



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

TÍTULO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA DE SEMILLA DE LA
CAÑA DE AZÚCAR DEL EXCEDENTE DEL CANTERO
HIDALGO A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
UBICADOS EN TAURA/CASCAJAL CANTÓN
NARANJAL DE LA COSECHA 2015.**

AUTOR:

HIDALGO NEIRA, JUAN CARLOS

TUTOR:

ING. MATA PATIÑO, EDUARDO

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
VENTAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Juan Carlos Hidalgo Neira como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas

TUTOR

ING. EDUARDO MATA PATIÑO

DIRECTOR DE LA CARRERA

ING. GUILLERMO VITERI SANDOVAL, DS.

Guayaquil, a los 27 días del mes de Agosto del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Juan Carlos Hidalgo Neira

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Plan de negocio para la venta de semilla de la caña de azúcar del excedente del cantero Hidalgo a los pequeños productores ubicados en Taura/Cascajal cantón Naranjal de la cosecha 2015”, previa a la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Ventas, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 días del mes de Agosto del año 2015

EL AUTOR

Juan Carlos Hidalgo Neira

CC.: 0912379393



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
AUTORIZACIÓN**

Yo, Juan Carlos Hidalgo Neira

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Plan de negocio para la venta de semilla de la caña de azúcar del excedente del cantero Hidalgo a los pequeños productores ubicados en Taura/Cascajal cantón Naranjal de la cosecha 2015”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 días del mes de Agosto del año 2015

EL AUTOR

Juan Carlos Hidalgo Neira

CC.: 0912379393

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi gran guía durante mis años de estudio y por darme la paciencia y sabiduría para completar mi carrera profesional.

A mi madre, quien en toda etapa de mi vida forma parte fundamental, puesto que sin su amor y sus consejos quizás hubiese sido complicado seguir este camino.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la cual permitió que desarrolle el sendero de mi carrera profesional y a los docentes que contribuyeron en este logro que el día de hoy obtengo.

A mis compañeros, por ser mis hermanos durante todo el curso de la carrera universitaria y con quienes compartí excelentes momentos.

Juan Carlos Hidalgo

DEDICATORIA

Dedicado a mi madre, la persona más especial en mi vida.

A mis familiares y amigos, quienes estuvieron pendiente de que este camino termine con éxito.

Juan Carlos Hidalgo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CALIFICACIÓN

ING. EDUARDO MATA PATIÑO

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
CALIFICACIÓN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	4
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
CAPÍTULO I.....	6
SEGMENTACIÓN.....	6
1.1. Mercado Meta.....	6
1.2. Macro segmentación.....	7
1.3. Micro segmentación.....	8
1.4. Perfil del consumidor	9
CAPÍTULO II.....	11
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	11
2.1. Análisis PEST	11

2.2. Análisis Porter.....	15
2.3. Población y muestra	17
2.3.1. Población	17
2.3.2. Muestra	18
2.3.3. Análisis de los resultados.....	19
CAPÍTULO III.....	32
EL PRODUCTO O SERVICIO	32
3.1. Características del producto a ofrecer	32
3.2. Cadena de valor	33
3.3. FODA.....	37
CAPÍTULO IV.....	41
PLANES ESTRATÉGICOS.....	41
4.1. Plan de ventas.....	41
4.1.1. Fuerza de ventas.....	41
4.1.2. Promociones de ventas.....	42
4.2. Políticas de pedidos.....	45
4.3. Política de descuento.....	45
4.4. Políticas de crédito y cobranzas	46
4.5. Garantías	47
4.6. Relación con la mercadotecnia.....	47
4.6.1. Producto.....	47
4.6.2. Precio.....	49
4.6.4. Promoción.....	50
CAPÍTULO V.....	53
ESTADIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	53
5.1. Determinación de la inversión inicial.....	53
5.2. Fuentes de financiamiento.....	53

5.3. Presupuesto de Ingresos y Costos	54
5.4. Factibilidad Financiera	55
5.4.1. Periodo de recuperación	55
5.4.2. Valor Actual Neto (VAN) y (TIR).....	55
5.5. Análisis de sensibilidad.....	56
5.6. Seguimiento y evaluación	56
CAPÍTULO VI.....	57
RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	57
6.1. Base Legal.....	57
6.2. Medio Ambiente.....	58
6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan de Buen Vivir	
58	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
Conclusiones	60
Recomendaciones	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tiempo laborando	19
Tabla 2 Estabilidad económica	20
Tabla 3 Importancia de la actividad para el país	21
Tabla 4 Recursos necesarios para la actividad	22
Tabla 5 Papel del gobierno	23
Tabla 6 Apoyo de los grandes ingenios	24
Tabla 7 Proceso de sembrado	25
Tabla 8 Equipos/materia prima de mayor importancia	26
Tabla 9 Importancia de un abastecedor de semillas	27
Tabla 10 Beneficios esperados	28
Tabla 11 Inversión inicial	53
Tabla 12 Fuentes de financiamiento	53
Tabla 13 Presupuesto de costos	54
Tabla 14 Ingresos	54
Tabla 15 Retorno de inversión	55
Tabla 16 Viabilidad financiera	55
Tabla 17 Sensibilidad	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Macro segmentación	7
Gráfico 2 Micro segmentación	8
Gráfico 3 Análisis PEST	14
Gráfico 4 Análisis Porter	15
Gráfico 5 Tiempo laborando.....	19
Gráfico 6 Estabilidad económica.....	20
Gráfico 7 Importancia de la actividad para el país	21
Gráfico 8 Recursos necesarios para la actividad.....	22
Gráfico 9 Papel del gobierno	23
Gráfico 10 Apoyo de los grandes ingenios	24
Gráfico 11 Proceso de sembrado	25
Gráfico 12 Equipos/materia prima de mayor importancia	26
Gráfico 13 Importancia de un abastecedor de semillas	27
Gráfico 14 Beneficios esperados	28
Gráfico 15 Morfología de la semilla de la caña de azúcar del cantero Hidalgo	32
Gráfico 16 Yema de tipo oval.....	33
Gráfico 17 Cadena de Valor.....	34
Gráfico 18 FODA	38
Gráfico 19 Matriz FODA.....	39
Gráfico 20 Estrategia CAME	40
Gráfico 21 Gorras	44
Gráfico 22 Esferos	44
Gráfico 23 Llaveros.....	44
Gráfico 24 Caña de azúcar	48
Gráfico 25 Canal de distribución directo	50
Gráfico 26 Mapa de Naranjal	50
Gráfico 27 Volantes a repartir	51
Gráfico 28 Beneficiarios.....	59

RESUMEN

La presente investigación plantea el análisis de la oportunidad que existiría de mejorar las ventas del cantero Hidalgo vendiendo el excedente de la producción de semillas de caña de azúcar por toneladas. El rendimiento de este cultivo y el impacto económico que genera la producción de este rubro en la economía de familias, denota la importancia de iniciar con este proyecto, dando la oportunidad que los productores de caña de azúcar cuenten con alguien que los pueda proveer de caña de azúcar. Dentro del proceso de investigación se identifican los factores primordiales para generar las ventas y la rentabilidad esperada. La caña se propaga mediante la plantación de trozos de caña, de cada nudo sale una planta nueva idéntica a la original; una vez sembrada la planta crece y acumula azúcar en su tallo, el cual se corta cuando está maduro.

Palabras claves: Caña de azúcar, ventas, plan, rentabilidad

ABSTRACT

This research presents the analysis of the opportunity that would improve the cantero Hidalgo sales selling the surplus of sugarcane seed production per ton. The yield of this crop and economic impact generated by the production of this item in the family economy, denotes the importance of starting with this project, giving the opportunity to having with someone who can provide them with sugar cane sugar cane producers. Within the research process the main factors are identified to generate sales and expected profitability. The cane is propagated by planting pieces of cane, each knot is a new plant that is identical to the original; sown once the plant grows and accumulates sugar in the stem, which is cut when it is ripe.

Key words: sugarcane, sales, plan, profitability

INTRODUCCIÓN

La caña de azúcar cuyo nombre científico es *Saccharum officinarum*, es una planta que ha estado presente en la vida del hombre desde hace miles de años, su proveniencia se la atribuye desde el continente asiático, donde luego se la distribuye por Europa para posteriormente llegar a las Américas gracias a los españoles, sin pensarse que países Latinoamericanos como Ecuador se convertirían en uno de los principales productores de esta planta y su principal derivado el azúcar.

El Ecuador, es un país de potencia agrícola donde año a año se logra ofertar una amplia variedad de productos provenientes de la tierra, generando así sostenibilidad a la economía de diversas zonas y agricultores del país. No solo el banano, el cacao y las flores contribuyen a que la economía del país crezca y se mantenga, sino que además productos como la caña de azúcar generan gran rentabilidad en zonas donde el cultivo y venta de esta planta y sus derivados son comunes.

El clima del Ecuador es ideal para el cultivo de esta planta, siendo un factor más que contribuye a que se generen constantemente grandes plantaciones de la misma, ya que recibe la cantidad adecuada de agua y sol en las temporadas respectivas, que dependiendo de las hectáreas plantadas poder producirse cientos de toneladas de caña de azúcar y a su vez de otros derivados.

Además, la fácil plantación de este tipo de planta es otro importante factor para que el Ecuador sea un gran productor de azúcar a nivel regional y mundial. El azúcar al ser un derivado empleado día a día por las personas así como negocios e industrias donde gracias a esta se producen productos endulzados, tiene gran demanda en todo el mundo y esta no cesa, por ello es de vital importancia la producción de la caña de azúcar, desde la cual se obtiene este derivado que genera importantes ingresos económicos tanto para grandes como pequeños productores y consecuentemente para el país en sí.

Sin embargo, un punto importante que hay que tomar en consideración, si lo que se desea es obtener una producción sana de caña de azúcar es

logrando generar una buena germinación, garantizando así prolongar la actividad que generan los canteros en el Ecuador.

Es por ello, que se procede a realizar el presente plan de negocios, el cual consta de varios capítulos, donde en cada uno se trata y desarrolla un tópico en particular, tal como se detalla a continuación:

Dentro del Capítulo 1, se establece la segmentación, mercado meta, macro y micro segmentación así como se puede conocer el perfil del consumidor hacia el cual va dirigido el plan de negocios de la semilla de caña de azúcar.

El capítulo 2, abarca a toda la investigación de mercado, donde herramientas de análisis tales como el PEST y el Porter permitirán conocer el panorama en el cual se desarrollan el Cantero Hidalgo, para posteriormente definir la población y muestra de las personas que serán objeto de la investigación a aplicarse, tales como encuestas y entrevistas, teniendo un sustento de factibilidad del proyecto en el sector a aplicárselo.

Mientras que en el capítulo 3, se especifica mucho más acerca del producto a ofrecerse, con sus respectivas características, para luego identificar toda la cadena de valor que gira en torno a la empresa y las tecnologías entre otras gestiones con las que cuenta para llevar este producto al mercado determinado. En este capítulo también se incluye el análisis situacional de la empresa o FODA identificando factores internos y externos que permitirán o limitarán el normal desarrollo de la empresa.

El capítulo 4 contiene todo el desarrollo del plan estratégico el que se deberá planear para tener éxito en el abastecimiento de la semilla de caña de azúcar para los pequeños ingenios, realizando gestiones de marketing y aplicando las políticas con las que la empresa en este caso el Cantero Hidalgo proveerá de las semillas a los pequeños cañicultores de la zona.

Dentro del capítulo 5, se determina el estudio de factibilidad financiera, es decir se detalla toda la inversión, fuentes de financiamiento, fuentes de financiamiento entre otros aspectos, como la tasa de sensibilidad del plan de negocios desarrollado, que posteriormente deberá ser seguido y evaluado para asegurar su buena gestión.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El plan de negocios a desarrollarse tiene como principal meta lograr la venta de semillas de la caña de azúcar, esto del excedente que se genera del cantero Hidalgo para ofertarlo hacia los pequeños productores ubicados en Taura/Cascajal del cantón Naranjal, quienes se han visto rezagados de realizar esta actividad con normalidad, ya que les resulta sumamente costoso adquirir estas semillas en otros lugares para lograr la producción de caña de azúcar a menor escala.

Es importante mencionar además que actualmente el cantero Hidalgo cuenta con un contrato con el Gobierno del Ecuador que le permite poder multiplicar la semilla para ofertarla a futuros cañicultores en todo el país, por ello y observando la poca importancia que los grandes ingenios y el Gobierno ha puesto a los pequeños cañicultores, se ha evidenciado la oportunidad de abastecer de semillas de caña de azúcar a los pequeños productores de Taura/Cascajal del cantón Naranjal.

Es importante acotar que el cantero Hidalgo le justifica al gobierno del Ecuador la producción de caña de azúcar por toneladas y no por hectáreas, esto se logra gracias a la tecnología de punta con la que se cuenta. Por ende teniendo en consideración que el gobierno al cantero Hidalgo le solicita una cantidad determinada de caña de azúcar, se desea sacar provecho a esta ventaja para cosechar más de lo solicitado por el gobierno, teniendo así el excedente que permite abastecer a los pequeños cañicultores.

El cantero Hidalgo lo que busca al ofertar estas semillas a los pequeños cañicultores, es fomentar a que estos puedan vender la caña de azúcar en sí a otros ingenios más pequeños, generándose así una cadena de ayuda mutua

que va desde el cantero Hidalgo hacia los cañicultores y estos beneficiaran a su vez a los ingenios más pequeños que también carecen de muchos recursos obteniendo así la materia prima más económica.

Por lo tanto, el cantero Hidalgo con el plan de negocios desarrollado para abastecer de semillas para caña de azúcar a los pequeños productores de Taura/Cascajal del cantón Naranjal obtendrá mayor rentabilidad e incrementará los rubros de utilidades gracias al nuevo segmento de mercado al que se dirigirá, que se convierte a su vez en un canal de distribución ayudando a la generación de fuentes de trabajos estables, es decir el beneficio del plan de negocios a desarrollar será mutuo.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El plan de negocios a desarrollarse en torno a la actividad que realiza el cantero Hidalgo, busca abastecer a los pequeños cañicultores de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, quienes debido a su actividad requieren de semillas que les permita tener una materia prima (caña de azúcar) de calidad, a un precio inferior de lo que comúnmente pueden conseguirla cuando tiene el recurso económico, ya que en la mayoría de las veces no la compran a otros canteros porque estos se las venden a precios muy elevados ya que están más dirigidos a productores grandes tales como ingenios San Carlos, Valdez y la Troncal.

Otro punto importante de sacar provecho vendiendo las semillas de la caña de azúcar por parte del cantero Hidalgo, es precisamente porque el gobierno actual compra solo materia prima a productores grandes, que les represente toneladas de caña de azúcar para poder a partir de esto venderla y distribuirla a nivel nacional. Es decir, que los pequeños cañicultores no tienen el respaldo, el apoyo y la oportunidad de crecimiento tanto del gobierno como de los ingenios, deteniendo prácticamente su actividad, lo que pone en desventaja a estos productores que anhelan crecer y generar plazas de trabajo que no solo los beneficiaría a ellos, sino que también al país.

Por ende, el plan de negocios para la venta de semillas del cantero Hidalgo, busca generar mayor rentabilidad económica al direccionarse a un

nicho de mercado que no ha sido atendido, y del cual al desarrollar eficientes negociaciones se pueden obtener beneficios mutuos, generando plazas de trabajo en la zona de Taura/Cascajal del cantón Naranjal.

Además se justifica el plan de negocios, ya que esta actividad se alinea con el Objetivo 8, del Plan Nacional del Buen Vivir, que indica “**Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible**”, así como con el objetivo 10 “**Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva**”. Por lo tanto, el plan de negocios requerirá de todo un despliegue estratégico que permita al cantero Hidalgo lograr sus objetivos comerciales, incrementando la rentabilidad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- Abastecer a los pequeños productores de la zona Taura/Cascajal del cantón Naranjal de la semilla certificada para la siembra de caña de azúcar con un incremento anual del 5% del periodo 2015-2016.

Objetivos específicos

- Identificar el área y a los cañicultores a los cuáles se abastecerá de la semilla para la siembra de la caña de azúcar.
- Indagar sobre las necesidades que tienen actualmente los cañicultores de la zona.
- Determinar el producto con que se abastecerá a los pequeños cañicultores.
- Diseñar y estandarizar los métodos de investigación más adecuada.
- Integrar la información recabada y elaborar un diagnóstico.
- Evaluar la viabilidad del plan de negocios a través de un análisis económico y financiero.

CAPÍTULO I

SEGMENTACIÓN

1.1. Mercado Meta

Según (Sulser, 2011, pág. 67):

Un mercado meta es aquella porción del mercado total elegido por un productor o prestador de servicios, para así poder ofertar los bienes o servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia especial, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos.

Por lo tanto, conforme a lo expresado por Sulser (2011), el mercado meta es aquel conjunto de personas previamente identificadas hacia las cuáles se les ofrecerá un producto o servicio determinado, en este el cantero Hidalgo abastecerá con semillas para sembrar caña de azúcar a aquellos cañicultores de la zona Taura/Cascajal del cantón Naranjal.

Tomando en consideración que en el Ecuador se producen diversas variedades de caña de azúcar, cada año se logran cultivar miles hectáreas de tierra, que al final dejan como resultados cientos de toneladas de caña de azúcar. El cantero Hidalgo al efectuar respectivamente el cultivo y producción de la caña de azúcar gracias a que cuenta con la tecnología adecuada para poder obtener un producto de calidad, abastecerá de semillas para la siembra de caña de azúcar a los pequeños cañicultores, los cuales podrán cosechar y obtener diferentes variedades de caña, siendo las principales la CC-8592, CR-74250, CR74250 ECU-01 y RAGNAR.

Se recalca que, el cantero Hidalgo se enfocará específicamente en estos pequeños cañicultores, debido a que estos por desarrollar la actividad de manera micro, no cuentan con el suficiente recurso económico para comprar la semilla para la siembra de la caña directamente a los grandes ingenios o el gobierno, debido a que estos están más enfocados en realizar negocios con otras grandes empresas que les generen mayor margen de rentabilidad, por ende, en vista de que este nicho de mercado está desatendido, el cantero Hidalgo lo abastecerá con el excedente que se genera durante el segundo periodo del 2015 en la provincia del Guayas.

1.2. Macro segmentación

Conforme a lo que García (2010, pág. 89), “La macro-segmentación opera en la fase inicial de la preselección de los mercados, considerados como potenciales por cumplir una serie de exigencias mínimas para la comercialización del producto”.

Por ello, en base a lo expuesto por García (2010), con la macro segmentación se podrá tener de manera general el perfil de los cañicultores de la zona Taura/Cascajal del cantón Naranjal, a quienes se les abastecerá de la semilla para sembrar caña de azúcar, esto con la finalidad de brindarles las semillas conforme a sus necesidades comerciales y poder adquisitivo, asegurando así la negociación a desarrollar por el cantero Hidalgo a fin de generar beneficios para ambas partes. A continuación se presenta de manera gráfica el desarrollo de la macro segmentación efectuada, teniendo en consideración tres aspectos esenciales que componen este análisis:



1.3. Micro segmentación

Para (Rivera, 2012, pág. 97), “La micro segmentación se define como la subdivisión del producto-mercado en subconjuntos de compras con características comunes de compra/consumo. En realidad es una agrupación más profunda o más específica del mercado”.

Referenciando lo mencionado por Rivera (2012), la micro segmentación se centra mucho más en aspectos del mercado en específico, es decir, es una descripción que va desde el lugar a donde se encuentra el mercado al cual se atenderá, hasta conocer a profundidad los estilos de vida y beneficios que buscan de un producto en específico. En este caso, el cantero Hidalgo, deberá analizar desde cuatro perspectivas al mercado o clientes al que abastecerá con las semillas para la siembra de caña de azúcar en la zona Taura/Cascajal del cantón Naranjal, tomando en cuenta la necesidad de estos por obtener estas semillas y su capacidad adquisitiva para requerirla.

Por lo tanto a continuación se presenta en el siguiente gráfico el detalle de la micro segmentación:

Gráfico 2 Micro segmentación

Geográfica	Datos
País: Región: Provincia-ciudad: Clima:	Ecuador Costa Guayas, Naranjal Tropical
Demográfica	Datos
Edad: Sexo: Religión: Nacionalidad:	Desde 18 en adelante Indiferente Indiferente Indiferente
Socioeconómica	Datos
Nivel socioeconómico: Instrucción: Ocupación:	-Medio-Medio bajo y Bajo (c-b) -Indiferente -Cañicultores

Psicográficos	Datos
Estilos de vida:	Cañicultores que buscan la factibilidad económica y entablar negocios que generen beneficios mutuos.
Personalidad:	Son productores de caña que buscan obtener mayor rentabilidad y generar más plazas de trabajo por lo que acceden a adquirir semillas para caña de azúcar a menor precio.
Conductuales	Datos
Beneficios buscados:	Incrementar su productividad comercializando la caña de azúcar a pequeños ingenios de la zona.
Tasa de uso: Nivel de lealtad:	Habitual Alto

Elaborado por: El autor

1.4. Perfil del consumidor

Una vez identificado el mercado meta y de haber efectuado tanto la macro y micro segmentación, se logra tener en espectro más amplio sobre el cliente que será abastecido con las semillas para el sembrío de la caña de azúcar en el sector de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, lo que permitirá tener definidas características similares que determinan en sí, al grupo de personas en este caso cañicultores que se encuentran como principales beneficiados del cantero Hidalgo en el desarrollo del presente plan de negocios.

Por lo tanto, el perfil del consumidor identificado da luz verde para más adelante el desarrollo de las estrategias que requerirá el cantero Hidalgo, para que así puede lograr tener mayor margen de productividad y rentabilidad

económica al abastecer a un precio más bajo a los pequeños productores de caña de azúcar de aquel excedente con el que este cantero logra generar.

Entonces se concluye que, los clientes a los cuales se ofertará las semillas de la caña de azúcar son todos los pequeños productores o cañicultores del sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal, cuyas edades a considerar va desde 18 años en adelante de un nivel socio económico C y B, debido a que estos no disponen de muchos recursos económicos para adquirir las semillas desde los grandes ingenios y el gobierno ya que estos efectúan negocios con empresas que pueden pagar miles de dólares por toneladas de caña de azúcar.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Análisis PEST

(Martínez & Milla, 2010, pág. 34), “La metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro”.

Por lo tanto, en base a lo expuesto por Martínez y Milla (2010), con el análisis PEST se podrá hacer una evaluación del entorno en el que gira la empresa, en este caso, del cantero Hidalgo, que se basará a un plan de negocios que le permita llevar de forma eficiente el abastecimiento de semillas de caña de azúcar para los cañicultores del sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal. Por ende, a continuación se procede a efectuar el respectivo análisis de cada uno de los factores que componen el PEST.

- **Político**

- El gobierno ecuatoriano actualmente impulsa y mantiene con diversos canteros el apoyo constante para que estos le puedan proveer por temporadas toneladas específicas de caña de azúcar, pagándoles a un precio razonable.

- A diferencia de años anteriores donde no había un comercio justo para los pequeños cañicultores, actualmente a través del MAGAP se impulsa mucho más la producción de azúcar, esto con la finalidad de exponerla a otros procesos para extraer biocombustible, lo que ha generado que se incremente mucho más el cultivo de esta planta.

- **Económico**

- Gracias a las características del suelo, y el clima con el que cuenta el Ecuador, la caña de azúcar se puede desarrollar adecuadamente, lo que genera que se logren cultivar entre 4.000 a 7.000 hectáreas

en varios cantones de la provincia del Guayas, generando beneficios económicos ya que este producto y sus derivados.

- Por cada tonelada de caña de azúcar cultivada se paga 30,75 \$, que al contrastarlo con las aproximadamente 7.000 hectáreas que una sola zona puede producir se cauda un aproximado de 215.250,00 dólares, siendo una cantidad sumamente importante para que se siga apoyando a esta actividad.
 - La economía del país a pesar de no estar en un buen momento por los disturbios generados en cuando al aspecto político, se está viendo afectada en ciertos sectores como en la empresas importadores, sin embargo, debido a que se está fomentando a la población ecuatoriana a consumir primero lo interno, la actividad de los cañicultores se visualiza como estable gracias al apoyo tanto del gobierno como del MAGAP.
- **Social**
 - El Gobierno ha brindado oportunidades para los medianos y pequeños productores puedan desarrollarse ofreciendo los mismos productos que muchas veces son importando pero que lo único que generaban era que el dinero saliera del país, esto ha cambiado, beneficiando a los productores internos de diversas ramas comerciales.
 - Las personas son más conscientes de que al adquirir productos realizados en Ecuador, en beneficio económico también será para ellos.
- **Tecnológico**
 - La tecnología es de vital importancia para el desarrollo de diversos sectores económicos, y el sector primario no es la excepción, esto debido a que tanto los canteros como los ingenios emplean

tecnología de punta para poder obtener la caña de azúcar en su punto específico de cultivo, evitándose recogerla en tiempo no adecuado que incurriría en la pérdida de la misma.

- En el sector cañicultor es importante la interacción entre máquina y hombre, ya que es este quien debe controlar constantemente a que estos implementos funcionen y generen el producto final esperado, por ello, es que el cantero Hidalgo cuenta con equipos tecnológicos necesarios para la actividad que efectúa en el área de la cañicultura.

Gráfico 3 Análisis PEST



Elaborado por: El autor

2.2. Análisis Porter

Para (Amaya, 2010, pág. 40):

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de la rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial.

Por ende, en referencia a lo expuesto por Amaya (2010), en analizar las cinco fuerzas de Porter permitirá identificar hacia qué área el cantero Hidalgo presenta mayor oportunidad de desarrollo de sus actividades, por ende se procede a analizar cada uno de las cinco fuerzas de este modelo que serán calificadas de altas, media o baja dependiendo de la intensidad competitiva y la apertura que tiene el mercado en este caso para la semilla de la caña de azúcar con la que se abastecerá a los pequeños cañicultores del sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal:

Gráfico 4 Análisis Porter



Elaborado por: El autor

- **Amenaza de competidores existentes:** Se puede mencionar que la amenaza de competidores en este caso para el cantero Hidalgo tiene una ponderación baja, ya que en el sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal donde se abastecerá del excedente de semillas para caña de azúcar a los pequeños cañicultores, los ingenios competidores del cantero Hidalgo sólo realizan negocios con grandes empresas que les represente un margen de utilidad económica alto, por ello no hacen negocios con los pequeños productores de caña de azúcar.

- **Amenaza de nuevos competidores:** En este caso, la incertidumbre de que en el sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal al ser un lugar de referencia de cultivo de caña de azúcar otros ingenios enfocados a un nicho de mercado específico evitaría que el cantero Hidalgo desarrolle adecuadamente sus actividades planteadas, sin embargo, en este aspecto la ponderación actualmente a la amenaza a nuevos competidores se presenta baja, ya que no existe evidencias de que otras empresas quieran ingresar en el sector.

- **Amenaza de productos sustitutos:** La ponderación que se le asigna a la amenaza de productos sustitutos es baja, esto principalmente porque el cantero Hidalgo cuenta con un permiso otorgado por el gobierno para poder distribuir la semilla de la caña de azúcar, permiso solo es otorgado a empresas grandes y con altos niveles de rentabilidad que puedan generar toneladas de cañas de azúcar, por ende será difícil que un producto sustituto afecte a las actividades comerciales que el cantero Hidalgo desarrollará para beneficiar a los pequeños cañicultores.

- **Poder de negociación de proveedores:** En este caso, para el cantero Hidalgo se analiza que el poder de negociación con los proveedores es medio, ya que a pesar de que requiere de

proveedores de los equipos y maquinarias para poder obtener la semilla que permita cultivar la caña de azúcar, esto se da con una frecuencia no constante, ya que la compra o arreglo de estas maquinarias se da en tiempos distantes y no continuamente, por ello la ponderación se analiza como de medio impacto.

- **Poder de negociación de clientes:** El poder de negociación para el cantero Hidalgo se presenta con una ponderación alta, esto atribuido a que será el único cantero que abastecerá a los pequeños cañicultores del excedente de semillas de la caña de azúcar, ya que otros ingenios tanto cerca como lejos del sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal no realizan negociaciones con cañicultores pequeños porque no les representan altos márgenes de ganancias, por ello, el cantero Hidalgo en este aspecto presenta esta ventaja.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

El investigador (Torres, 2011, pág. 164) indica, “la población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo.”

Por ende, referenciando lo mencionado por Torres (2011), la población es la totalidad de personas que se encuentran en una determinada área, de las cuáles se consideraran un porcentaje específico para realizar las respectivas investigaciones. Por lo tanto, debido a la actividad que el cantero Hidalgo realiza en el sector de cultivo de la caña de azúcar del sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal existe un total de tres (3) pequeños cañicultores, donde en cada uno de estos trabajan seis (6) personas, por lo tanto la población a considerar la componen 18 personas entre empleados y dueños de sus productoras de caña de azúcar.

2.3.2. Muestra

Se define como muestra a una parte representativa tomada de la población, que será expuesta a las técnicas de investigación, y que permita conocer su perspectiva sobre un tema determinado. Por lo general para sacar la muestra de un población determinada, dependiendo del tamaño de esta, se aplica una fórmula específica, sin embargo, al identificarse que la población de los cañicultores del sector de Taura/Cascajal cantón Naranjal son 18 personas, se los tomará en consideración a todos estos, por lo que no será necesario aplicar una formula.

Técnica de recolección de datos

La recolección de la información será In situ, es decir que el autor tendrá que dirigirse hasta el sitio identificado para aplicar las técnicas respectivas. Se aplicarán dos técnicas de investigación, y estas son las encuestas y las entrevistas. Las encuestas se caracterizan por ser desarrolladas para que el encuestado elija conforme a una pregunta planteada una o varias opciones sin que el encuestado acote con alguna respuesta abierta, estas encuestas serán dirigidas a los dependientes de los pequeños cañicultores que suman un total de 15 personas. Mientras que las entrevistas se direccionarán a los 3 propietarios cañicultores, ya que esta técnica permite al encuestado que se expone en base a una pregunta realizada.

Instrumento de investigación

Por ende, como instrumento de investigación para las encuestas se considera el cuestionario dirigido a los dependientes de las pequeñas cañicultoras, mientras que el guión se lo aplicará en las entrevistas a los dueños o encargados de las cañicultoras.

Procesamiento de los datos

Luego de haber recabado la información de las encuestas, se tabulará los datos empleando la herramienta de Microsoft Excel, con el cual se puede obtener a manera cuantitativa el peso de cada respuesta dada, que se presentará respectivamente con una tabla y gráficos para su posterior análisis.

2.3.3. Análisis de los resultados

Encuestas dirigidas a los trabajadores

1. ¿Cuánto tiempo tiene laborando como cañicultor?

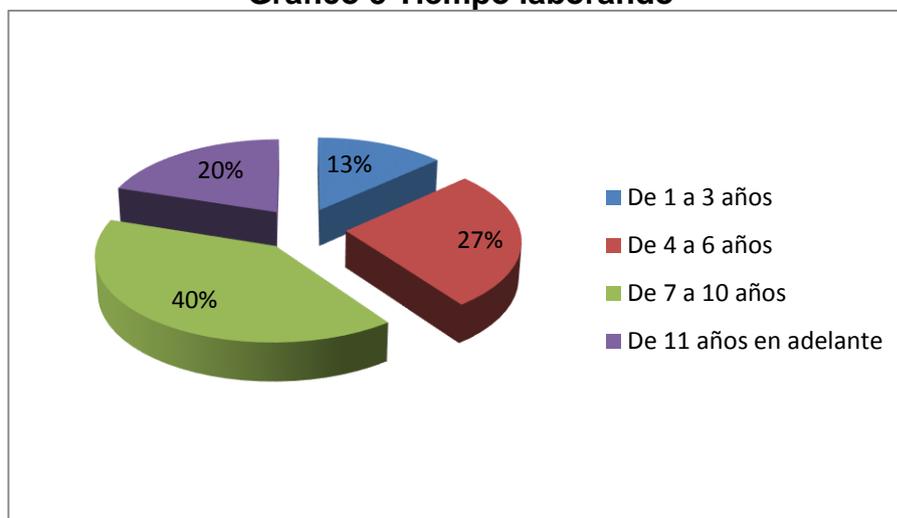
Tabla 1 Tiempo laborando

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
De 1 a 3 años	2	2	13%	13%
De 4 a 6 años	4	6	27%	40%
De 7 a 10 años	6	12	40%	80%
De 11 años en adelante	3	15	20%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 5 Tiempo laborando



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

En base a los resultados obtenidos de las encuestas practicadas a los trabajadores de las pequeñas plantas de cultivo de caña de azúcar del de Taura/Cascajal cantón Naranjal, sobre su tiempo laborando en esta área, respondieron; el 40% tiene entre 7 a 10 años; el 27% labora entre 4 a 6 años; mientras que el 20% lleva laborando de 11 años en adelante; apenas un 13% labora de 1 a 3 años. Por ende, se concluye que los trabajadores llevan laborando en esta área un tiempo importante.

2. ¿Esta actividad le genera buena estabilidad económica?

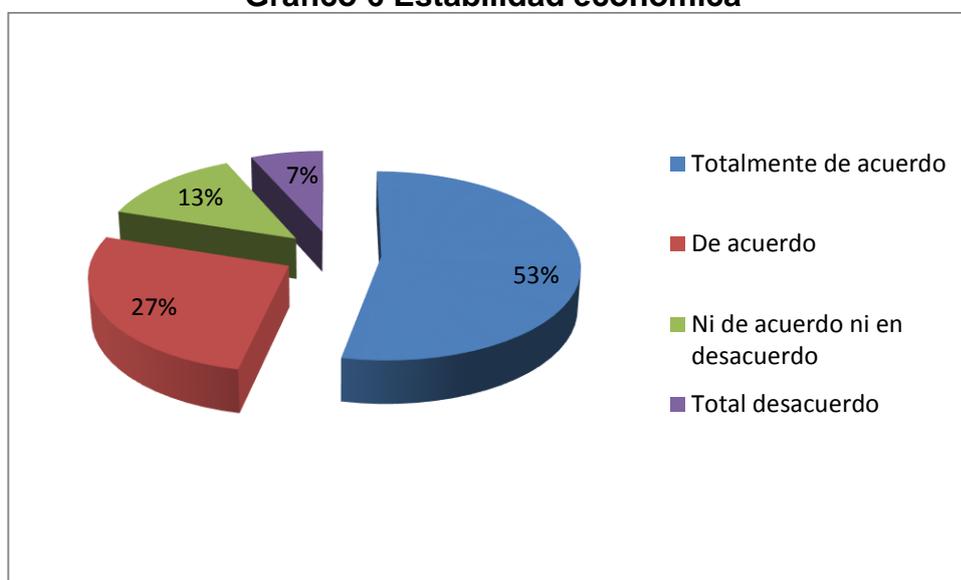
Tabla 2 Estabilidad económica

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Totalmente de acuerdo	8	8	53%	53%
De acuerdo	4	12	27%	80%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	14	13%	93%
Total desacuerdo	1	15	7%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 6 Estabilidad económica



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Conforme a los resultados obtenidos, el 53% respondió estar totalmente de acuerdo de que esta actividad le genera buena estabilidad económica; un 27% respondió estar de acuerdo; mientras que el 13% dijo ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 7% dijo estar totalmente desacuerdo. Entonces, se puede decir que desde la perspectiva de los trabajadores esta actividad es altamente rentable, especialmente en la zona en la que la desarrollan.

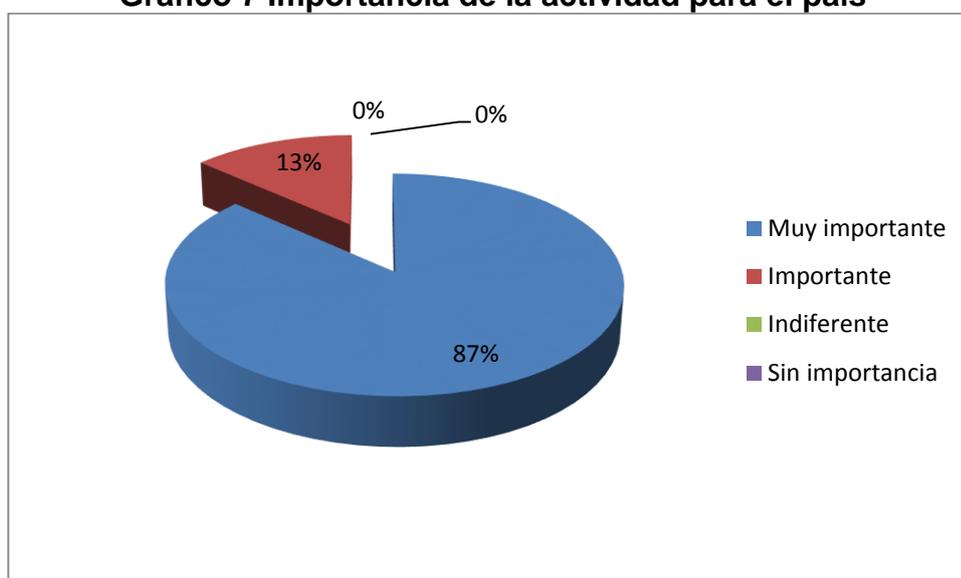
3. Desde su punto de vista, ¿Cuán importante considera esta actividad para la economía del país?

Tabla 3 Importancia de la actividad para el país

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Muy importante	13	13	87%	87%
Importante	2	15	13%	100%
Indiferente	0	15	0%	100%
Sin importancia	0	15	0%	
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas
Elaborado: El autor

Gráfico 7 Importancia de la actividad para el país



Fuente: Encuestas
Elaborado: El autor

Los encuestados a esta pregunta respondieron; el 87 dijo que es muy importante para ellos esta actividad; apenas un 13% respondió que es solo importante. Por lo que se puede rescatar que los trabajadores ven el cultivo de caña de azúcar como una oportunidad de crecimiento futuro y por ello la consideran muy importante.

4. ¿Cree usted que cuentan con los equipos e implementos necesarios para realizar esta actividad de manera eficiente?

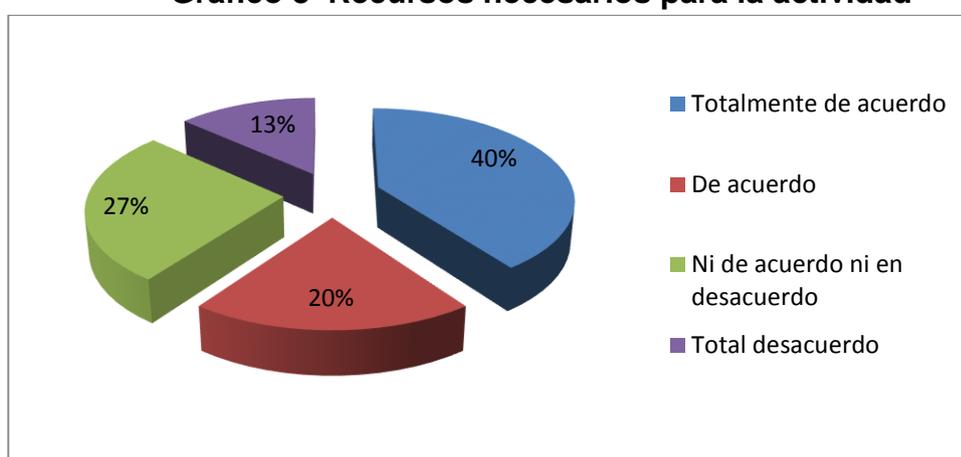
Tabla 4 Recursos necesarios para la actividad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Totalmente de acuerdo	6	6	40%	40%
De acuerdo	3	9	20%	60%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13	27%	87%
Total desacuerdo	2	15	13%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 8 Recursos necesarios para la actividad



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Los trabajadores cañicultores se pronunciaron antes esta pregunta de la siguiente manera; el 40% dijo que a pesar de ser pequeños productores de caña de azúcar están de acuerdo en que cuentan con los implementos necesarios; un 27% dijo ni de acuerdo ni en desacuerdo; un 20% respondió estar de acuerdo con esto; mientras que el 13% dijo estar en total desacuerdo en que cuentan con los implementos necesarios. En conclusión, se puede la mayoría de los trabajadores consideran que cuentan con los implementos necesarios para basar adecuadamente su actividad especialmente porque no son tan grandes en el sector.

5. ¿El papel del gobierno como apoyo a pequeños cañicultores como lo califica?

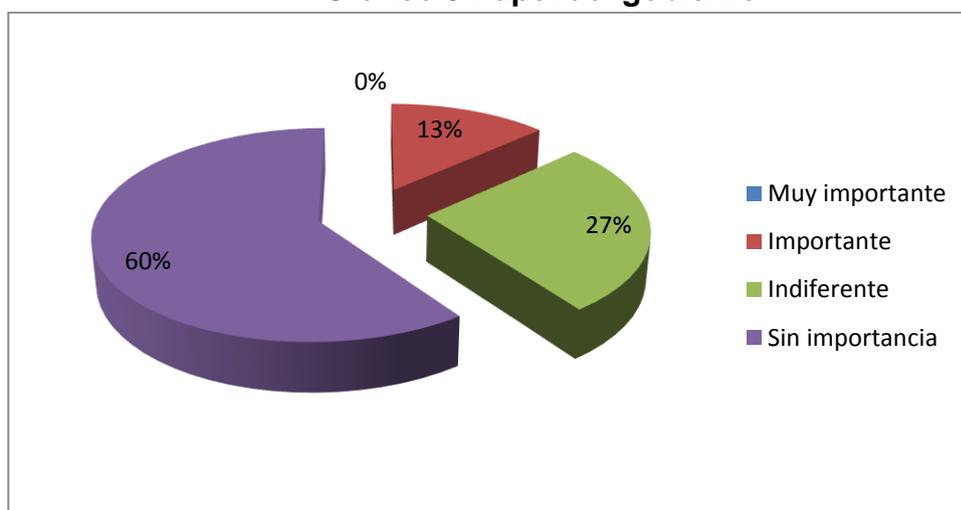
Tabla 5 Papel del gobierno

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Muy importante	0	0	0%	0%
Importante	2	2	13%	13%
Indiferente	4	6	27%	40%
Sin importancia	9	15	60%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 9 Papel del gobierno



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Desde el punto de vista de los trabajadores, el gobierno en desarrollo de sus actividades como pequeños productores de caña de azúcar no tiene importancia según el 60%; mientras que el 27% respondió que le parece indiferente; apenas el 13% dijo que es importante el papel del gobierno. Los trabajadores saben que al trabajar para pequeñas productoras de caña de azúcar no tienen el apoyo del gobierno, es por ello que no lo consideran parte importante de su actividad.

6. ¿Cuentan con el apoyo de Ingenios más desarrollados que les provean de materia prima y otros recursos para efectuar sus labores?

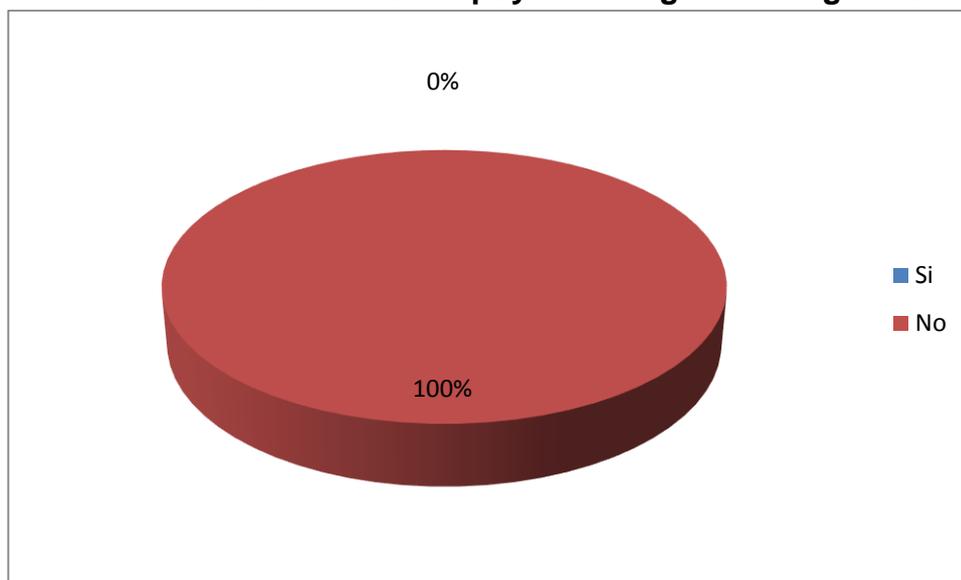
Tabla 6 Apoyo de los grandes ingenios

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Si	0	0	0%	0%
No	15	15	100%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 10 Apoyo de los grandes ingenios



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

En base a esta pregunta, se puede evidenciar que el 100% de los trabajadores no cuentan con el apoyo de los grandes productores de caña de azúcar, ya que al ser muy pequeños no los consideran importantes para abastecerlos de ciertos recursos necesarios para llevar la actividad de forma mínima.

7. ¿Cómo llevan a cabo la siembra de la semilla y el cultivo de la caña de azúcar?

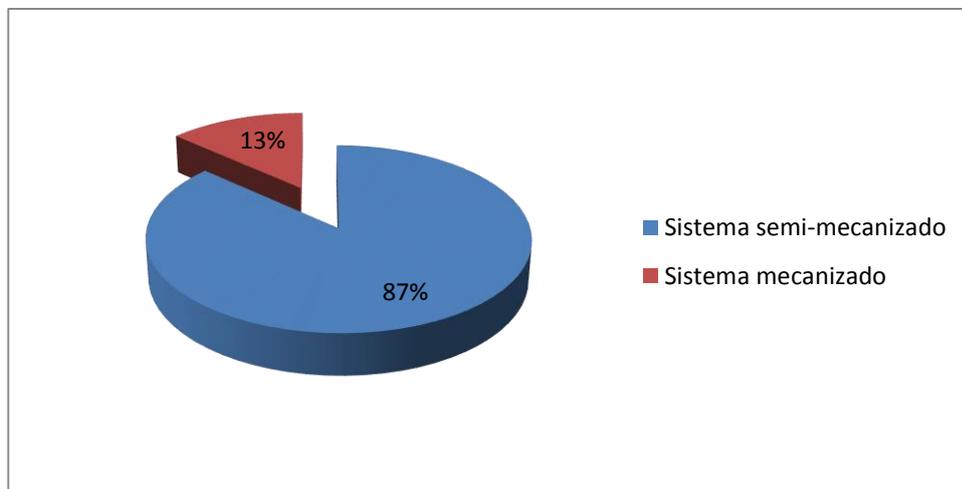
Tabla 7 Proceso de sembrado

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Sistema semi-mecanizado	13	13	87%	87%
Sistema mecanizado	2	15	13%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 11 Proceso de sembrado



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Conforme a la pregunta planteada, los encuestados respondieron que logran plantar la semilla de la caña de azúcar de forma semi mecánica con el 87%, apenas el 13% respondió que este proceso se lo efectúa completamente mecanizada. Por ende, en base a los resultados obtenidos, se concluye que la el sistema para sembrar las semillas de la caña de azúcar se lo realiza de manera semi-mecánica ya que al ser productoras pequeñas no han invertido en equipos que permitan mecanizar todo o la mayoría del proceso.

8. ¿Qué equipos o materia prima considera de mayor importancia para realizar el proceso de cultivo y cosecha de la caña de azúcar?

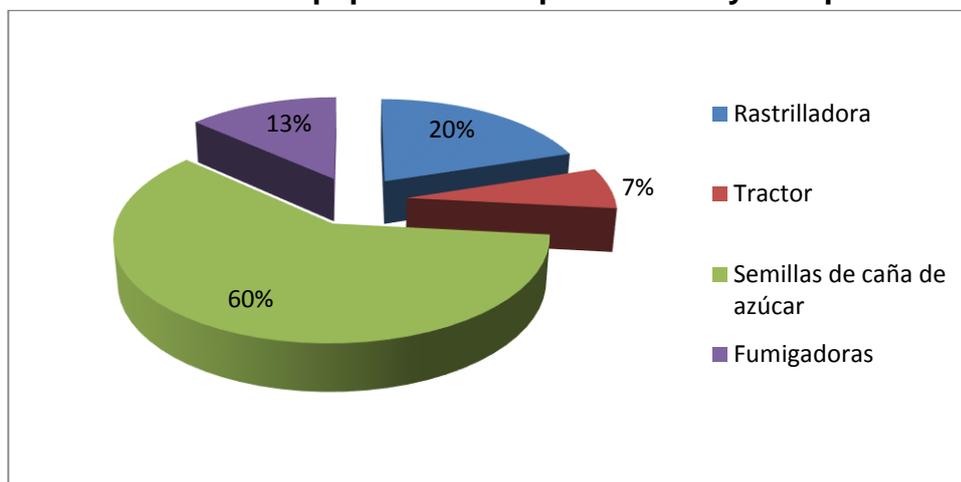
Tabla 8 Equipos/materia prima de mayor importancia

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Rastrilladora	3	3	20%	20%
Tractor	1	4	7%	27%
Semillas de caña de azúcar	9	13	60%	87%
Fumigadoras	2	15	13%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 12 Equipos/materia prima de mayor importancia



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Sin embargo, contrastando la presente pregunta con la anterior, la materia prima de mayor importancia son las semillas de caña de azúcar según el 60% de las respuestas arrojadas, mientras que el 20% respondió que las rastrilladoras; apenas un 13% dijo que las fumigadoras, un 7% restante respondió que un tractor. Entonces, se analiza que la base principal para que los trabajadores realicen el proceso de cosechado de la caña, requieren estar abastecidos de su semilla, que es la que da inicio a todo el proceso.

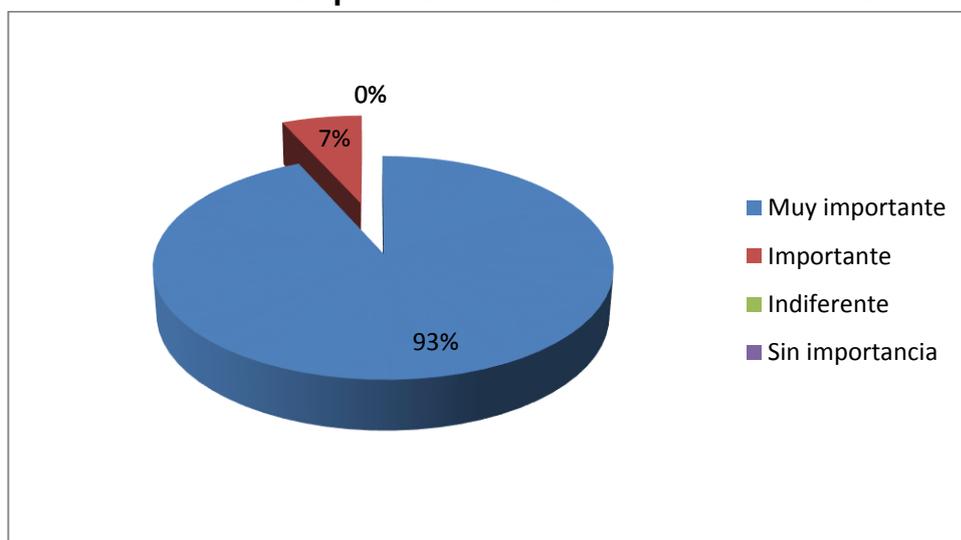
9. ¿Cuán importante considera que exista un abastecedor de semillas de caña de azúcar para pequeños cañicultores?

Tabla 9 Importancia de un abastecedor de semillas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Muy importante	14	14	93%	93%
Importante	1	15	7%	100%
Indiferente	0	15	0%	100%
Sin importancia	0	15	0%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas
Elaborado: El autor

Gráfico 13 Importancia de un abastecedor de semillas



Fuente: Encuestas
Elaborado: El autor

Los encuestados respondieron a esta pregunta con el 93% que les parece de suma importancia contar con un abastecedor de semillas de la caña de azúcar de manera permanente; apenas el 7% dijo que le parece importante. Entonces se puede decir que los trabajadores al no contar con un proveedor de semillas para el cultivo de la caña de azúcar permanente, le ha costado su crecimiento en la zona, por ende consideran fundamental que un cantero en este caso les provea de estas semillas.

10. ¿De contar con un abastecedor de semillas de caña de azúcar, que beneficios espera obtener?

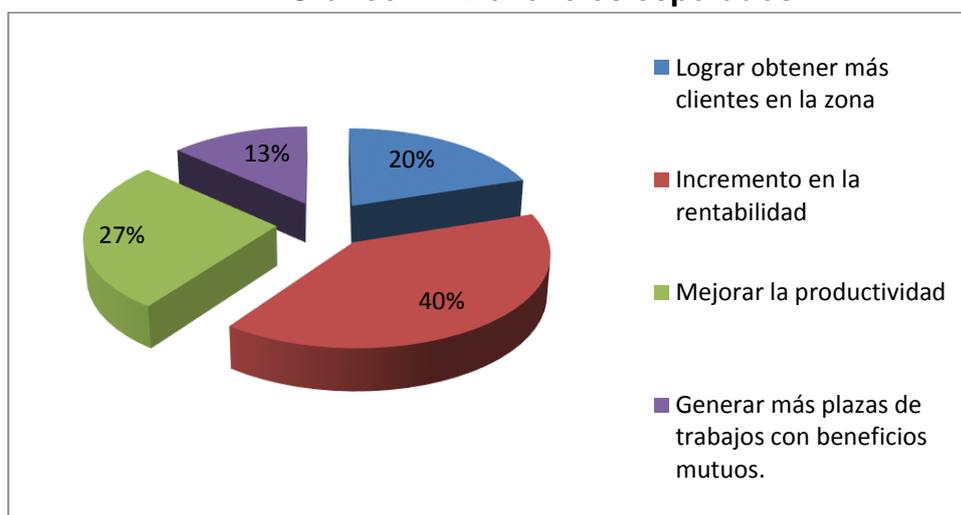
Tabla 10 Beneficios esperados

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Ab. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Re. Acumulada
Lograr obtener más clientes en la zona	3	3	20%	20%
Incremento en la rentabilidad	6	9	40%	60%
Mejorar la productividad	4	13	27%	87%
Generar más plazas de trabajos con beneficios mutuos.	2	15	13%	100%
Total	15		100%	

Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Gráfico 14 Beneficios esperados



Fuente: Encuestas

Elaborado: El autor

Según los resultados obtenidos, el 40% de los trabajadores consideran que al contar con un abastecedor permanente de semillas les generará mayor rentabilidad, y por ende mayores ingresos económicos, el 27% respondió que esto afectará positivamente en la productividad de los trabajadores; un 20% dijo se logrará incrementar la cartera de clientes. Por lo tanto los trabajadores consideran que los beneficios que les generará un abastecedor directo de las semillas de la caña de azúcar son muchos, lo que les permitirá crecer económicamente en el sector.

Resultados de las entrevistas

Entrevistado 1:

Nombre: Espinoza Roberto

Cargo: Dueño y administrador de la productora “Espinoza S.A.”

1) ¿Cómo cree que la producción de la caña de azúcar contribuye en la economía del país?

Creo y está más que comprobado que la caña de azúcar es un referente más de las riquezas naturales que el suelo ecuatoriano puede ofrecer, por ello tratamos de realizar nuestra actividad de manera eficiente aprovechando cada recurso, ya que al ser pequeños productores de esta planta, necesitamos ahorrar lo que más podamos para así lograr generar rentabilidad interna, aunque esta no sea tan grande.

2) ¿Cómo cataloga la falta de apoyo que se puede generar por parte del gobierno, y los grandes ingenios, al no apoyar a los pequeños cañicultores como ustedes?

Es lamentable aquella situación, ya que debería haber un apoyo mutuo, ya que nosotros estamos enfocados también a un nicho de mercado diferente al de ellos, que tampoco son beneficiados, y por eso nosotros proveemos de los derivados de la caña de azúcar a este sector, sin embargo muchas veces cuando no disponemos de la materia prima nos toca frenar nuestra actividad, generándonos pérdidas económicas.

3) ¿De existir un abastecedor de la semilla de la caña de azúcar sólo enfocado en ustedes, estaría dispuesto a entablar negocios con este?

Por supuesto, si esa siempre ha sido nuestra meta como pequeños productores de caña de azúcar, ya que así se generarían beneficios en este sector para nuestra zona, generándose beneficios mutuos, tanto para el cantero que nos provea, para nosotros, así como para los pequeños ingenios hacia los cuáles les proveeríamos la caña.

Entrevistado 2:

Nombre: Guillén Xavier

Cargo: Dueño y administrador de la productora “G.X. Azucarera S.A.”

4) ¿Cómo cree que la producción de la caña de azúcar contribuye en la economía del país?

Así como el banano, el café, el cacao y otros productos que han sido trabajados desde hace mucho tiempo, la producción de caña de azúcar puede ser un potencializador de la economía del país, ya que de esta planta se extrae el azúcar la cual nunca se deja de consumir, por ende con la producción a mayor escala de esta planta desde su inicio, se puede obtener diversos beneficios económicos para el país.

5) ¿Cómo cataloga la falta de apoyo que se puede generar por parte del gobierno, y los grandes ingenios, al no apoyar a los pequeños cañicultores como ustedes?

Podría decir que es la falta de solidaridad que se genera, ya que los grandes ingenios al ya tener construido un imperio en el mercado, deberían apoyar a los pequeños productores, de igual manera el gobierno debería poner más atención en nosotros, porque también contribuiríamos con la economía, sin embargo hemos sido rezagados.

6) ¿De existir un abastecedor de la semilla de la caña de azúcar sólo enfocado en ustedes, estaría dispuesto a entablar negocios con este?

Definitivamente sí, es lo que esperamos con ansias, que mejor que disponer de un cantero que nos entregue una semilla de calidad para poder cosechar cañar de azúcar posteriormente se pueda vender con más frecuencia, lo que nos permitiría crecer más, generar plazas de trabajo, en fin proporcionaríamos beneficios a aquellos sectores pocos considerados por los grandes ingenios.

Entrevistado 3:

Nombre: Ramírez Joaquín

Cargo: Dueño y administrador de la productora “Cascajal azucarera”.

7) ¿Cómo cree que la producción de la caña de azúcar contribuye en la economía del país?

Año a año por las hectáreas de caña de azúcar en todo el país que se lograr producir, se generan millones de dólares, dinero que se queda en el país para realizar obras diversas, si se potencializará mucho más esta actividad para lograr exportarla otros lugares que no cuentan con el clima adecuado para cultivarlas, el país generaría un importante incremento en su economía.

8) ¿Cómo cataloga la falta de apoyo que se puede generar por parte del gobierno, y los grandes ingenios, al no apoyar a los pequeños cañicultores como ustedes?

Es negativo que entre nosotros no nos podamos dar la mano para buscar un desarrollo más equitativo, es lo que no nos permite como productores crecer, y si a esto le sumamos la falta de apoyo del gobierno es mucho peor, por ello lo veo como egoísmo de los grandes ingenios y del gobierno el que no se pueda abastecer de diversos recursos para ayudar a potencializar una actividad comercial tan rentable para el país.

9) ¿De existir un abastecedor de la semilla de la caña de azúcar sólo enfocado en ustedes, estaría dispuesto a entablar negocios con este?

Sería lo mejor que nos pasaría, ya que así no tendríamos problemas de buscar cada temporada a un ingenio que nos pueda proveer de la semilla, y así desarrollar nuestra actividad sin retraso alguno, generaríamos trabajo a otras personas, ya que ampliaríamos nuestra el número de clientes con el que contamos actualmente.

CAPÍTULO III

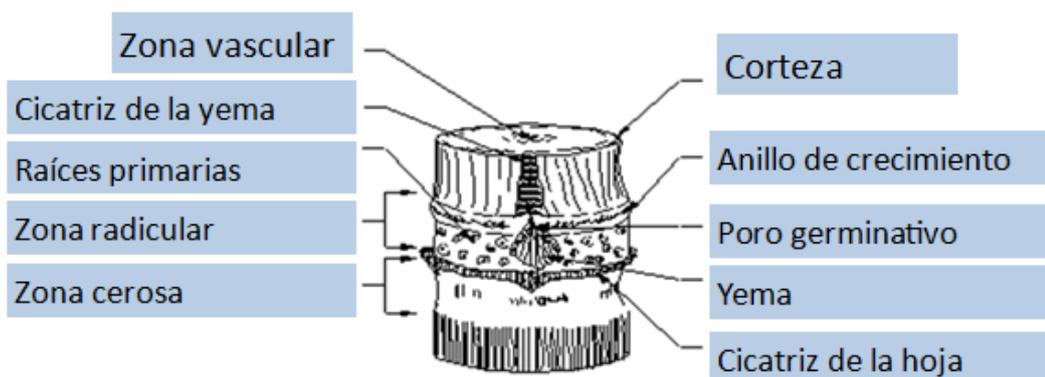
EL PRODUCTO O SERVICIO

3.1. Características del producto a ofrecer

El cantero Hidalgo al estar dentro de la actividad de cañicultura, abastece a varios sectores con las semillas para sembrar caña de azúcar, siendo su principal abastecedor el Gobierno nacional que le ha otorgado un permiso para que este cantero pueda multiplicar las semillas y así a través del gobierno entregarla a nivel nacional para fomentar esta práctica. Sin embargo se ha evidenciado que de cada cosecha de semilla de caña de azúcar queda un gran excedente de la misma, la cual de no emplearla se perdería, por ello, a esta situación se ha planteado el lograr abastecer a los pequeños cañicultores del sector de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, ya que estos requieren de esta semilla para desarrollar su actividad enfocada a un nicho más pequeño pero que no pueden obtenerla muy fácil ya que esto significa generar una alta inversión.

Es importante que al hablar de semillas, hace referencia al tallo de la caña que cuenta con ciertas partes que generan que una nueva planta surja del mismo. Por ello, se procede a detallar las partes y características de la semilla para la siembra de la caña de azúcar que es el principal producto del cantero Hidalgo ofrecerá a los pequeños cañicultores de Taura/Cascajal del cantón Naranjal:

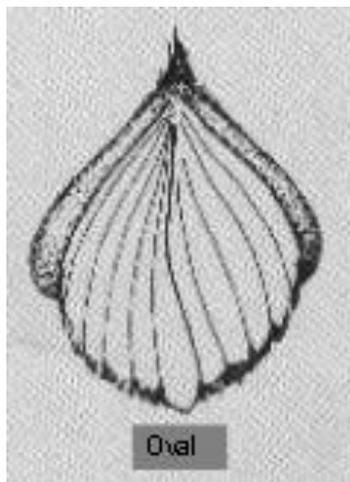
Gráfico 15 Morfología de la semilla de la caña de azúcar del cantero Hidalgo



Elaborado: El autor

En este caso, la variedad de semilla de caña de azúcar con la que se abastecerá a los pequeños cañicultores es la denominada CC-8592, esta se la reconocer por su yema oval de tamaño mediano, bordeado por el anillo de crecimiento que la recubre la protege.

Gráfico 16 Yema de tipo oval



Fuente: (Sugarcane crops, 2014)

El tipo de semilla que se ofrecerá por parte del cantero Hidalgo, como se especificó anteriormente será la de tipo CC-8592, CR-74250, ECU-01, las cuales se presentan más fuertes ante circunstancias adversas como el mal clima y mayor resistencia a ataques de plagas, por ello al querer abastecer a los pequeños cañicultores, estos tendrán la garantía de que contarán con un producto de calidad que generará a su vez una planta de que se le extraerá el mayor de los provechos.

3.2. Cadena de valor

Para (Sánchez M. , 2010), “Es una útil herramienta diseñada para tal fin. Disgrega a la empresa en sus actividades estratégicas (agrupadas éstas en proceso) para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales”.

Por ello, en base a lo expuesto por Sánchez (2010), la cadena de valor permite conocer y detallar de qué manera se logra desarrollar las tareas de una empresa, en este caso, la cadena de valor permitirá analizar desde cuatro aspectos, como el cantero Hidalgo realiza sus actividades, lo que le permitirá

brindarle un valor agregado con las semillas de caña de azúcar a los pequeños cañicultores que serían los clientes finales. Por ello a continuación se presenta de manera gráfica la cadena de valor del cantero Hidalgo:

Gráfico 17 Cadena de Valor

Actividades de Apoyo	Infraestructura de la Empresa: El cantero Hidalgo cuenta con una adecuada infraestructura y con una amplia hectárea para poder realizar actividades para obtener la semilla para la caña de azúcar			
	Gestión de Recursos Humanos: El personal con el que cuenta el cantero Hidalgo cuenta con mucha experiencia en la producción y conservación de la caña de azúcar y semillas de la misma, ello las semillas a ofrecer serán de la mejor calidad obtenidas <u>bajos los estándares de calidad precisos.</u>			
	Desarrollo Tecnológico: El cantero Hidalgo dispone de equipos, maquinaria y todos los implementos para poder desarrollar su actividad en el sector cañicultor, lo que le permite entregar por temporadas específicas decenas de toneladas de caña de azúcar al gobierno.			
	Aprovisionamiento: Debido al excedente que se genera de semillas de caña de azúcar una vez abastecido al gobierno nacioal, se podrá abastecer de estas semillas sobrantes a los pequeños cañicultores del sector de Taura/Cascajal del cantón Naranajal, para que estos a su vez puedan abastecer a pequeños ingenios, generandose un beneficio mutuo.			
Logística Interna: ¿Cómo llega el producto a la empresa?	Operaciones: Proceso interno para la comercialización.	Logística Externa: ¿Cómo llego el producto a los clientes?	Marketing y Ventas: Canales de ventas, promociones.	Servicios: Instalación, capacitación, monitoreo.
Actividades Primarias				

Elaborado: El autor

Actividades Primarias

- **Logística Interna:** Es toda la preparación que conlleva obtener la semilla (tallo) de la caña de azúcar, desde la selección de las semillas adecuadas, la preparación del suelo que recibirá la semilla generándoles condiciones que beneficien el crecimiento de la planta. Luego se realiza el respectivo proceso de rastrillado eliminando maleza que impida el crecimiento de la planta, vale acotar que a menor maleza

encontrada menos rastrilladas recibirá la tierra. Luego viene la subsolada con la cual se logra obtener un agujero de aproximadamente 50 cm, donde se depositará la semilla, todo este proceso es llevado por el cantero Hidalgo de forma semi mecanizado. Luego de esto se entregan las toneladas de semillas cultivadas directamente a los respectivos clientes.

- **Logística Externa:** Como el excedente de las semillas se ofertará a los pequeños cañicultores de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, este se entregará directamente desde el cantero, es decir que los clientes deberán acercarse hasta la productora para hacerle la respectiva entrega del producto, generándoles una demostración de las características del mismo. Posteriormente se hará un seguimiento para constatar cómo le ha ido con la semilla a los clientes.
- **Marketing y Ventas:** Se deberá generar actividades de marketing dando a conocer la medida que el cantero Hidalgo establecerá, esto con la finalidad de generar ruido en la zona, para así llamar la atención de los pequeños cañicultores. En este caso, será importante previamente venderle la idea a los clientes de proceso con el cual se logra obtener la semilla, para transparentar su calidad verdadera, y los beneficios que esta ofrecerá. Por lo tanto se establece que el canal de promoción será directo.
- **Servicio:** Las instalaciones del cantero Hidalgo deberá mostrar una excelente asepsia y orden, además para que el personal que colabora en la misma, será capacitado para que pueda cubrir cualquier duda que generen los clientes en este. Y por último pero no menos importante, el monitoreo de la plantación es fundamental, verificando que no se generen plagas en las mismas u otros agentes que perjudiquen a la plantación.

Actividades de Apoyo

- **Infraestructura de la Empresa:** El cantero Hidalgo cuenta con una adecuada infraestructura dividida por área de actividad, y con una amplia hectárea para poder realizar actividades para obtener la semilla de la caña de azúcar, las hectáreas con las que cuenta el cantero Hidalgo permiten obtener hasta 10 toneladas de caña de azúcar de la cual se extrae la semilla.
- **Gestión de Recursos Humanos:** El personal con el que cuenta el cantero Hidalgo cuenta con mucha experiencia en la producción y conservación de la caña de azúcar y semillas de la misma gracias a que reciben capacitaciones sobre las actividades previas a efectuar, así como cuentan con el conocimiento adecuado para el manejo de la maquinaria con la que se logra la otra parte del proceso de cultivo, por ello las semillas a ofrecer serán de la mejor calidad obtenidas bajo los estándares de calidad precisos. Hay que acotar, que el personal del cantero Hidalgo dependiendo del desempeño de cada uno, recibe una remuneración mínima, pero importante como estímulo por su predisposición mejora continua.
- **Desarrollo Tecnológico:** El cantero Hidalgo dispone de equipos, maquinaria y todos los implementos de última tecnología para poder desarrollar su actividad en el sector cañicultor, lo que le permite entregar por temporadas específicas decenas de toneladas de caña de azúcar al gobierno. La tecnología hoy en día significa una ventaja para toda clase de empresa, esto permite optimizar los procesos, reducir tiempo de producción y entrega, haciendo que una empresa, y en este caso el cantero Hidalgo se vuelva más eficiente en el sector, por ello la tecnología juega un papel muy importante para el desarrollo de las ventas de las semillas de la caña de azúcar.
- **Aprovisionamiento:** Tomando en consideración de que el cantero Hidalgo cuenta con todas las maquinarias y la infraestructura adecuada

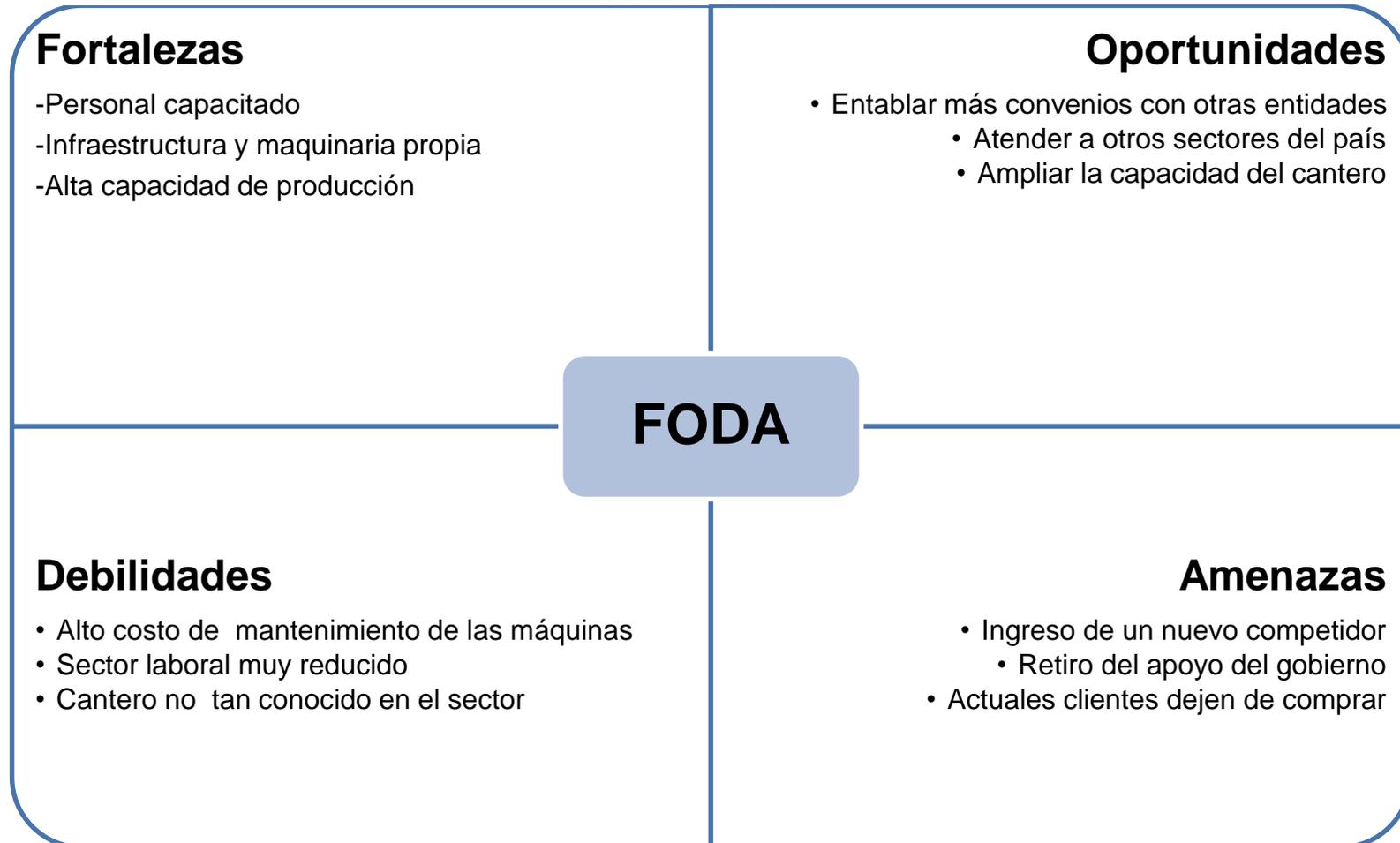
para desarrollar su actividad, vale recalcar que se deben tener en consideración equipos como plantas de energía a combustible para evitar que la caída de energía impida el desarrollo de las actividades de la planta, así como se le ha asignado cada trabajar los implementos necesarios para cualquier eventualidad.

3.3. FODA

Según Borello (2012, pág. 357), “El FODA es un práctico y útil mecanismo de análisis para determinar los factores que pueden favorecer, u obstaculizar el logro de los objetivos establecidos con autoridad para la empresa”.

Conforme a lo expresado por Borello (2012), el FODA o análisis situacional, ayuda a toda organización a conocer aspectos intrínsecos, que puedan afectar para bien o para mal sus actividades. Este análisis se efectúa analizando aspectos internos de la empresa y que se puedan controlar como en el caso de las fortalezas y debilidades, así como se analizan aspectos externos no controlables que impidan el correcto desarrollo en este caso del cantero Hidalgo como tal como las amenazas y oportunidades.

Gráfico 18 FODA



Elaborado: El autor

Estrategias DAFO

Gráfico 19 Matriz FODA

MATRIZ FODA		Análisis Interno	
		Fortalezas	Debilidades
		F1 Personal capacitado	D1 Alto costo de mantenimiento de las máquinas
		F2 Infraestructura y maquinaria propia	D2 Sector laboral muy reducido
	F3 Alta capacidad de producción	D3 Cantero no tan conocido en el sector	
Análisis externo	Oportunidades	FO	DO
	O1 Lograr entablar más convenios con otras entidades	F1-O3 El personal capacitado tendrá que aplicar todos sus conocimientos para que se logre ampliar la capacidad comercial del cantero Hidalgo	D1-O3 A pesar del alto costo de mantenimiento para mantener el óptimas condiciones al cantero, esto servirá para ampliar la capacidad comercial del cantero
	O2 Atender a otros sectores del país	F2-O2 Gracias que el cantero Hidalgo cuenta con la infreestructura y la maquinaria propia se podrá atender a futuro a otros sectores del país.	D2-O2 Como se desea abastecer a los pequeños cañicultores, poco a poco con la experiencia ganada, permitirá adentrar al cantero Hidalgo a otros sectores del país
	O3 Ampliar la capacidad comercial del cantero	F3-O1 La alta capacidad de producción permitirá lograr entablar convenios con otras entidades además del gobierno nacional	D3-O1 Se requerirán de varias estrategias para dar a conocer al cantero Hidalgo, lo que permitirá lograr a futuro entablar más convenios con otras entidades
	Amenazas	FA	DA
	A1 Ingreso de un nuevo comptidor	F1-A3 El personal capacitado será un eslavón esencial para que los actuales clientes no dejen de comprar la caña de azúcar y otros derivados	D1-A3 El alto costo de mantenimiento de las maquinarias y que los actuales clientes dejen de comprar la semilla afectaría al cantero, sin embargo será necesario aplicar las estrategias necesarias para contrarrestarlas
	A2 Retiro del apoyo del gobierno	F2-A2 En caso de que el gobierno ya no compre la producción de caña de azúcar, gracias a que se cuenta con una planta y maquinaria propia se laborará normalmente sin que afecte las actividades comerciales enfocadas a otros clientes	D2-A1 A pesar de que el sector comercial es muy reducido, esto no impediría que otro cantero ingrese, sin embargo se cuenta con la autorización del gobierno para multiplicar la semilla de caña de azúcar, aspecto que no cualquier empresa lo puede lograr
	A3 Actuales clientes dejen de comprar	F3-A1 Alta capacidad de producción contrarrestará cualquier indicio de que otros competidores deseen ingresar al sector de Taura y Cascajal	D3-A2 El cantero Hidalgo no es tan conocido en el sector local, sumandole a esto el que el gobierno retire el apoyo al cantero sería negativo, para ello será necesario aplicar estrategias publicitarias para dar a conocer lo que el cantero Hidalgo ofrece

Elaborado: El autor

Estrategia CAME

Gráfico 20 Estrategia CAME



Elaborado: El autor

CAPÍTULO IV

PLANES ESTRATÉGICOS

4.1. Plan de ventas

(Fernández, 2010, pág. 14), “El plan de ventas se nos presenta como una guía práctica. Como un camino estructurado. Como una herramienta que, desde la planificación, nos ayuda a encontrar respuestas”.

Por ende, en base a lo expuesto por Fernández (2010), un plan de ventas permite que una empresa logre planificar, organizar, desarrollar y evaluar estrategias con las cuales pueda lograr alcanzar objetivos comerciales importantes para su desarrollo. Es necesario acotar que toda clase de empresa independientemente de su tamaño, con un plan de ventas logrará alcanzar sus metas comerciales, esto con la consecución paso a paso de varios puntos que le garantizarán tener mayor beneficio del mercado en el que se desarrolla.

Una vez conocidos los antecedentes y cuál es la situación del mercado al que se dirigirá, el cantero Hidalgo requerirá posteriormente de todo el despliegue estratégico para poder sacar provecho del excedente de la semilla de la caña de azúcar, En este caso, debido a que el cantero Hidalgo tiene como objetivo abastecer a los pequeños cañicultores de la zona de Taura/Cascajal del cantón Naranjal con la semilla de la caña de azúcar, y por lo que a continuación se da inicio a la descripción de factores esenciales para lograr que el cantero Hidalgo logre obtener mayor rentabilidad, apoyando a los pequeños cañicultores con el excedente de semillas de la caña de azúcar de la cosecha del segundo semestre del año 2015.

4.1.1. Fuerza de ventas

Según (Soriano, 2010):

La fuerza de ventas o personal de ventas forma parte de las variables de marketing mix o mezcla de mercadotecnia, es decir, es una de las variables tácticas (modificables a corto plazo) bajo control de la empresa cuyo manejo permite contribuir al logro de los objetivos comerciales.

Conforme a lo mencionado por Soriano (2010), la fuerza de ventas es la que hace posible es el conjunto de personas que se destinan a realizar actividades relacionadas a inducir, persuadir y ofertar productos y servicios que una empresa desarrolla. Muchos autores le atribuyen a la fuerza de venta la misma importancia que los clientes para una organización, ya que sin la ayuda de estos sería imposible que un producto o servicio se expanda en el mercado.

Es importante acotar, que una eficiente fuerza de ventas se logra sólo si la empresa presta atención en desarrollar actividades como capacitaciones constantes, incentivos que refuercen el compromiso de los trabajadores y otras tareas, asegurando que las actividades propiamente de la preventa, venta y postventa genera rentabilidad gracias a la productividad de sus empleados. Los incentivos van desde bonificaciones económicas, premios por ventas entre otros.

En este caso la fuerza de ventas con la que cuenta el cantero Hidalgo permitirá que se logre desarrollar la actividad comercial de abastecimiento de la semilla de la caña de azúcar a los pequeños cañicultores del sector de Taura del cantón Naranjal. Sin embargo, será importante ofrecerles información previa, sobre todo del proceso que se sigue desde la obtención de la materia prima, la siembra y por último la cosecha de la misma, para así garantizar de que los clientes conocerán la calidad de la semilla con la que podrán realizar sus propias actividades como productores de caña de azúcar.

4.1.2. Promociones de ventas

Para (Bernando, Machuca, Viscarri, & Jesús, 2010, pág. 97):

Es el conjunto de acciones que impulsan el producto hacia el comprador. En términos normales, es objeto de un programa anual, por línea de productos y canal de venta, incluidos en el plan de mercadotecnia. La promoción de ventas reúne en uno de sus renglones, todos los tipos de operaciones seleccionadas para alcanzar y dinamizar el acto de compra sobre el punto de venta al que acude el comprador (ofertas especiales, juegos, rebajas, etc.)

Referenciando lo mencionado por Bernardo, Machuca, Viscarri y Jesús (2010), la promoción de ventas está enfocado en hacer que el producto que una empresa pone a disposición en el mercado de la mano de incentivos

diversos llame mucho más la atención del grupo objetivo hacia el cual se ha enfocado. Las promociones de ventas logran hacer que un producto se recuerde mucho más que un producto que solo se lanza al mercado al albedrío, esto debido a que la mayoría de las personas recuerdan desde su primera perspectiva como conocieron el producto.

Es importante recalcar que las promociones de ventas pueden estar enfocadas directamente en los consumidores finales o los canales de distribución, esto depende de la actividad que realiza la empresa. Realizar promociones de ventas consiste en entregar un incentivo a la compra de un producto al cliente por parte de la empresa, como recompensa de su elección para su marca. Las promociones de ventas más comunes son artículos publicitarios con el nombre o logo de la empresa o marca que no requieren de gran inversión, pero que generan en los clientes sentimientos de afabilidad con la empresa que se los otorga.

En este caso, debido o a que el cantero Hidalgo abastecerá directamente a los pequeños productores de caña de azúcar del sector de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, las promociones de ventas a desarrollar serán las que se mencionan a continuación, tomando mucho en consideración la actividad en la que se enfoca el grupo objetivo del cantero Hidalgo.

- **Artículos publicitarios:** Son obsequios diversos que acompañados del nombre de la empresa o marca de un producto en específico, generan en los clientes afinidad por la marca, en este caso los artículos publicitarios a entregar tomando en consideración el grupo objetivo para obtener su atención por el cantero Hidalgo serán:

Gráfico 21 Gorras



Elaborado: El autor

Gráfico 22 Esferos



Elaborado: El autor

Gráfico 23 Llaveros



Elaborado: El autor

4.2. Políticas de pedidos

(Cruz & Ruíz, 2010, pág. 34), “Es el sistema de pedidos que utiliza el negocio, el cual se establece buscando optimizar los aspectos operativos y económicos del manejo del inventario. (Pág.

Conforme a lo mencionado por Cruz y Ruíz (2010), la política de venta permite que se establezcan parámetros con el fin de generar negociaciones comerciales seguras, donde a través de cláusulas que se cierren acuerdos entre ambas partes antes durante y después de haberse efectuado la compra de un producto o servicio.

En el caso del cantero Hidalgo, la política de pedidos consistirá netamente en mostrarle a los cañicultores la calidad de la semilla para caña de azúcar con la que serán abastecidos, esto principalmente para asegurarles de que el producto cuenta con los estándares adecuados para que se genere una buena cosecha de azúcar de la cual podrán obtener derivados también de excelente calidad.

A futuro, cuando ya se cuenten con clientes más estables, el proceso de entrega de las semillas correrá por parte del cantero Hidalgo, como servicio adicional, en la cual se confirmará el pedido del cliente antes y después de la solicitud del mismo, con el fin de fortalecer a base de confianza y responsabilidad alianzas con los cañicultores, así expandir el abastecimiento de la semilla a otros sectores.

4.3. Política de descuento

En la política de descuento solo se considerará, cuanto se haya comprobado la factibilidad y rentabilidad al abastecer con el excedente de la semilla de la caña de azúcar a los pequeños cañicultores, que dependiendo de los altos pedido otorgarles cierto porcentaje de descuento, el cual no podrá ser de mucho valor, ya que no compensaría el tiempo que conlleva entregar el obtener el producto final para ponerlo a la venta. Es decir que la política de descuento al inicio de las actividades comerciales del cantero Hidalgo dirigido para los pequeños cañicultores no será considerado como prioridad.

4.4. Políticas de crédito y cobranzas

(Vanhorne & Wachowicz, 2010, pág. 254)

Las condiciones económicas, los precios asignados a los productos y la calidad de los mismos, además de las políticas de crédito de las empresas, son los factores más importantes que influyen en las cuentas por cobrar de una empresa.

Conforme a lo dicho por Vanhome y Wachowics (2010), al definir una política de crédito y cobranzas se deberán considerar aspectos que permitan asegurar el proceso de compra por parte de los clientes. En este caso el cantero Hidalgo indiferentemente del porcentaje de producto solicitado por el cliente deberá asegurarse de ciertos aspectos, esto es esencial si se trabajará otorgando créditos para que los clientes adquieran el producto y se fidelicen con la empresa, en este caso con el cantero Hidalgo que busca con esto incrementar su rentabilidad comercial.

En este caso, como se mencionó anteriormente la para que otorgar crédito para que los cañicultores compren la semilla, se solicitará información de suma importancia, con la que la empresa se asegure de que contará con el respaldo de que el cañicultor pagará lo pedido como parte de su responsabilidad, y esta información a solicitar es la siguiente:

1. Será importante que previamente de que un cliente requiera un crédito para obtener la semilla de la caña de azúcar, el cantero Hidalgo deberá hacer un análisis sobre la situación financiera y e histórico de ventas del cañicultor.
2. Los productores deberán cancelar en la fecha establecida conforme la factura, de no cumplirse esto en más de dos ocasiones no el cliente no será considerado para futuros créditos.
3. Para las cuentas por cobrar ya vencidas un encargo que trabaje en el cantero será el encargado de realizar el proceso de cobranza sin previo aviso.
4. Para que los términos del crédito puedan ser modificados por cualquier motivo, deberá existir un acuerdo mutuo entre las dos partes.

4.5. Garantías

La garantía que el cantero Hidalgo ofrecerá a los pequeños cañicultores, es que serán abastecidos con las semillas de la más alta calidad para que puedan llevar una actividad agrícola eficientemente, por ello los tipos de semillas de la caña de azúcar serán CC-8592, CR-74250, ECU-01, que entre sus características están su mayor resistencia a parásitos que las puedan dañar, y la calidad de la materia prima que se puede obtener de esta planta.

Por lo tanto, los clientes es decir lo cañicultores serán informados sobre las características de la semilla, así como se les garantizará el cambio de su producto, en caso de identificar falencias o descontento con el mismo, ya que el cantero Hidalgo desea introducirse al mercado como un proveedor confiable para estos pequeños cañicultores.

4.6. Relación con la mercadotecnia

Es importante que toda empresa cuente con el desarrollo de estrategias si lo que se desea es ingresar a un mercado de interés ofreciendo un producto o servicio del cual se espera obtener rentabilidad. Por ende, se procede a desarrollar el marketing mix que gira en torno al abastecimiento de la semilla de la caña de azúcar que se ofrecerá a los pequeños cañicultores del sector de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, por lo tanto el marketing mix que el cantero Hidalgo deberá desarrollar con el deberá especificar que estrategias se aplicará a cada P que compone esta estrategia de comercialización:

4.6.1. Producto

(Baena & Moreno, 2010)

El producto puede definirse como algo que se ofrece al mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores. De este modo, el producto se refiere tanto a objetos físicos como a los servicios, personales, lugares, organizaciones e ideas. (Pág. 21)

En base a lo expresado por Baena y Moreno (2010), el producto se desarrolla con la finalidad de satisfacer necesidades existentes en las personas, mientras que el beneficio que obtienen las empresas por aquel producto son ganancias por las ventas del mismo. Los productos pueden ser tangibles como intangibles como en el caso de los servicios, que también se desarrollan para satisfacer necesidades.

En este caso el producto que el cantero Hidalgo comercializará en el mercado local del cantón Naranjal, específicamente en el sector de Taura/Cascajal, será el excedente de la semilla de la caña de azúcar de la cosecha del segundo semestre del 2015, como principal recurso para que los pequeños cañicultores pueden sembrar nuevas plantas, cultivarlas y cosecharlas. En sí la semilla de la caña de azúcar es una sección específica de la misma caña que se siembra en un suelo previamente preparado, del cual en un tiempo aproximado de 11 a 17 meses se obtiene una planta ya desarrollada para ser cortada que posteriormente deberá someterse a los debidos procesos dependiendo de la materia prima que se desee obtener, como azúcar, bioetanol entre otros.

Por lo tanto, teniendo en claro el producto que el cantero Hidalgo ofrecerá, este será comercializado dependiendo de la cantidad que el cliente solicite, especificando que se venderá por toneladas para obtener un mayor margen rentable del mismo. El producto será demostrado antes de la entrega al cliente, para asegurar su calidad y características, a continuación se presente del mismo.

Gráfico 24 Caña de azúcar



Fuente: (Ruiz, 2009)

4.6.2. Precio

(Baena & Moreno, 2010, pág. 59)

La variable de precio se define como el coste que percibe el consumidor necesario para adquirir los productos que le ofrece el mercado y él mismo desea. En el valor monetario del comprador no solo se incluye el precio sino también otro tipo de costes tales como el coste de oportunidad de ir a la tienda y comprar el producto en lugar de invertir ese tiempo en otras cosas (ocio. Etc.)

Conforme a lo explicado por Baena y Moreno (2010), el precio es la cantidad monetaria que se le asigna a un producto o servicio, tomando en consideración factores que le permitan a la empresa obtener rentabilidad del mismo, ya que se deberá establecer en base a los gastos operativos, es decir los gastos que se generaron al producirlo, o en el caso de los servicios, dependiendo del proceso de servucción.

Hay que acotar que la asignación de precios también debe asignarse en base a los precios de los competidores del mercado, y en base a la demanda del producto. Por ende, debido a que en el sector no existen otros canteros que se quieran enfocar en los pequeños cañicultores no se toma en cuenta esta consideración, sin embargo debido a que la demanda de la semilla en el sector es alta, pero los clientes no cuentan con tanto recurso económico, se deberá establecer una adecuada estrategia de precios.

Es importante que a la hora de lanzar un producto, se le asigne un precio en base a una estrategia, por ello, la estrategia de precio que girará en torno a la venta de la semilla de la caña de azúcar será la estrategia de precios de descremado, la cual consiste en asignarle un precio bajo para captar la atención del público objetivo.

4.6.3. Plaza

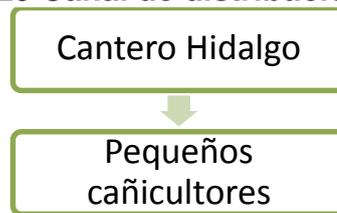
(Chong, 2010, pág. 22)

Por plaza se entiende el área geográfica donde el producto es vendido, constituido por los conductos o canales a través de los cuales llegan los productos al consumidor; es decir la cadena de distribución por la que, semejando una cascada, las mercancías

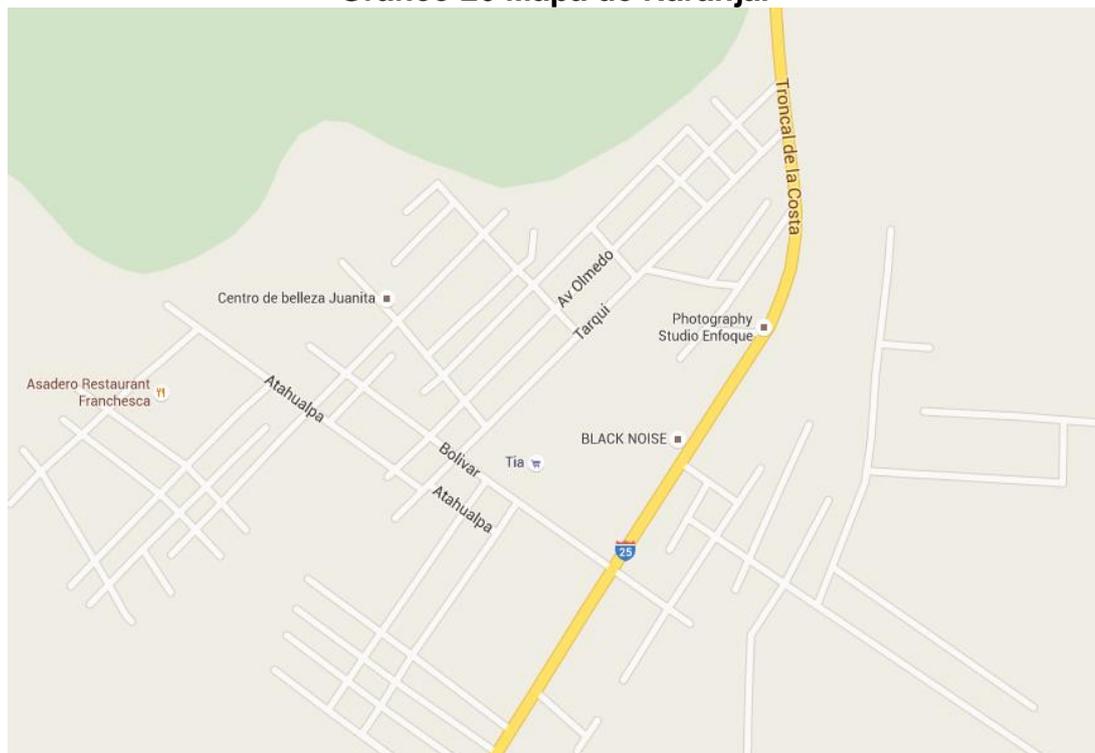
van “cayendo” del fabricante a los distintos tipos de establecimientos donde podrá adquirirlos el consumidor.

Conforme a lo expuesto por Chong (2010), la plaza en este caso se ubica en el cantón Naranjal, específicamente en la zona de Taura y Cascajal, en donde el cantero Hidalgo abastecerá de las semillas del excedente de la caña de azúcar a los pequeños cañicultores de esta zona, es decir que será un canal directo de negociación y distribución de las semillas

Gráfico 25 Canal de distribución directo



Elaborado: El autor
Gráfico 26 Mapa de Naranjal



Fuente: Google

4.6.4. Promoción

Según (Chong, 2010, pág. 22) “Llamamos promoción a las técnicas empleadas para informar y persuadir al consumidor sobre las características y beneficios de los productos o servicios.”

Referenciando lo mencionado por Chong (2010), la promoción es toda aquella acción que se ejecuta alrededor de un producto o servicio para poder promocionarlo, dando a conocer sus características, beneficios formas de usos, entre el grupo de consumidores que se ha identificado. La promoción consiste el realizar actividades que nacen netamente de esta P del marketing mix, ya que se pueden desarrollar promociones como dos por uno, segundo producto gratis, o a mitad de precio, o se le entrega un extra o más contenido al cliente, las promociones tratan de poner en la manos del cliente el producto y generar la compra del mismo. Mientras que la publicidad que también forma parte de la P de promoción, se encarga netamente de dar a conocer por diversos medios al producto en sí, para influenciar al cliente a que lo compre.

Por ende, el cantero Hidalgo empleará ciertas herramientas publicitarias para dar a conocer la actividad que se desarrollará, enfocada en beneficiar a los pequeños cañicultores. Los medios a emplear serán los volantes, pautas en radios locales (Naranjal) específicamente en el sector de Taura y Cascajal.

Gráfico 27 Volantes a repartir



Elaborado: El autor

Mientras que las promociones publicitarias serán desarrolladas en el lugar de la comercialización entre el encargado del cantero Hidalgo y los pequeños cañicultores. Entre las promociones a aplicarse dependiendo de la cantidad comprada por el cliente serán:

- 10 Kilogramos más de semillas de caña de azúcar por cada tres toneladas adquiridas por un mes. Especificando que no se ahondará mucho en aspectos promocionales, ya que el cantero Hidalgo se enfocará en un grupo objetivo de recursos limitados, por ende al ofrecerles un precio bajo, más un porcentaje adicional por cada tonelada de compra el cantero no obtendría mucha rentabilidad en la comercialización de la semilla

CAPÍTULO V

ESTADIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1. Determinación de la inversión inicial

Tabla 11 Inversión inicial

Inversión en Activos Fijos	0,00
Inversión en Capital de Trabajo	1.072,67
	\$1.072,67

Elaborado por: El Autor

La inversión que se requerirá para el proyecto será de \$1.072,67, donde solo se considerará el capital de trabajo, puesto que la inversión de activos fijos no se requerirá.

5.2. Fuentes de financiamiento

Tabla 12 Fuentes de financiamiento

Financiamiento de la Inversión de:		1.072,67
Recursos Propios	1.072,67	100%
Recursos de Terceros	0,00	0%

Elaborado por: El Autor

El financiamiento del proyecto se realizará con el 100% por recursos propios.

5.3. Presupuesto de Ingresos y Costos

Tabla 13 Presupuesto de costos

Costos totales					
TIPO DE COSTO	2016	2017	2018	2019	2020
COSTO FIJO	8.159,99	8.421,10	8.690,58	8.968,68	9.255,68
COSTOS VARIABLES	9.200,00	9.551,37	9.916,15	10.294,87	10.688,05
TOTALES	17.359,99	17.972,47	18.606,73	19.263,55	19.943,73

Elaborado por: El Autor

En la tabla anterior se muestra el presupuesto de costos que se necesitará para la venta del excedente de semillas de caña de azúcar en tonelada.

Tabla 14 Ingresos

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS						
Incremento en ventas proyectado			1%	1%	1%	1%
	2016	2017	2018	2019	2020	
SEMILLA DE CAÑA DE AZÚCAR TM	460	463	466	468	471	
VENTAS TOTALES EN UNIDADES	460	463	466	468	471	
PRECIO DE VENTA PROYECTADO EN 5 AÑOS						
Precios / Años	2016	2017	2018	2019	2020	
SEMILLA DE CAÑA DE AZÚCAR TM	40,00	41,28	42,60	43,96	45,37	
VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS						
UNIDADES X PRECIOS	2016	2017	2018	2019	2020	
SEMILLA DE CAÑA DE AZÚCAR TM	\$ 18.400,00	\$ 19.102,73	\$ 19.832,30	\$ 20.589,74	\$ 21.376,10	
VENTAS TOTALES	\$ 18.400,00	\$ 19.102,73	\$ 19.832,30	\$ 20.589,74	\$ 21.376,10	

Elaborado por: El Autor

La tabla muestra la venta de toneladas que se realizarán en el año y lo que representa en dólares.

5.4. Factibilidad Financiera

5.4.1. Periodo de recuperación

Tabla 15 Retorno de inversión

PAYBACK	13	meses			
MESES	0	-1.073			
1	1	87	87	-1.073	-986
2	2	87	173	-1.073	-899
3	3	87	260	-1.073	-813
4	4	87	347	-1.073	-726
5	5	87	433	-1.073	-639
6	6	87	520	-1.073	-553
7	7	87	607	-1.073	-466
8	8	87	693	-1.073	-379
9	9	87	780	-1.073	-293
10	10	87	867	-1.073	-206
11	11	87	953	-1.073	-119
12	12	87	1.040	-1.073	-33
13	1	107	1.147	-1.073	74,00

Elaborado por: El Autor

El retorno se evidencia en el mes 13 después de la venta de semillas en excedente.

5.4.2. Valor Actual Neto (VAN) y (TIR)

Tabla 16 Viabilidad financiera

CÁLCULO DE LA TIR Y EL VAN							
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%	
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%	
AÑO	0	1	2	3	4	5	5
Ventas	0	18.400	19.103	19.832	20.590	21.376	
Costos Variables	0	9.200	9.551	9.916	10.295	10.688	
Costos Fijos	0	8.160	8.421	8.691	8.969	9.256	
Flujo de Explotación	0	1.040	1.130	1.226	1.326	1.432	
Repart. Util	0	156	170	184	199	215	
Flujo antes de Imp Rta	0	884	961	1.042	1.127	1.218	
Imppto Rta	0	194	211	229	248	268	
Flujo después de Impuestos	0	690	749	813	879	950	
Inversiones	-1.073	0	0	0	0	0	
Flujo del Proyecto Puro	-1.073	690	749	813	879	950	Perpetuidad 3.799
TMAR		25,00%					
Impuesta por los accionistas							
Valor Actual	-1.073	552	480	416	360	311	1.245
		552	1.031	1.447	1.807	2.119	
VAN		1.046					
TIR		64,84%					

Elaborado por: El Autor

Se determina la viabilidad de parte económica y financiera, debido a que el VAN es superior a la inversión y la TIR superior a la TMAR

5.5. Análisis de sensibilidad

Tabla 17 Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN LAS VENTAS	PESIMISTA	PROYECTADO	CONSERVADOR	OPTIMISTA
% DE CAMBIO EN LAS VENTAS	-3,00%	0%	1%	3%
VAN	734	1.046	2.939	4.042
TIR	41,48%	64,84%	91,95%	116,68%

Elaborado por: El Autor

En cuanto a la sensibilidad de las ventas se verifican los escenarios a los que puede incurrir la empresa debido a las variaciones que pueden existir.

5.6. Seguimiento y evaluación

El seguimiento y evaluación se realizará mediante la aplicación de indicadores por cada estrategia y objetivo propuesto. En este caso se medirá cuanto del excedente en su totalidad es vendido al grupo objetivo.

CAPÍTULO VI

RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1. Base Legal

Conforme a la (Constitución de la República del Ecuador, 2008):

La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
 3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
 4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
 5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
 6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
 7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
 8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
 9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.
- (Art. 284)

En base a lo establecido por la Constitución del Ecuador (2008), será fundamental el apoyo a diversas actividades que permitan al sector comercial desarrollarse, esto como parte del crecimiento equitativo que se desea obtener. Además las prácticas del cantero Hidalgo deberán ser lo menos o nada dañinas posibles al medio ambiente, esto como estrategia para ser parte de las organizaciones ecológicamente responsables por basar sus actividades con el menor impacto de contaminación posible.

Por ende, el cantero Hidalgo al abastecer del excedente de las semillas de caña de azúcar, permitirá que los pequeños cañicultores del sector de Taura/Cascajal se desarrollen en sus actividades respectivas, que al obtener un producto en específico lo podrán comercializar a ingenios más pequeños

como parte de una cadena comercial de apoyo en el cantón Naranjal, siendo esto considerado como un beneficio mutuo.

6.2. Medio Ambiente

La actividad que desarrolla el cantero Hidalgo, se lleva efectuando en Ecuador por más de 50 años, donde cada cierto tiempo gracias a que la tecnología avanza y no cesa, los procesos productivos requieren del uso más implementos, así como el gran consumismo que existen por el crecimiento de la población, suelen generar afectaciones al medio ambiente, ya que las industrias emplean por lo general combustible en casi todo su proceso, como con los tractores para su cultivo, las maquinarias para la cosecha, entre otros elementos tecnológicos que hacen que el medio ambiente se vea afectado.

Por ende, el cantero Hidalgo basa sus actividades respetando los parámetros de calidad ambiental requeridos, como en el caso de la norma ISO 26000, que indaga como se puede ingresar a las listas de las organizaciones que aportan con actividades responsables en sus producciones. (Organización Internacional de Estandarización, 2010), “Para las organizaciones la sostenibilidad de los negocios significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, haciéndolo sin poner en peligro el medio ambiente, sino también operar de una manera socialmente responsable”.

El cantero Hidalgo, por lo tanto como forma de incentivar las buenas prácticas productivas, mostrará y difundirá a través de los volantes, mensajes que a los cañicultores apelen a su sentimiento de responsabilidad con la madre naturaleza, ya que es de esta de la que se extrae la mayor cantidad de productos que permiten generar rentabilidad, y que mejor manera que retribuir todo lo que la naturaleza brinda para lograr la excelencia.

6.3. Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan de Buen Vivir

(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013):

“Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

10.1. c Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad y de aprendizaje colectivo”.

Se procede a detallar los beneficiarios tanto directos como indirectos, conforme a los objetivos establecidos dentro del Plan Nacional del Buen Vivir, especialmente porque el cantero Hidalgo, proveerá a cañicultores que no han podido desarrollar su actividad comercial, ya que no contaban con el apoyo de entidades como el gobierno y los grandes ingenios.

Gráfico 28 Beneficiarios



Elaborado por: El autor

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las conclusiones se detallan con el objetivo, se recalcar lo más relevante dentro del desarrollo de todo el documento del plan de negocios del Cantero Hidalgo, obteniéndose los siguientes enunciados:

- El cantero Hidalgo cuenta con el permiso de multiplicar semillas de caña de azúcar, proveído por el Gobierno nacional, que posteriormente lo distribuye es abastecido a otros sectores del país para fomentar su desarrollo.
- Los grandes ingenios tienen una amplia participación de mercado, siendo el Ingenio San Carlos, Valdez y La Troncal los más relevantes.
- En el sector de Taura/Cascajal del cantón Naranjal, existen varios cañicultores, que constantemente requieren de materia prima para desarrollar sus actividades, sin embargo, esta materia prima no logra conseguirse fácilmente desde los ingenios y el gobierno ya que están más enfocados en realizar actividades comerciales con empresas que les resulten más rentables.
- El gobierno incentiva a la producción de caña de azúcar con grandes beneficios para la elaboración de etanol pero se está cometiendo el error de dejar afuera a la extensiones pequeñas tal vez por querer abastecer rápidamente a todo el país de la gasolina eco que lleva un porcentaje de etanol que es sustraído de la caña.
- El desarrollo del plan de negocios permitirá que dos partes se beneficien del mismo, es decir el cantero Hidalgo y los pequeños cañicultores.

Recomendaciones

Las recomendaciones presentadas a continuación, surge como alternativa a seguir para lograr que el desarrollo del plan de negocios surja de manera eficiente, beneficiando al cantero Hidalgo, y a los pequeños cañicultores del sector de Taura/Cascajal del cantón Naranjal.

- Será importante seguir cada punto dentro del desarrollo del plan de estrategias, con el objetivo de lograr las metas comerciales planteadas, para el cantero Hidalgo.
- Lograr desarrollar las capacitaciones al personal que el que se trabaja, permitirá que el cantero se muestre como una organización seria y responsable con su actividad hacia los pequeños cañicultores.
- Del excedente que se obtendrá, será importante establecer paulatinamente volúmenes de ventas del mismo, influenciando en los cañicultores para que también adquieran mayores porcentajes de la caña de azúcar y así generar mayor rentabilidad para el cantero Hidalgo.
- Contar con un plan de contingencia será fundamental, esto principalmente en caso de que algunas de las estrategias primarias planteadas no logren cumplir con las metas esperadas.
- Se deberá entablar buenas relaciones con los clientes, generando afinidad por el cantero, que posteriormente servirá como estrategia para abrirse a otros sectores de la provincia y el país.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, J. (2010). *Gerencia: Planeacion & Estrategia*. Barcelona: Santo Tomás.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Baena, G., & Moreno, M. (2010). *Instrumentos de marketing*. Barcelona: OUC.
- Bernando, L., Machuca, M., Viscarri, & Jesús. (2010). *Los pilares del marketing*. Cataluña: UPC.
- Borello, A. (2012). *El plan de negocios*. Madrid: Diaz de Santos.
- Chong, J. (2010). *Pormoción de ventas*. Buenos Aires: Granica.
- Cruz, G., & Ruíz, J. (2010). *Fundamentos de investigación de operaciones para administración*. Barcelona: Esic.
- Fernández, G. (2010). *El plan de ventas*. Madrid: Esic.
- García, Á. (2010). *Marketing internacional para la expansión de la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Martínez, D., & Milla, A. (2010). *La elaboracion del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral*. Madrid: Diaz de Santos.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2014). *Fijación de precios de la caña de azúcar*. Guayaquil: MAGAP.
- Organización Internacional de Estandarización. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Ginebra: ISO.
- Rivera, J. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic.
- Ruiz, F. (2009). *Cultivo de la Caña de Azúcar*. San José: Asoingraf.
- Sánchez, M. (2010). *Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida*. Barcelona: Del Blanco editores.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir: Objetivo 10*. Recuperado el 13 de Agosto de 2014, de Web Site Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>

Soriano, E. (2010). *Dirección de la fuerza de ventas II*. Madrid: ESIC.

Sugarcane crops. (12 de Enero de 2014). Recuperado el 2 de Junio de 2015, de
http://www.sugarcane crops.com/s/agronomic_practices/planting_material/

Sulser, R. (2011). *Exportación Efectiva*. México D.F.: ISEF.

Torres, A. (2011). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Pearson.

Vanhome, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de la administración financiera*. México D.F: Parainfo.