sector, es así que contamos con el apoyo del sector Público y Privado, especialmente del sector Agrícola. Nos encontramos en una época donde el cliente tiene la razón, donde el consumidor demanda cada día con mayores exigencias un mismo bien y/o servicio, donde la moda se impone en todos los productos, sean estos consumos masivos o con características de exclusividad, estamos en una sociedad de consumismo.

Quienes tomamos el rol de empresa para ofertar algún bien como es el caso de la Empresa "El Yunguillano", vamos a satisfacer necesidades de clientes que gustan de lo nuevo y a precio cómodo y sobretodo de calidad, seguro de consumir. Las Empresas Competitivas de hoy en día deben tener la habilidad de responder ante las necesidades y oportunidades que se presentan en sus mercados y saberlas aprovechar. En nuestro afán de crear una empresa para participar en este desafío, identificamos una interesante oportunidad en el desarrollo del mercado en crecimiento que es el de licor Cañita. La Investigación de Mercado nos permitió conocer las percepciones, comportamientos, costumbres y preferencias de nuestro mercado consumidor. Se elaboró un plan de mercado para la producción y comercialización del licor, además ver estrategias de promoción de

ventas, con la ayuda de la investigación de mercado que nos permitió conocer mejor la demanda de nuestros consumidores para proyectarla a diez años.

Consideraremos muy importante la inversión en promoción y publicidad de la marca del producto. Como metodología de la investigación se procedió a realizar un estudio económico en el cual se calcularon las inversiones que se deberán realizar para la ejecución de la empresa, por el lado de las inversiones se requerirá aquellas por ejemplo: activos fijos, diferidos y capital de trabajo; los activos fijos corresponden un camión, muebles y equipos de oficina, los diferidos incluyen los registros para el producto.

Los estudios financieros estimados mostraron que la situación financiera del proyecto es positiva, alcanzando utilidades, en virtud de que los ingresos proyectados solventarán todos los costos y gastos que representan la compañía. Se determinó que la empresa "El Yunguillano" es rentable basado en los resultados obtenidos mediante la aplicación de métodos y criterios de evaluación financiera, sustentándonos en lo siguiente: El Valor Actual Neto (VAN), obtenido es de S 86624.14. Por lo tanto es mayor a cero, el mismo que se puede constatar que el proyecto es aceptable, calculando con un valor de rendimiento mínimo fijado aceptable del 15% utilizamos este costo de oportunidad comparando con la tasa que compara los proyectos micro. (Aucay & Naranjo, 2011)

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Teoría del emprendimiento

En torno de la teoría del emprendimiento, coexisten múltiples líneas de estudio que procuran explicar su naturaleza (Locke y Latham, 1990; Chen, 1998; Barón, 1999). Las corrientes más representativas se ubican en los postulados de Albert Shapero, David McClelland, Jeffrey Timmons y Alan Gibbs. (Macías G. & Parada R., 2013)

Albert Shapero

En los postulados de su teoría, considera que el emprendedor toma la iniciativa y organiza algunos mecanismos sociales y económicos y acepta el riesgo de posibles pérdidas. Además, que el empresarismo es propio de cada contexto y el resultado de la acción humana, es decir, es multivariado y complejo. Identifica dos variables: una independiente, llamada evento empresarial. (Macías G. & Parada R., 2013)

Para que se dé el evento empresarial se requieren cinco pasos fundamentales:

- Toma de iniciativa. Decisión de identificar y explotar una oportunidad.
- Acumulación de recursos. Proceso de determinación de los recursos necesarios y su asignación.
- Administración. Proceso que permite dar la organización y dirección a la nueva empresa para llevarla a cabo.

- Autonomía relativa. Libertad que se entrega para la toma de decisiones dentro de la empresa ya creada.
- Toma de riesgo. Disposición a enfrentar las recompensas o pérdidas producidas por el negocio.

Como se puede apreciar en estos pasos o características, como las denomina Varela (2001), no se incluyen la creatividad e innovación debido a que Shapero considera o hace una sinonimia entre evento empresarial e innovación.

Otro aspecto clave de la teoría de Shapero está en relación con el énfasis en la necesidad de conjugar al mismo tiempo la interacción entre factores internos, propios del individuo, y otros que son externos, tanto unos como otros deben acompañarse de una formación apropiada. Dichos factores son:

- Factores socio psicológicos. El emprendedor está convencido de que su acción es posible y de que tendrá éxito en la empresa que creará. En este factor adquieren importancia los testimonios recibidos y las características adquiridas mediante los procesos formativos.
- Factores psicológicos individuales. Son atributos de la personalidad del ser humano relacionados con valores culturales que fundamentan conductas como autonomía, autosuficiencia, independencia, decisión para actuar, disposición interna, etc., y

- Factores situacionales. Desplazamientos sufridos por el empresario, entendidos los desplazamientos no solo como los movimientos geográficos sino también como los cambios de vida sufridos por el ser humano, bien sean positivos (una invitación realizada por alguien) o negativos (la pérdida del empleo).
- Factores económicos. Son habilidades y destrezas aprendidas por medio de la experiencia. Guardan relación con la habilidad personal para identificar y conseguir los recursos requeridos para que el proyecto sea un éxito.

En resumen, dentro del modelo de Shapero se diferencian dos grandes percepciones: la primera está relacionada con el proceso formativo de las personas que incluyen valores y experiencias, la segunda con la factibilidad del emprendimiento. (Macías G. & Parada R., 2013)

Teoría de Alan Gibbs

Desde otro punto de vista, Gibbs (1988) ha generado una corriente de pensamiento que tiene gran acogida en los países en vías de desarrollo. Relaciona muy bien el evento empresarial con los temas de desarrollo de cultura y, sobre todo, con el tema de educación empresarial.

El modelo plantea como etapas que sigue el emprendedor para crear una empresa: la adquisición de la motivación y la idea de negocio, la validación de la idea, la identificación de la escala de operación, la identificación de los recursos necesarios, la negociación y entrada al mercado, el nacimiento y la supervivencia de la empresa (González *et al.*, 2008).

En resumen, en este modelo existen cuatro componentes básicos que permiten el éxito de la actividad emprendedora. Ellos son:

- *La motivación y determinación: donde está.* La cultura, la educación, los conocimientos y experiencias de las persona; es decir, todo el conjunto de factores culturales que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa.
- *La idea y el mercado.* El cual se refiere a la factibilidad real de la oportunidad del negocio.

Teoría de David McClelland

McClelland señala que existen tres variables motivadoras en el ser humano: n-afiliación, n-poder y n-logros. Estos tres factores son los que llevan al ser humano a comportamientos concretos frente a las diversas y complejas situaciones que enfrenta en la vida. La variable motivadora n-logro es una de las características representativas de los emprendedores, y la define como el “deseo expresado espontáneamente para ejecutar

alguna labor en la mejor forma posible, para su propias causa más que para lograr un nuevo amor, reconocimiento o recompensa monetaria”.

Este factor de logro puede estar potenciado por influencias indirectas como la condición física, la estructura familiar y el entorno, los cuales no son controlables a corto plazo. En segunda instancia se encuentran movimientos ideológicos como la región y la educación, que pueden determinar cambios en el grado de logro de una persona o pueblo a largo plazo. (Macías G. & Parada R., 2013)

Los enunciados básicos sobre los cuales se fundamenta esta teoría son:

- El emprendedor realiza su actividad económica motivada por el deseo del logro, quiere hacer un buen trabajo y no simplemente lograr resultados monetarios. Es decir, desde esta teoría, el emprendedor dedica la mayor parte de su tiempo a pensar sobre cómo hacer las cosas mejor (motivación al logro) por encima de la preocupación por su familia y sus amigos (motivación hacia la afiliación) y de especular sobre la jefatura de poder (motivación hacia el poder).
- Los médicos, abogados, sacerdotes, investigadores, profesores, presentan niveles de logro inferiores a los de los gerentes y empresarios.
- Algunas características básicas de las personas de alto nivel de logro son:

- Sienten satisfacción personal por los resultados cuando consumen totalmente la responsabilidad, gracias a su autoconfianza; están seguros de encontrar soluciones a los problemas.

- Se definen para sí mismos metas y logros moderados y asumen riesgos moderados. En la medida en que alcanzan las metas, los retos se incrementan en las siguientes.

- Le gusta recibir en forma permanente información que les indique que están haciendo bien la labor. Esta situación se convierte en un estímulo permanente: además tiende a persistir frente a las dificultades sin tener temor al fracaso.

- Demuestran su gusto por la competencia con otras personas, aunque reconocen la importancia de las relaciones para lograr los objetivos que se fijan. Por lo general se unen a personas expertas, como colegas de trabajo.

- No están contentos con el estatus alcanzado, ya que siempre aparecen estándares más altos que cumplir cuando logran los objetivos iniciales, lo que los convierte en personas inquietas, enérgicas, luchadoras, que buscan y disfrutan los desafíos.

- El éxito económico y el desarrollo tecnológico dependen más de la motivación al logro que del sistema político o de la organización política.

El valor agregado de la teoría de McClelland consiste en relacionar las teorías de la motivación humana con el proceso empresarial y con el desarrollo de los países; su postulado acerca del desarrollo económico de los países se basa en el “emprendedor”,

quien “es el hombre que organiza la unidad comercial y/o aumenta su capacidad productiva”. (Parada R. & Macías G., 2013)

2.2.2. Teoría de Factor de Producción

Se puede decir que tanto o más importante que la eficiencia como motor del crecimiento, es la productividad, por lo cual el ser productivo es fundamental para alcanzar ventajas competitivas que le permitan al cualquier sector crecer y conquistar mercados.

Para Ari Arosemena, al respecto se puede decir que, el crecimiento continuo del nivel de productividad, demanda que la economía de un país se actualice permanentemente, por medio de la superación de la calidad de los productos, mejoras en las tecnologías y aumentos de eficiencia en la producción. Aquellos sectores que basan su competitividad en los factores de la mano de obra barata o recursos naturales ventaja comparativa, son altamente vulnerables y por tanto terminan operando con baja rentabilidad. (Arosemena, 2007)

En este sentido, mejorar la productividad mediante la creación de ventajas competitivas en un determinado sector, constituye sino el más importante, uno de los principales retos para cualquier empresa de un determinado sector. De acuerdo a la teoría

económica, poseer altos niveles de productividad y eficiencia en los procesos productivos debería lograr un impacto favorable en la obtención de beneficios para las empresas y en la creación de valor para los consumidores. (Gronroos, 2004)

Bajo esta premisa lograr mayores índices de productividad se convierte en la estrategia fundamental de cualquier sector o actividad de económica, siendo por tanto de vital importancia para la empresa saber medir, interpretar e implementar políticas la que permitan mejorar su eficiencia productiva. (Arosemena, 2007)

En términos generales podemos decir que la productividad es el resultado de producir más unidades con la menor cantidad de recursos. Esta definición bastante escueta nos da a entender que la productividad busca la optimización de los factores productivos, no solo el trabajo sino también capital y recursos naturales, lo cual se logra prioritariamente a través del progreso técnico para maximizar la producción. (Arosemena, 2007)

Para Paul Krugman, el crecimiento sostenido sólo se logra incrementando lo que los economistas llaman Factor Total de Productividad (FTP), índice que toma en consideración la productividad de la mano de obra y la del capital. Usar sólo una de ellas, no proporciona información 100% confiable, por lo que la medición de la economía es incompleta. Krugman, mantiene que el FTP es el mejor índice para medir la eficiencia de

la economía y se logra aumentarlo, organizando mejor la fuerza laboral y haciendo mejoras tecnológicas e innovaciones. (Arosemena, 2007)

Al respecto, “los economistas la definen como la relación entre el producto final y los factores necesarios para su producción” (Eatwell y Newman, 1991; Antle y Capalbo, 1988; Sharpe, 2002; Kaci, 2006; Maroto y Cuadrado, 2006).

La productividad total de los factores es una variable que recoge el impacto sobre el crecimiento de la producción de una economía o sector económico, por lo cual la productividad total de los factores, (tal como lo menciona Solow en su estudio de 1956), se puede plantear como la diferencia entre la tasa de crecimiento del índice del outputs, y la tasa de crecimiento del índice de inputs.

2.2.3. Teorías del Factor Socioeconómico

Rivas Navarro M (1984) considera los siguientes factores de influencia: Hogar, Comunidad. Presión ambiental. Status socio-económico y Cambios tecnológicos y sociales rápidos. El conjunto de todos estos factores tiene tanta importancia sobre la conducta del individuo que prácticamente es tenido en cuenta por todas las teorías.

Rivas (1988) distingue entre variables, condicionantes y determinantes según su carácter de influencia, y en 1989 dice que en la sociedad actual, las variables socio-culturales actúan como condicionantes ya que expresan dificultades pero no imposibilidades para realizar el proyecto personal.

Otras técnicas e investigaciones consideran gran número de condicionantes entre ellos aptitudes, intereses, estereotipos, expectativas, valores del trabajo, influencia de personas, y los relacionan con aspectos tales como el rendimiento académico, éxito en un tipo de asesoramiento, la elección de una ocupación, la toma de decisiones realistas. La importancia de estas variables ha sido tratada por las diferentes teorías que han puesto su énfasis en unos o en otros factores como determinantes del desarrollo y elección. De acuerdo con su enfoque, las teorías de base sociológica y teorías de base individual, acentúan la importancia de factores socioeconómicos que condicionan como factores externos. Las teorías de base sociológica y teorías de base individual, acentúan la importancia de factores socioeconómicos que condicionan como factores externos más que la significación personal. La teoría económica de la elección, basa la elección en las ventajas económicas. (Sánchez Villena, 1995)

La teoría social concibe la conducta (Sánchez Villena, 1995) como una parte más del proceso de socialización, dando importancia a factores sociales y económicos. (Sánchez Villena, 1995)

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el modelo de ordenación de los sistemas de producción agrícola, la ausencia del mismo, es uno de los factores más importantes que inciden a escala mundial sobre la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad. Las decisiones relativas a la ordenación de los sistemas agrícolas se guían, a su vez, por factores socioeconómicos tales como los beneficios y los costos que resultan para los agricultores y los encargados de la ordenación de las tierras al adoptar enfoques diferentes. Las instituciones y las políticas también afectan a los incentivos y a las limitaciones a que se enfrentan los agricultores a la hora de tomar sus decisiones relativas a la ordenación. Dentro de unas pocas décadas los sistemas agrícolas se verán sometidos a una enorme presión de transformación con el fin de cumplir las necesidades alimentarias y de medios de vida de las poblaciones en crecimiento, en especial en las zonas donde actualmente se concentra la inseguridad alimentaria. Una cuestión clave es cómo pueden llevarse a término dichas transformaciones mejorando simultáneamente la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad.

Una cuestión clave es cómo pueden llevarse a término las transformaciones agrícolas mejorando simultáneamente la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad.

Con vistas a dar una respuesta a esta cuestión, la FAO ha elaborado diversos programas para evaluar los costos y los beneficios de las diversas formas de biodiversidad

de los sistemas agrícolas y los modos en que las instituciones y las políticas inciden sobre los incentivos para la conservación y el uso sostenible de las explotaciones agrícolas. Asimismo, como los agricultores y las agricultoras también se encargan de la ordenación y el uso activo de la biodiversidad, la FAO explora, además, las funciones y los incentivos a los que las personas hacen frente al realizar dichas actividades. Uno de los programas, denominado Utilizar los mercados para promover la utilización sostenible de los recursos filogenéticos, comprende estudios de casos de cinco países diferentes. Tales estudios de casos analizan en qué medida el abastecimiento de semillas de los mercados agrícolas locales afecta a los incentivos de las explotaciones para gestionar la diversidad genética de los cultivos. Otro ejemplo lo constituye el proyecto Pagos por servicios ambientales en paisajes agrícolas, cuyo objetivo consiste en potenciar el conocimiento y la capacidad de utilizar pagos por servicios ecosistémicos con vistas a mejorar los beneficios medioambientales generados por los sistemas agrícolas. (FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2012).

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Micro emprendimiento

Se denomina micro emprendimiento a diversos tipos de microempresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre (según la legislación

económica de cada estado o según los criterios diversos de los economistas) dentro de la llamada economía informal. (Baldeon, 2012).

El emprendimiento es una definición recientemente muy utilizada, sin embargo el emprendimiento en si todo un siempre ha existido desde los orígenes de la humanidad, pues es inseparable a ésta, en las últimas décadas, esta definición se ha vuelto de suma relevancia, ante la insuficiencia de prevalecer los constantes y progresivas dificultades económicas.

El emprendimiento en la actualidad ha alcanzado una trascendental relevancia por la necesidad de muchas personas de alcanzar su independencia y estabilidad financiera. El elevado índice de desempleo e ineficiente calidad de las fuentes de trabajos actuales, han originado en los seres humanos, la necesidad de generar sus propios recursos, de comenzar con la producción de un negocio propio y transformarse de empleado a empleador. De manera general, emprender es viable si se cuenta con un espíritu emprendedor, con una gran determinación para dejar a un lado el antiguo trabajo, debido a que este es un riesgo en donde las personas se aventuran a olvidar un sueldo estable a cambio de un sueldo volátil, establecido por el nivel de comercialización del emprendedor.

En casi todos los países Latinoamericanos, para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población. (Alonso, 2010)

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario. Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. (Alonso, 2010).

2.3.2. Micro empresa

Como lo dice (Monteros, 2011), una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación.

En si la microempresa es una organización económica, que es administrada por una o más personas emprendedores que tienen objetivos económicos, éticos y sociales.

2.3.3. Factores socio económicos que influyen en el adecuado funcionamiento de una empresa

Es el Conjunto de elementos económicos y sociales, susceptibles de estudio, para la determinación de las características económicas y sociales de una población (demografía, actividades económicas, educación, sanidad, empleo, etc...).

Los elementos que suponen obstáculos son fundamentalmente la falta de capital necesario seguido del factor administración, que incluye las políticas y programas gubernamentales, la legislación y los trámites administrativos. También podemos considerar como obstáculos el dinamismo del entorno y la aversión al riesgo del emprendedor. Con respecto a la consolidación de empresas, como factores facilitadores se han identificado por un lado un grupo elementos relacionados con emprendedor, como la experiencia, las motivaciones individuales, la formación y su visión de crecimiento, y por otro, elementos característicos de las empresas como su capacidad de innovación, la cohesión del equipo directivo, su posicionamiento en el mercado y la introducción de nuevos productos. En cuanto a los obstáculos, los más valorados han sido fundamentalmente características relacionadas con el emprendedor, como su motivación o la experiencia, y el posicionamiento de la empresa en el mercado (Davidsson & Henrekson, 2007).

2.3.4. Tipos de micro emprendimientos

Se denomina micro emprendimiento a diversos tipos de pequeñas empresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, sino que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre dentro de la llamada economía informal. (Castillo Q., 2013)

Algunos tipos de Micro emprendimientos

- de supervivencia: no poseen capital operativo (vendedores ambulantes)
- de expansión: generan excedentes que permiten mantener la producción pero no permiten crecimiento (el caso de algunas empresas familiares)
- de transformación: sus excedentes permiten acumular capital (esto suele ocurrir en pequeñas empresas)

2.3.5. Importancia de la empresa

La empresa se constituye como la principal fuente generadora de riqueza, y por tanto, de desarrollo y bienestar de la sociedad moderna. La actividad emprendedora afecta positivamente al rendimiento económico nacional o, a menor escala, de las regiones. La importancia de las nuevas empresas y, especialmente, de las PYMES como eje fundamental en la generación de empleo y motor de crecimiento económico es ampliamente reconocida en la literatura. (Davidsson & Henrekson, 2007)

La importancia de una organización reside de igual manera en infundir valores a los propios trabajadores de manera que los mismos intervengan en las relaciones que se mantienen con los compradores o consumidores. El comportamiento que se tenga es la representación visual que tienen los clientes sobre la organización, por eso se cuidan

aspectos como la vestimenta, la forma de expresarse y la política empresarial, estas formas son las que a largo plazo van a influir y otorgar trascendencia a la compañía.

Ciertas organizaciones conservan la filosofía de que el cliente es la mayor prioridad, mencionadas organizaciones establecen una política concisa y una cultura, hacia los potenciales consumidores de forma que el consumidor lo comprende y valora a la empresa.

En la mayoría de las coacciones este mecanismo es uno de los más efectivos al momento de hacer sentir especial a los consumidores, el buen trato y la calidad son vitales para esta representación; por otro lado una compañía, que posee pocas políticas formales interrelacionadas con la conducta o forma de actuar de los trabajadores puede producir conflictos internos y externos, debido a que cada trabajador toma sus propias decisiones sin una guía o parámetro que seguir y seguramente con secuelas negativas en los intereses concluyentes de la compañía y los consumidores.

En la compañía se plasman, la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o componentes imprescindibles para la fabricación, beneficia el desarrollo humano “como prioridad primordial” al permitir dentro de ella la

autorrealización de sus integrantes, beneficia de forma directa el progreso financiero de una nación, concuerda las numerosas y divergentes intereses de sus integrantes: los que accionan, los que dirigen, los colaboradores o empleados y finalmente los clientes.

Asimismo una compañía “promueve” el incremento o progreso, debido a que la inversión es “oferta” y es “demanda”, como por ejemplo: la creación de una compañía involucra la adquisición de terrenos, maquinarias, equipos, patentes, materias primas, entre otras., pero igualmente es oferta debido a que genera producción y esta a su vez, origina el empleo y desarrollo general.

2.3.6. Propiedades de la Naranja

La Naranja es un producto que contiene calcio que permite una buena formación de los huesos y dientes, potasio mineral necesario para el equilibrio de líquidos en el organismo, complementándolo con un alto contenido de agua y bajo nivel de sodio, lo que permite que esta fruta sea un alimento adecuado en las dietas. La naranja posee pocas calorías, es diurética ayudando a eliminar líquidos del organismo, por lo que es una fruta recomendable por los especialistas en medicina

2.3.7. Tipos de naranja que se cultivan en el Cantón Caluma

Las variedades de naranja que se cultivan en el cantón son: Valencia tardía, Valencia común, Valencia delta, Thompson, Washington, Naranja lima, Naranja agria y Naranja pomelo. (Medrano, 2010)

Estas clases de naranjas contienen los cinco componentes básicos de la alimentación humana, que son vitaminas, proteínas, minerales, carbohidratos y grasas

“Toda persona debe tomar por lo menos 30 mililitros de vitamina C, todos los días; es decir, un vaso de 250 centímetros cúbicos diarios, ya que la vitamina C no sintetiza el organismo y es un antioxidante”, (Averos, 2010)

2.3.8. Uso y aplicaciones

La naranja se incluye en la dietas para reducir el peso. Funciona igual que el limón. Se ingiere el zumo de la fruta con agua a primeras horas de la mañana por 12 días. La naranja tiene calcio, que es recomendable para el fortalecimiento de los huesos y de los dientes.

Las naranjas tienen pocas calorías; ayudan a eliminar los líquidos del organismo. Tienen magnesio que mantienen la salud del corazón. La naranja se la ingiere fresca o exprimiéndola para preparar jugos. Se debe consumirla apenas sea cortada porque la vitamina C se pierde al contacto con el aire.

Es un saborizante de la comida gourmet. El pato, cerdo o el pollo a la naranja están entre los platillos. La cáscara de la naranja es usada para la fabricación de chocolate artesanal y caramelos. También se la procesa como fruta seca.

2.3.9. Producción de la Naranja

El flujo de producción de la naranja se detalla a continuación, ya que es un cultivo perenne que se conforma de varios procedimientos que varían según la etapa en la que se encuentre la tierra.

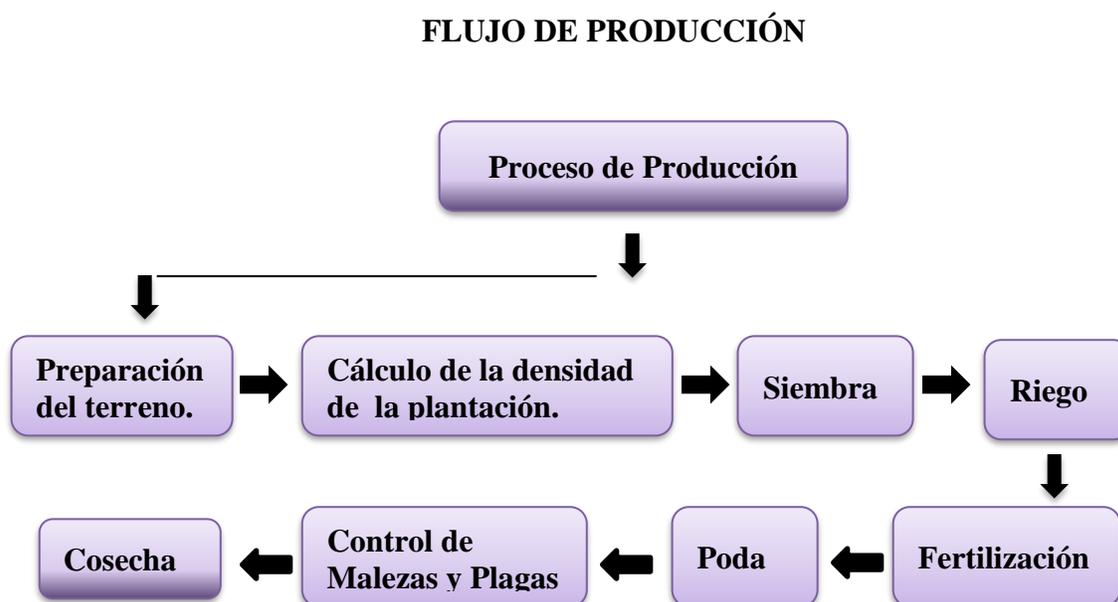


FIGURA #1: FLUJO DE PRODUCCIÓN DE NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO



FIGURA #2: ÁRBOL DE NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO



FIGURA #3: SEMILLAS DE NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

2.3.10. Comercialización

La comercialización y la producción se encuentran relacionadas, ya que constituye a un proceso en el que empieza desde el momento que el agricultor toma la decisión de producir un producto agrario para la venta (CALDENTE Pedro et al 2004, p.10).

Una de las problemáticas del sector, se encuentra en establecer acuerdos constantes y responder de forma concertada y oportuna las variaciones del mercado. Para lo cual, se evidencia que no existe organización por parte de los pequeños productores, ya que cada uno de ellos comercializa su producto de manera individual, y lo hace directamente a través de los intermediarios. Estos son los encargados de distribuir el producto a minoristas, mercados, supermercados e incluso en varias ocasiones al cliente final, siendo el intermediario quien recibe la mayor cantidad de ganancia del producto.

Así como también, las fuentes de financiamiento que acceden a distribuir la cantidad adecuada de producto son de mucha importancia, ya que los pequeños productores de naranja de la Comuna Charquiyacu no cuentan con herramientas, equipos y conocimiento necesario sobre cómo obtener información sobre el mercado de sus productos y el nivel de precios en el que se encuentra, de tal manera que estos puedan establecer mejores precios a la venta.

2.3.11. La Comuna Charquiyacu del Cantón Caluma – Hidrografía

El principal sistema hidrográfico del cantón es el río Caluma que aguas abajo toma el nombre de río Pita y, que se forma de la confluencia de los ríos Charquiyacu y Escaleras, éste último conocido también con los nombres de Churipungo y San Antonio. A los ríos antes mencionados afluyen una serie de esteros y quebradas de menor importancia que conforman pequeños subsistemas y cubre toda la zona, entre los principales están: río Tablas afluente del Charquiyacu, las quebradas de Guarumal, Turumpacha, Guayabal, Naranja Pata, Santana, Las Chorreras y los esteros Diablo Huaycu, Leche y Pacaná, cuyas aguas van hacia los ríos San Antonio, Churipungo y Escaleras, los esteros del Pescado, Huamaspungo y Caluma que afluyen directamente al río Caluma.

2.3.12. Características de la población

La Provincia Bolívar de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 étnicamente está marcada con la presencia de mestizos 69,59%, indígenas 25,44%, afro ecuatoriano/a 1.1%, Montubio/a 1.1%, Blanco/a 2,7% y otros 0.10% conservando cada uno su cultura, su lengua, su organización, considerándose como parte fundamental de nuestra identidad. Tomando en cuenta estos datos el más alto porcentaje está en los mestizos seguido por los indígenas.

Según datos de la SENPLADES- Región 5, adicionalmente a los grupos étnicos identificados existen dentro del grupo de los Indígenas tres nacionalidades que son:

Kichwa- Kichwa que ocupan una superficie de 0,06 Km²; Kichwa – Waranka ocupan 1.118,92 Km² y los Kichwa – Puruwa una superficie de 30.77 Km², dando un total de 1.149,75 Km² ocupados por estas nacionalidades en el territorio de la Provincia. (Coloma, 2010)

2.3.13. Condiciones habitacionales

De acuerdo a la secretaría de Gestión de Riesgos, ha establecido que aproximadamente el 95 % del territorio urbano de la cabecera parroquial se encuentra en riesgo, la geomorfología y la calidad del suelo son las principales razones para que esto suceda.

Debido a esto, la población que reside o construye en el suelo urbano de la cabecera parroquial, es particularmente vulnerable a deslizamientos que pueden producirse con el cambiante clima que se observa durante los últimos años.

En efecto, el principal riesgo en estos sectores son los deslizamientos y deslaves que ponen en peligro tanto la vida de las personas como las viviendas y la infraestructura pública, particularmente las vías que son interrumpidas por deslizamientos permanentes en

la época de invierno, especialmente las comunidades afectadas son las que se encuentran en la parte alta tales como: La Capilla, Llaniquincha, Tiandiagoti, Tronador, La Unión, San Nicolás Hualasay, La Chorralla, El Llano, Tiumbil Grande, Mususan, Pilcopilti, San Francisco Chico, Choropamba, Caluma, etc., y como segunda gran amenaza para la parroquia están los desbordamientos de los ríos inundando básicamente la zona baja, siendo esta la más susceptible a inundaciones.

Las condiciones de pobreza y una planificación limitada dan como resultados que muchos de sus habitantes se asienten en terrenos no adecuados o aptos para vivir, los mismos que son propensos a los impactos de eventos de origen natural y por la actividad humana ocasionando muchas veces graves consecuencias a las familias.



**FIGURA # 4: VIVIENDA RURAL DE MADERA EN COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO**



**FIGURA # 5: VIVIENDA RURAL DE CEMENTO EN COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO**

2.3.14. Nivel de escolaridad

En los últimos cincuenta años el Ecuador ha dado pasos importantes en el tema educativo, si bien es cierto que falta mucho por hacer para llegar a metas óptimas que permitan dar cuenta del derecho de la gente a educarse con calidad y enfrentar los desafíos contemporáneos.

En la Provincia Bolívar actualmente a pesar de haber sido mejorada la infraestructura educativa en los últimos años, aún es deficitaria especialmente en el área rural. En cuanto a los servicios de acceso a la educación en la provincia, de acuerdo a

datos del Censo de Población y Vivienda, los cantones que mayor servicio de educación tienen en cuanto a escolaridad son: Caluma con un 8.9% en mujeres y 8.7% en hombres, seguido por San Miguel con un 8.5% en mujeres y 8.4% en hombres; San José de Chimbo con el 8.2% en mujeres y el 8.1% en hombres; referente a la tasa de asistencia primaria el cantón que más tasa neta de asistencia tiene es el cantón Caluma, notándose un porcentaje superior en los hombres; mientras que Echeandía es el cantón que menos asistencia primaria posee. (Coloma, 2010)

En lo referente a la tasa neta de asistencia secundaria y superior el cantón que tiene un porcentaje de asistencia más alto es San Miguel; mientras que el cantón Las Naves es la población que menos asistencia tiene. En cuanto a la tasa neta de asistencia básica y educación media sigue siendo el cantón Caluma que más cobertura presenta y el cantón Echeandia es el que menor porcentaje arroja en cuanto a estas asistencias.

2.4. Marco legal

Constitución de la República del Ecuador 2008

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

6. Promover la preservación y recuperación de la agro biodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.

7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.

8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.

9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.

10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.

12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Art. 282.- El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra.

Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes.

El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

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. Trabajo y producción.

Art. 321.-El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

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.

Art. 340.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.

La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social.

El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias

Art. 342.- El Estado asignará, de manera prioritaria y equitativa, los recursos suficientes, oportunos y permanentes para el funcionamiento y gestión del sistema

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación.-

Los tipos de investigación que usamos en el presente trabajo son los siguientes:

- **Investigación de Campo:** La presente investigación se llevará a cabo en la Comuna Charquiyacu, donde tendremos contacto con los principales involucrados en la investigación, que son los productores de naranja, para determinar las falencias de los productores del sector.

- **Investigación Descriptiva:** Consiste en llegar a conocer las costumbres, actitudes y situaciones predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y personas. Se identificarán causas que afecten al crecimiento de producción, limitaciones a las que se enfrentan al momento de comercialización.

- **Investigación Exploratoria:** Mediante esta investigación se puede acceder al nivel inicial de la investigación de un problema, el objetivo es formular un problema en particular para desarrollar de forma más precisa una investigación o establecer una hipótesis. Suele ser utilizado cuando el objeto de estudio ha sido poco estudiado.

3.2. Enfoque de la investigación.-

Enfoque de la investigación: MIXTO

- **Cuantitativo:** Expresada en datos estadísticos y graficados en base a la tabulación de datos y porcentajes referente a la problemática. Método Estadístico – Instrumento: Encuestas.
- **Cualitativo:** La investigación se basa en interpretaciones de diferentes fuentes sobre el tema investigado. Método Inductivo – Instrumento: Entrevista.

3.3. Métodos, técnicas y procedimientos de la investigación.-

Los métodos que utilizaremos para realizar el análisis de la investigación son los que se presentan a continuación:

3.3.1. Método Analítico

Consta en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método nos permite conocer más del objeto del estudio, con lo cual se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

3.3.2. Método Inductivo

Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes que rigen en la sociedad y sus respectivas demostraciones, iniciando su estudio en la incidencia de la problemática y los elementos que intervienen directamente en la investigación.

3.3.3. Método Deductivo

Este método es parte de un todo, ya que interviene la dificultad de la baja rentabilidad que obtienen los productores de naranja, planteando soluciones aplicables y propuestas metodológicas que aclaren, expliquen y concluyan en resultados positivos a la problemática específica.

3.3.4. Técnicas

- Observación: Consisten en una técnica de visualización de hechos, la cual se encuentra respaldada generalmente por una lista de los criterios que se desean analizar.
- La entrevista: Mediante diálogo directo con los habitantes de la comuna se obtendrá la información necesaria para nuestro análisis y desarrollo de la investigación.

3.3.5. Procedimientos

Una vez obtenida y recopilada la información, procedemos de inmediato a su procesamiento, esto implica el cómo ordenar y presentar de la forma más lógica e inteligible los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados.

3.4. Población y Muestra.-

La población y muestra del presente proyecto serán los habitantes de la comuna Charquiyacu principalmente los productores de naranja del sector en mención. Según Jesús Ferrer, autor del libro Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación, hace referencia a la investigación de campo, la cual no se debe realizar cálculo de la muestra, debido a que la población es pequeña, el cual es la muestra más alta al momento de realizar la fórmula para el cálculo para la población finita (Ferrer, 2010)

TABLA # 1: POBLACIÓN DE COMUNA CHARQUIYACU

No.	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1	Habitantes en la Comuna	751	100%
2	Población Activa	349	46%
3	Productores en General	79	23%
4	Productores de Naranja	30	9%

FUENTE: Ministerio de Salud Pública - Caluma
ELABORACIÓN: Angélica Alejandra Muñoz Franco

El Proyecto se realizará con el universo o población que constituye a los pequeños productores de naranja de la comuna Charquiyacu del Cantón Caluma, cuya población es de 30 productores de naranja, que constituyen a los productores que conforman el estudio de investigación.

3.4.1. Tipo de Muestreo

En la investigación se utilizó el muestreo no probabilístico, elegida por conveniencia por lo que no se desarrollará el cálculo de la muestra, así como también no se aplicará la fórmula respectiva ya que la cantidad del universo es menor a 100, no permitiendo el desarrollo antes mencionado.

3.4.2. Muestra

Según el autor Jacqueline Wigodski (2010), refiere que la muestra es; “Un subconjunto fielmente representativo de la población. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiere que sea el estudio de la población”. (Wigodski, 2010)

TABLA # 2: MUESTRA PRODUCTORES DE NARANJA

Población	30
Muestra	30

En la muestra de la investigación se considera a 30 productores de naranja de la comuna Charquiyacu, del Cantón Caluma de la Provincia de Bolívar.

3.5. Las variables y su Operacionalidad.-

TABLA # 3: LAS VARIABLES Y SU OPERACIONALIDAD

Variables	Dimensiones	Indicadores	Método	Técnica	Instrumento
Variable independiente Determinación de los factores socio – económicos para el micro emprendimiento	Factores socio – económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de educación • La migración a las ciudades • La libre comercialización • La competencia desleal • Los intermediarios • La falta de fondos • La existencia de políticas que dificultan los créditos • Programas del Estado limitados 	<ul style="list-style-type: none"> • Analítico • Cuantitativo 	De campo	Cuestionario de encuestas
	el micro emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil de un emprendedor • Tipos de micro emprendimientos • Importancia Ventajas y desventajas • Instrumentos para el desarrollo de un micro emprendimiento 			
Variable dependiente Productores de naranja de la comuna Charquiyacu, del cantón Caluma de la provincia de Bolívar	La producción de naranja	<ul style="list-style-type: none"> • Propiedades de la fruta • Tipos de naranjas que se cultivan en el cantón • Uso y aplicaciones que se le da 			
	La comuna Charquiyacu del cantón Caluma	<ul style="list-style-type: none"> • Hidrografía • Recursos Hidrográficos • Características de la población • Ingresos familiares • Consumo por familia • Condiciones habitacionales • Nivel de escolaridad 	Cualitativo	Bibliográfico	Cuestionario de encuestas

Elaborado por: Angélica Alejandra Muñoz Franco

3.6. Análisis y discusión de los Resultados

Encuesta dirigida a los productores de naranja de la Comuna Charquiyacu, del Cantón Caluma de la Provincia de Bolívar.

1.- ¿Qué nivel de educación usted posee?

TABLA # 4: NIVEL DE EDUCACIÓN

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	Primaria	8	27%
	Secundaria	3	10%
30	Superior	3	10%
	Ninguna de las anteriores	16	53%
TOTAL		30	100%

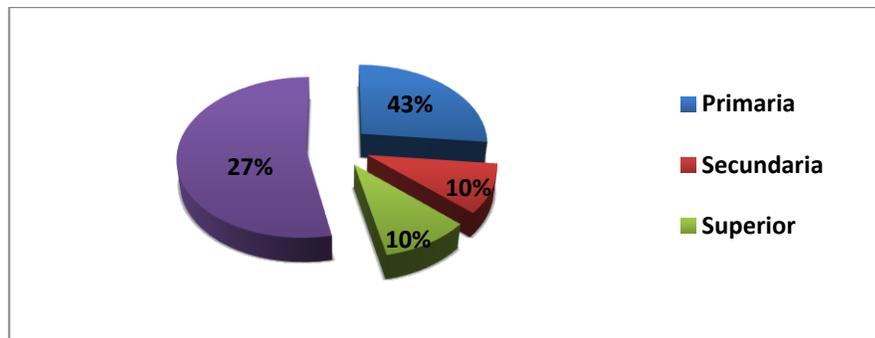


FIGURA # 6: NIVEL DE EDUCACIÓN EN COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 53% manifestaron que no poseen educación, el 27% tiene educación primaria, el 10% educación secundaria y superior; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores son analfabetos.

2.- ¿Cuántos miembros conforman su familia?

TABLA # 5: MIEMBROS QUE CONFORMAN LA FAMILIA

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
30	1 - 3	6	20%
	4 - 6	22	73%
	6 o más	2	7%
TOTAL		30	100%

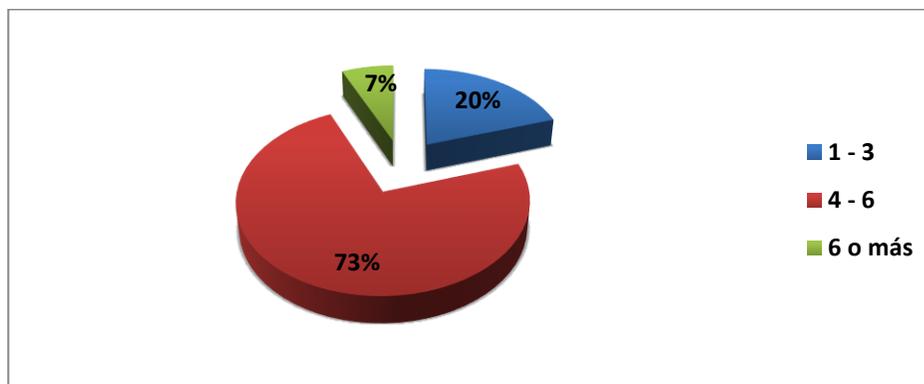


FIGURA # 7: MIEMBROS QUE CONFORMAN LA FAMILIA EN COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

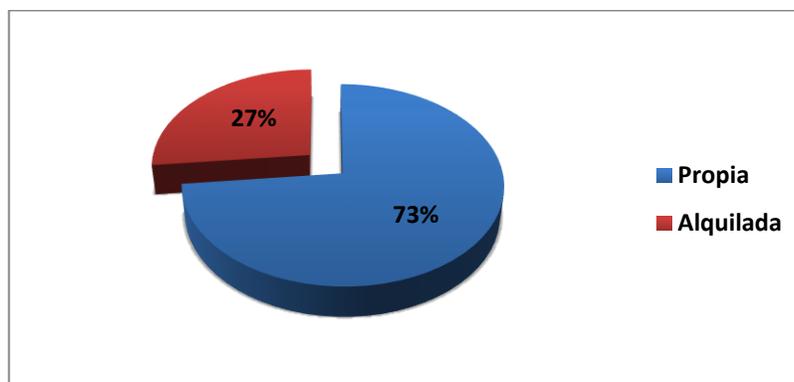
Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 73% manifestaron que su familia está conformada por 4 -6 miembros, el 20% lo conforman 1 -3 miembros y el 7% está conformado por 6 o más miembros; por lo que se puede indicar que en su mayoría la familia de los productores de naranja de la comuna Charquiyacu está compuesta por 4 – 6 miembros.

3.- ¿Qué tipo de vivienda posee?

TABLA # 6: TIPO DE VIVIENDA

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
30	Propia	22	73%
	Alquilada	8	27%
TOTAL		30	100%



**FIGURA # 8: TIPO DE VIVIENDA QUE POSEE LA FAMILIA EN LA COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO**

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 73% manifestaron que poseen vivienda propia y el 27% tiene vivienda alquilada; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores de naranja poseen su propia vivienda.

4.- La vivienda en la que habita es:

TABLA # 7: TIPO DE CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	Caña	0	0%
30	Madera	23	77%
	Cemento	7	23%
	TOTAL	30	100%

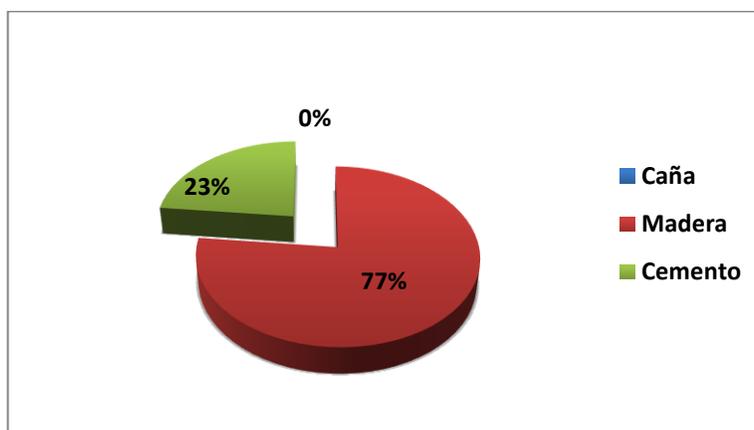


FIGURA # 9: TIPO DE VIVIENDA QUE POSEE LA FAMILIA EN LA COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 77% manifestaron que la vivienda en la que habitan es de madera y el 23% posee viviendas de cemento; por lo que se puede indicar que la mayoría de los productores no tienen buenas condiciones de vivienda.

5.- ¿Qué estado de tenencia usted posee en la tierra en la que cosecha naranja?

TABLA # 8: ESTADO DE TENENCIA

	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	Propietario	24	80%
30	Administrador	0	0%
	Arrendador	6	20%
	TOTAL	30	100%

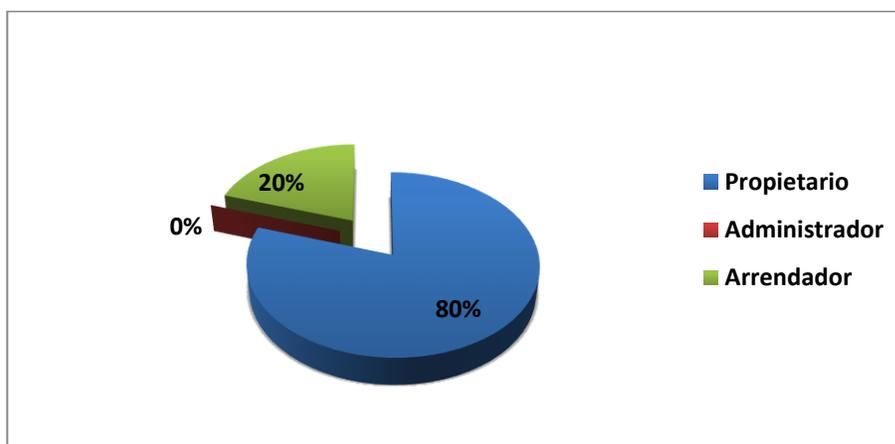


FIGURA # 10: ESTADO DE TENENCIA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA EN LA COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 80% manifestaron que son propietarios de las tierras en las que cosecha la naranja y el 20% arrienda las tierras en las que realiza la cosecha; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores realizan la cosecha de naranja en sus propias tierras reduciendo gastos de arrendamiento.

6.- Su vivienda se encuentra:

TABLA # 9: UBICACIÓN DE VIVIENDA

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
30	Dentro del perímetro de producción	21	70%
	Centro urbano	9	30%
TOTAL		30	100%

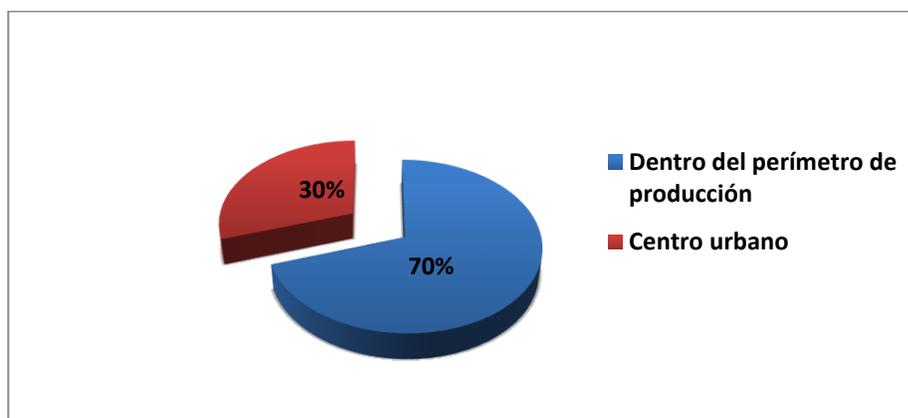


FIGURA # 11: UBICACIÓN DE VIVIENDA DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA EN LA COMUNA CHARQUIYACU
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 70% manifestaron que su vivienda queda dentro del perímetro de producción y el 30% vive en el centro urbano; por lo que se puede indicar que muy pocos productores viven lejos del perímetro de producción.

7.- ¿Cuánto tiempo lleva en la producción de naranja?

TABLA # 10: EXPERIENCIA EN PRODUCCIÓN DE NARANJA

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
30	1 - 5 años	1	3%
	6 - 10 años	4	13%
	11 - 15 años	10	33%
	Mayor a 16 años	15	50%
TOTAL		30	100%

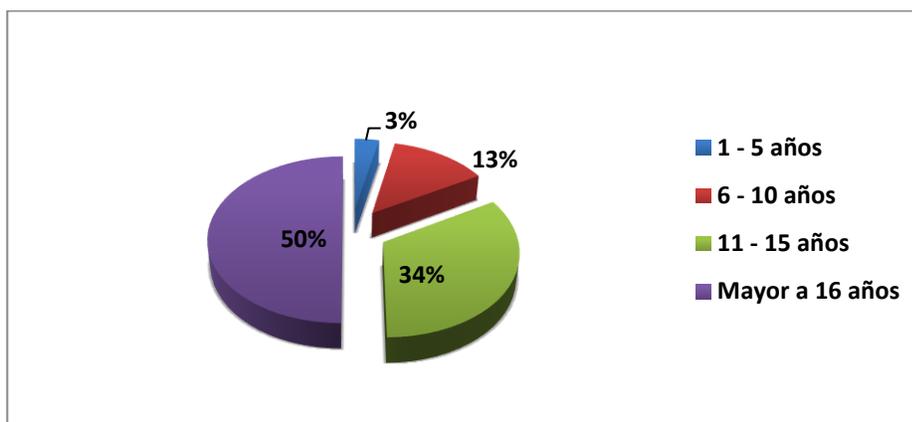


FIGURA # 12: AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 50% manifestaron que llevan más de 16 años en la producción de naranja, 34% entre 11 – 15 años en la producción, 13% entre 6 – 10 años y un 3% entre 1 – 5 años en la producción de la naranja; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores de naranja tienen más de 16 años de experiencia en la producción de naranja.

8.- ¿Qué cantidad de naranja en promedio produce en una cuadra durante un año?

TABLA # 11: CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	5000 - 10.000 Unidades	2	7%
30	10.000 - 20.000 Unidades	10	33%
	20.000 - 40.000 Unidades	18	60%
	TOTAL	30	100%

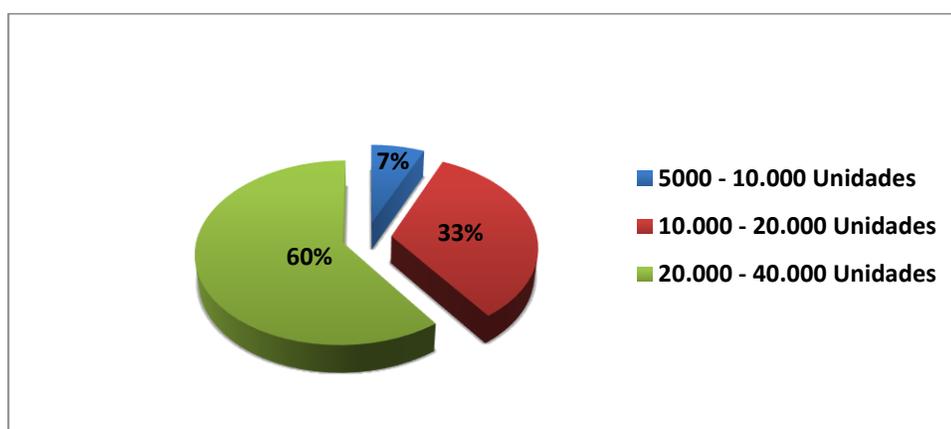


FIGURA # 13: CANTIDAD DE NARANJA ANUALMENTE
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 60% manifestaron que en promedio se produce entre 20.000 – 40.000 unidades en el año, el 33% entre 10.000 – 20.000 unidades y el 7% entre 5000 – 10.000 unidades; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores obtienen más de 20.000 unidades de naranja en el año.

9.- ¿Cómo comercializa la producción de naranja generalmente?

TABLA # 12: COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	Por cosecha	0	0%
30	Por cientos de naranja	30	100%
	TOTAL	30	100%

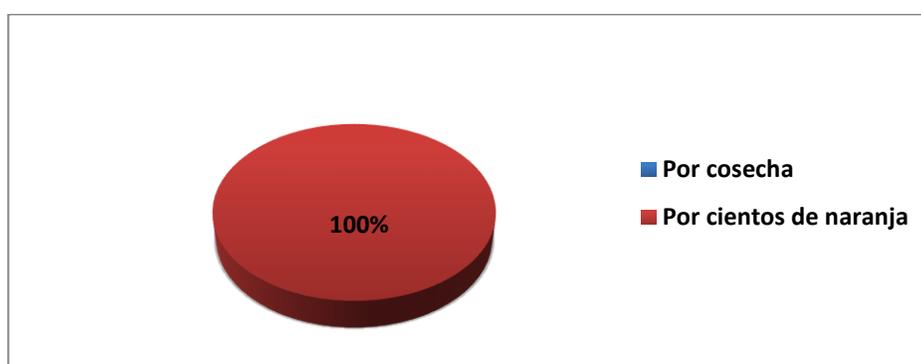


FIGURA # 14: FORMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 100% manifestaron que realizan la venta de producción por cientos de naranja ya que resulta más rentable.

10.- La comercialización de su producto, lo realiza mediante:

TABLA # 13: COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

No.	BARETO		VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
30	Entrega intermediario	a	25	83%
	Venta directa		5	17%
	TOTAL		30	100%

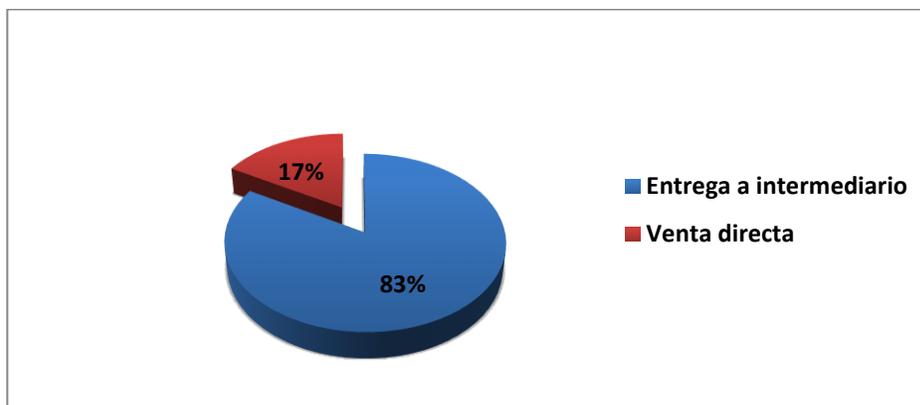


FIGURA # 15: FORMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 83% manifestaron que la comercialización la realizan mediante entrega a intermediarios y el 17% mediante venta directa; por lo que se puede indicar que existe un mínimo porcentaje que vende su cosecha directamente a los consumidores, aumentando su rentabilidad.

11.- ¿A qué precio se vendió el ciento de naranja?

TABLA # 14: PRECIO DE VENTA DEL CIENTO DE NARANJA

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	\$ 1.00 - \$2.50	0	0%
30	\$3.00 - \$4.00	25	83%
	\$4.50 - \$6.00	5	17%
	\$6.50 - \$8.00	0	0%
TOTAL		30	100%

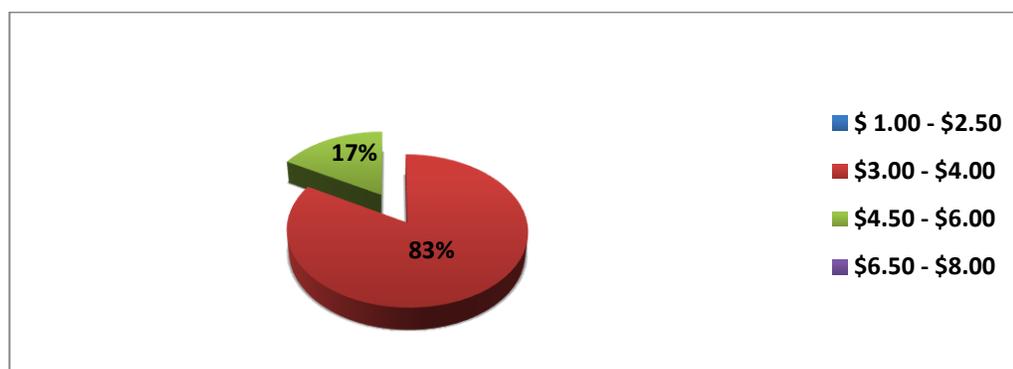


FIGURA # 16: PRECIO DE VENTA DE LA NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 83% manifestaron que el precio de venta del producto oscila entre \$3.00 - \$4.00 el ciento y el 17% entre \$4.50 - \$6.00 el ciento; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores perciben una rentabilidad de \$3.00 - \$4.00 por la venta de cada ciento de naranja.

12.- ¿Cuál es la utilidad que percibe al vender la cosecha anual de naranja?

TABLA # 15: PORCENTAJE DE RENTABILIDAD

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	\$80 - \$100	0	0%
30	\$100 - \$200	12	40%
	\$300 - 500	18	60%
	TOTAL	30	100%

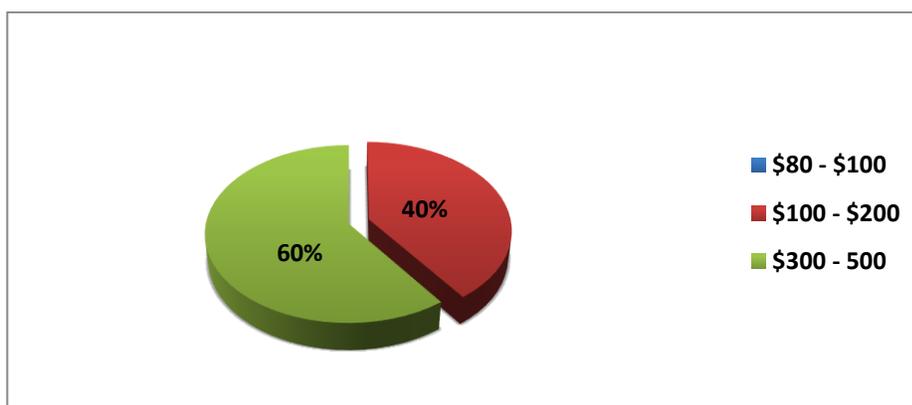


FIGURA # 17: PORCENTAJE DE RENTABILIDAD POR LA VENTA DE LA NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 60% manifestaron que la rentabilidad que perciben anualmente oscila entre \$300 - \$500 y el 40% entre \$100 - \$200; por lo que se puede indicar que en su mayoría los productores perciben una utilidad inferior al sueldo básico actual.

13.- Para usted, ¿la comercialización de la naranja es suficiente para solventar los gastos de su hogar o realiza trabajos extras?

TABLA # 16: ANÁLISIS SOBRE LA PRODUCCIÓN

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
30	Si	5	17%
	No	25	83%
TOTAL		30	100%

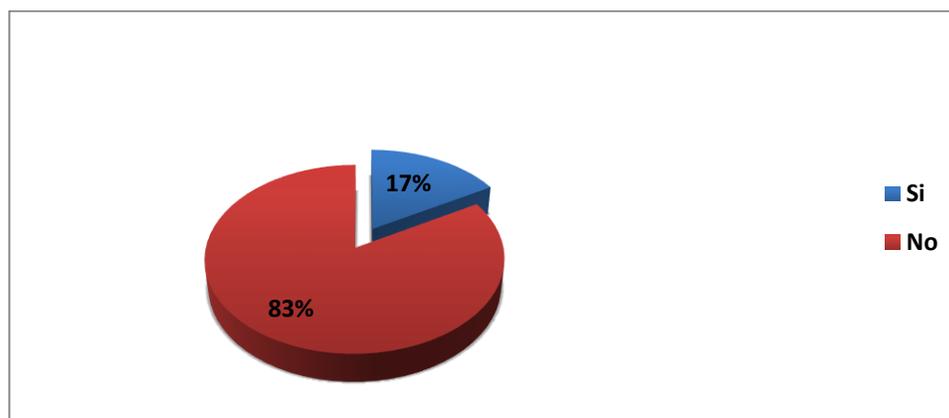


FIGURA # 18: ANALISIS SOBRE LA PRUDUCCIÓN DE NARANJA
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 83% manifestaron que no es suficiente la rentabilidad de la naranja para solventar los gastos de su hogar y el 17% manifestó que si es rentable para cubrir sus gastos, por lo que se puede indicar que para la mayoría de productores dedicarse solo a la producción de la naranja no solventa los gastos que tienen en su hogar.

14.- En los meses que no registra producción – ingresos, ¿Cuál es su alternativa?

TABLA # 17: ALTERNATIVAS DE INGRESO

No.	BARETO	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
	Jornalero	7	23%
30	Otros Cultivos	12	40%
	Otras Actividades	11	37%
TOTAL		30	100%

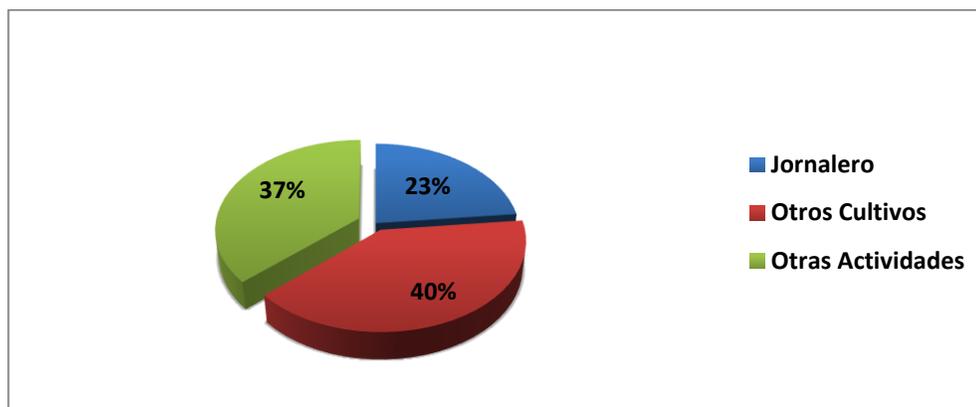


FIGURA # 19: FORMAS DE INGRESO ALTERNATIVAS.
AUTOR: ANGÉLICA ALEJANDRA MUÑOZ FRANCO

Análisis e interpretación

De los 30 productores de naranja encuestados el 40% manifestaron que en los meses que no registran ingresos se dedican a realizar otros cultivos, 37% se dedica a otras actividades y 23% es jornalero, por lo que se puede indicar que la mayoría de productores en los meses que no perciben ingresos se dedican a realizar otros cultivos tales como: caña, maíz, cacao, entre otros.

3.7. Posible solución al problema

- Creación de una empresa extractora de naranja que compre la producción obtenida por los productores. Esta empresa se dedicará a la compra de la producción de naranja de los pequeños productores de la Comuna Charquiyacu para que mejore de esta manera su calidad de vida, desarrollo en la comuna y estabilidad económica.

Conclusiones

- La mayoría de la población productiva de naranja de la Comuna Charquiyacu son analfabetos, lo que los hace vulnerables al momento de realizar alguna negociación con los intermediarios perjudicando su rentabilidad. Se determinó que los miembros que componen a las familias de cada productores está compuesto por 4 – 6 personas, por lo que se debería incentivar una campaña de Planificación Familiar para controlar el crecimiento de la tasa de natalidad de la Comuna. Así, como la vivienda de los productores de naranja de la Comuna Charquiyacu es en su gran mayoría de madera y con características humildes, lo que no garantiza una buena salubridad para los miembros de familia que conviven en ella.

- Se estableció que en la Comuna Charquiyacu se encuentra poblada por 751 habitantes, de los cuales 349 pertenecen a la población activa. Existen 79 productores en general, de los cuales sólo 30 se dedican al cultivo de naranja. La venta del ciento de naranjas oscila entre \$3.00 – \$4.00, lo que conlleva a una rentabilidad inferior a un sueldo básico en la actualidad. Por lo que se debería realizar capacitaciones en la que se direcciona la mejor manera de comercializar a los productores sus propios productos.

- El Cantón Caluma cuenta con aproximadamente 1300 hectáreas de naranja, del cual el 60% de sus habitantes se dedican a este cultivo. Sin

embargo, del estudio efectuado a la comuna se determinó que esta posee 125 hectáreas de naranja, del cual el 9% de sus habitantes se dedican a este cultivo. Por lo que se determina que cada productor de naranja posee 4 hectáreas que representan 6 cuadras aproximadamente, obteniendo 187.5 cuadras de naranja del cual se adquieren 5 625 000 naranjas al año que representan 56 250 cientos de naranja los cuales son vendidos a \$3.50 - \$4.50 el ciento, obteniendo \$196 875 en la venta anual por todos los productores de la Comuna. Del mismo modo, a través de la opinión vertida de los encuestados se puede mencionar que la producción de naranja que ejercen en la actualidad no es rentable, la cual no llega a solventar los gastos fijos que invierten al comprar la semilla, plaguicidas, fertilizantes, riego, poda y cosecha. Por ellos, se deben desarrollar alternativas que permitan una mejor rentabilidad y desarrollo de los pobladores de la Comuna Charquiyacu.

- Se pudo concluir que es necesario que los productores de naranja de la comuna Charquiyacu reciban capacitaciones sobre la producción, tecnificado y formas de negociación del producto para que puedan adquirir conocimientos técnicos, teóricos, prácticos y financieros que permitan mejorar su estado actual y así poder obtener mayor rentabilidad de la producción al momento de negociar con el intermediario o con el consumidor final.

Recomendaciones

- Realizar convenios con el Centro de Salud del Cantón Caluma para proporcionar educación sexual a los habitantes de la Comuna y de esta manera disminuir la tasa de natalidad.

- El Cantón Caluma cuenta con aproximadamente 1300 hectáreas de naranja, del cual el 60% de sus habitantes se dedican a este cultivo. Sin embargo, del estudio efectuado a la comuna se determinó que esta posee 125 hectáreas de naranja, del cual el 9% de sus habitantes se dedican a este cultivo, del cual se adquieren 5 625 000 naranjas al año que representan a 56 250 cientos de naranja los cuales son vendidos a \$3.50 - \$4.50 el ciento, obteniendo \$196 875 en la venta. Por lo que se recomienda realizar capacitaciones sobre técnicas y operatividad a fin de transmitir la tecnología y conceptos actuales sobre procesos productivos en el campo que beneficien a los pequeños productores.

- Los Entes Públicos involucrados en la cadena productiva de la naranja deben tener una mayor participación, a fin de que los pequeños productores de naranja no sean perjudicados en la comercialización. Establecer convenios con financieras del Estado como BanEcuador, Corporación Financiera Nacional y organizaciones de pequeños productores a fin de

promocionar líneas de crédito para el financiamiento de capital de trabajo, inversión y productividad.

Bibliografía

- Adams, D. (2012). *¿Qué papel juega el intermediario en el mercado?* Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de La Voz: <http://pyme.lavoztx.com/qu-papel-juega-el-intermediario-en-el-mercado-11697.html>
- Alonso. (12 de Junio de 2010). *Concepto y definición de emprendimiento*. Obtenido de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Anido & Cartay, 2. (2010). *El plátano en la gastronomía Venezolana (Musa paradisiaca/Harton cv)*. Obtenido de <http://www.academia.edu>.
- Anido, & Cartay. (2010). *El plátano en la gastronomía venezolana (Musa paradisiaca/Harton CV)*. Recuperado el 09 de DICIEMBRE de 2015, de <http://www.academia.edu>.
- Anzola. (2009). Obtenido de Artículos directorios, foros y recursos relacionados con definiciones
- APICIUSYLIBROS. (s.f.). <http://apiciusysuslibros.blogspot.com/2010/12/origen-e-historia-del-platano-musa.html>.
- Arias. (2006). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>: El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica.
- Arosemena, G. (2007). *“Ecuador debe mejorar su productividad”*. Ecuador: Selected Works.
- Aucay, D. G., & Naranjo, G. P. (14 de Marzo de 2011). *Propuesta de creación de empresas para producción y comercialización de los derivados de la caña en la zona de Yunguilla perteneciente a la parroquia Abdón Calderón*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1457/13/UPS-CT002303.pdf>
- Averos, O. (2010). *Productor de naranjas de Caluma*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de <http://www.ppdigital.com.ec/noticias/ciudadania/4/nueve-tipos-de-naranjas-ofrece-caluma-al-pais>
- Baldeon, M. (1 de Febrero de 2012). *Microemprendimiento*. Obtenido de Microemprendimiento: http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/sistemadeinfo_gestionmicro/microemprendimiento_concepto.html
- Bruyn, L., & Mendel. (1987,1999). *Economía Social y Economía Solidaria. Intento de definición*. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/18604/1/articulo1-1.pdf>.
- Cabanellas. (2015). <http://es.slideshare.net/jacintorafael11/diccionario-juridico-elemental-guillermo-cabanellas>. Obtenido de Diccionario elemental Guillermo Cabanellas
- Calderón, G. (1 de Enero de 2016). *Ecuador: proyecciones y propuestas para 2016*. Obtenido de <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/ecuador-proyecciones-y-propuestas-para-2016>
- Caluma. (2015). *Caluma*. Obtenido de Caluma Capital Citricola delEcuador: <http://www.caluma.gob.ec/index.php/caluma>
- CAMPUS VIRTUAL. (s.f.). <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>.

- Caraballo, M. d. (Octubre de 2011). *UNIVERSIDAD DEL ZULIA*. Recuperado el 7 de enero de 2016, de http://tesis.luz.edu.ve/tde_busca/archivo.php?codArquivo=4396
- Castillo Q., S. A. (2013). *Plan de negocios para la comercialización y distribución de artesanías elaboradas por la microempresa folklor Quizhpe la Comunidad Las Lagunas- Cantón Saraguro-Provincia de Loja*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de Universidad Nacional de Loja:
[http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1085/1/AUGUSTO%20CASTI LLO%20\(BIBLIOTECA\).pdf](http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1085/1/AUGUSTO%20CASTI LLO%20(BIBLIOTECA).pdf)
- Castro. (2003). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>: Servicio de Asesoría metodológica
- CATIE. (s.f.). <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A6274E/A6274E.PDF>.
- Cedeño, L. M. (12 de Julio de 2013). *Creación de un centro de producción y comercialización de artesanías de la comuna libertador Bolívar de la parroquia Manglaralto de la provincia de santa Elena*. Obtenido de Universidad Estatal Península de Santa Elena:
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1389/1/CREACI%C3%93N%20%200%20DE%20%20%20UN%20%20%20CENTRO%20%20%20DE%20%20%20P RODUCCI%C3%93N%20%20%20Y%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20%20DE%20%20ARTESAN%C3%8DAS%20%20DE%20%20LA%20COMUNA%20%20LIBERTADOR%20%20BOL.pdf>
- Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. (2012). *El cultivo de plátano, manual técnico*. Obtenido de <http://www.desco.org.pe>.
- CEPEDA. (2010).
https://books.google.com.ec/books?id=MpWU3XmQBNgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. *ReciTela*, 5.
- Cervantes F., M. Á. (2011). *Importancia de los abonos orgánicos*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Infoagro:
http://www.infoagro.com/abonos/abonos_organicos.htm
- CLOC. (2012). *Agricultura en el Ecuador*. Obtenido de Coordinación Latinoamericana de Organizaciones del Campo: <http://www.cloc-viacampesina.net/index.php/es/temas-principales/reforma-agraria/93-reforma-agraria-ecuador>
- Cobeña. (2013). *ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS COSTOS E ÍNDICES FINANCIEROS EN PARCELAS PEQUEÑAS MEDIANAS Y GRANDES EN LA PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN EL CANTÓN EL CARMEN- MANABÍ*. Loja-Ecuador: Universidad Politécnica.
- Cobeña, F. (2013). *ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS COSTOS E ÍNDICES FINANCIEROS EN PARCELAS PEQUEÑAS MEDIANAS Y GRANDES EN LA PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN EL CANTÓN EL CARMEN- MANABÍ*. Loja-Ecuador: Universidad Politécnica .
- CODEX. (2006). *Normas Internacionales de Alimentos*. Obtenido de <http://www.fao.org>.
- Código de Barra GS1 Ecuador, C. (2008). *Generador de códigos de barra*. Obtenido de <http://www.codigosecuador.com/>
- Coloma, V. (2010). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia Bolívar* . Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de Gobierno Autónomo descentralizado de la provincia Bolívar: <http://app.sni.gob.ec/sni->

- link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0260000170001_PDOT%20BOLIVAR%202015_02-09-2015_12-08-14.pdf
- Comercio, E. (25 de Junio de 2011). *La naranja está en temporada*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/naranja-temporada.html>
- Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria. (Diciembre de 2012). *Proyecto de ley organica de comercialización y abastecimiento alimentario*. Recuperado el 17 de Agosto de 2016, de <http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/01/PROYECTO-DE-LEY-DE-COMERCIALIZACION-Y-ABASTECIMIENTO-AGROPECUARIO-FINAL.pdf>
- Coraggio, & Polanyi. (2014). Economía Social y Solidaria para la satisfacción de necesidades. En Guerra, Jácome, Páez, E. Ruiz, Mariño, & Flores, *Serie Estudios Sobre Economía Popular y Solidaria* (pág. 26). Quito -Ecuador.
- CORTEZ & QUER RAMÓN. (2000). <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/193.pdf>. Obtenido de Estrategia de la internalización de la empresa
- Cultivo de plátano*. (León 1987).
- Davalos, & Gonzales. (2010). *2012 INCORPORACIÓN DE UNA ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA COMO ALTERNATIVA AL MEJORAMIENTO DE LAS MICROFINANZAS RURALES DESDE 2007-2010*. Loja-Ecuador : Universidad de Loja .
- Davidsson, & Henrekson. (16 de Marzo de 2007). *Factores que influyen en la creación y consolidación de empresas en Andalucía*. Obtenido de Factores que influyen en la creación y consolidación de empresas en Andalucía: http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:20028/componente20027.pdf
- DEBITOOR.ES. (s.f.). <https://debitoor.es/glosario/definicion-canal-distribucion>.
- Definición. de. (s.f.). Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO.htm>: Definición de ingresos
- DEFINICIONABC. (s.f.). <http://www.definicionabc.com/economia/ingresos.phpv>.
- DIARIO EL COMERCIO. (s.f.). <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/tres-tipos-de-platano-se.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. *ElComercio.com*.
- Diccionario Ecofinanzas. (2015). <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO.htm>. Obtenido de Diccionario de Ecofinanzas
- INIAP. (2015). <http://www.iniap.gob.ec/web/>.
- INIAP. (s.f.). <http://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/2202>.
- INIAP, 1. (s.f.). <http://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/2202>.
- ISO. (2007). *Quinto informe complementario Colaboración entre la Organización Internacional del Trabajo y la Organización Internacional de Normalización (ISO)*. Obtenido de <http://www.ilo.org>.
- James Brian Quinn. (2015). Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=YephqTRD71IC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=Estrategia+Es+un+plan+que+integran+las+principales+metas+y+pol%C3%ADticas+de+una+organizaci%C3%B3n+y,+a+la+vez,+establece+la+secuencia+coherente+de+las+acciones+a+realizar.&source=bl&ots=:> El proceso estratégico

- Jorge Milton Moreno. (2009). *Buenas Prácticas Agrícolas en el Cultivo de Plátano de Exportación*. Obtenido de <http://cep.unep.org>.
- Juan Cordero López, S. A., & Martínez, O. A. (9 de Febrero de 2011). *Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador*. Obtenido de Universidad de Cuenca:
[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20\(3\).pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20(3).pdf)
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>
- Marquinez, L. (2011). *MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO EN LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR PEQUEÑAS EMPRESAS RURALES DE PLÁTANO, CASOS: COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES JULIO PINEDA, R.L. Y FÁBRICA LAS HUACAS EN PANAMÁ*. Costa Rica .
- Martínez, Á. G. (12 de Noviembre de 2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de frutas exóticas deshidratadas empacada tipo snack (pina, banano, mango, frutilla, papaya) en la ciudad de Quito*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4708/1/UPS-QT02317.pdf>
- Martinez, V. (2010). *PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA COOPERATIVA AGRÍCOLA DE TRABAJO ASOCIADO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁTANO ORGÁNICO EN EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA RESULTADOS*. Bogota-Colombia: Universidad Colombia .
- Nación, L. (2 de Febrero de 2016). *Bolívar incursiona en la producción de naranja*. Obtenido de La Nación: <https://lanacion.com.ec/bolivar-incursiona-en-la-produccion-de-naranja/>
(Nava 1997).
- Nosti, R. (2010). *Financiamiento PYMES, Asociación de Bancos de México*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de
http://www.uv.mx/amcdpe/documentos/VIIIReunion/Presentación_Evento%20PYMES_act_jul07%20Revisión%20RNG%20v2.ppt
- Nyssenes, M. (1997). Popular Economy in the South, Third Sector in the North: are they signs of a germinating economy of solidarity.
- OCD. (2010). <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>. Obtenido de Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
- Ochoa, & Villalobos. (Febrero de 2010). www.javeriana.edu.co. Recuperado el 7 de enero de 2016, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis246.pdf>
- ONU. (2001). <http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/mdg-report-2013-spanish.pdf>. Obtenido de Plan del Buen Vivir
- Otamendi, J. (2011). *La competencia desleal*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de Palermo:
http://www.palermo.edu/derecho/publicaciones/pdfs/revista_juridica/n3N2-October1998/032Juridica01.pdf
- Pan Nacional Buen Vivir. (2013-2017). *Pan Nacional Buen Vivir, todo el mundo mejor*. Obtenido de <http://es.slideshare.net>.
- Parada R., L., & Macías G., G. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. México: Editorial Universitaria.

- Rosales, F., Alvarez, J., & Vargas, A. (2010). *Guia practica para la produccion de platano con atlas densidades experiencias de America Latina y El Caribe*. Obtenido de <http://www.bioiversityinternational.org/>.
- SAG. (s.f.). <http://gamis.zamorano.edu/gamis/es/Docs/frutas/platano.pdf>.
- Salgado, J. (2014). *COOPERACIÓN INTERNACIONAL ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS BASADO EN LA MATRIZ PRODUCTIVA ECUATORIANA, EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR Y EN LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PARA LA CREACIÓN DE UN MODELO DE EMPRESA AGROEXPORTADORA*. Quito-Ecuador: Universidad central .
- SAN JACINTO, L. (2014). *MEDICIÓN DE LOS FACTORES INCREMENTALES QUE GENERA EL RIEGO TECNIFICADO EN LOS ACTORES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DE LAS COMUNIDADES EL BELDACO*. MANABÍ: Universidad central del Ecuador .
- Sánchez Villena, I. (1995). *Toma de decisión vocacional no sesgada por razón de género*. Madrid: Ministerio de Educación.