



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA:**

**Estudio de factibilidad económica para la comercialización  
de agroquímicos en la parroquia san juan.**

**AUTOR (A):**

**Rubio Funez, Kristhel Cesarella**

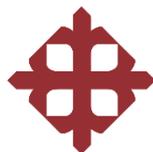
**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

**Ing. Martínez Ramírez, Johnny Roberto Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**19 de septiembre del 2016**



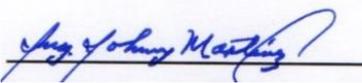
UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

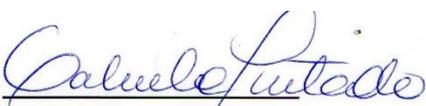
Certifico que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Rubio Funez, Kristhel Cesarella**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

**TUTOR**

f. 

**Ing. Martínez Ramírez, Johnny Roberto Mgs.**

**DIRECTOR (e) DE LA CARRERA**

f. 

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.**

**Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo Rubio Funez, Kristhel Cesarella**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad económica para la comercialización de agroquímicos en la parroquia San Juan** previo a la obtención del Título **de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2016**

**EL AUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

**Rubio Funez, Kristhel Cesarella**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Rubio Funez, Kristhel Cesarella**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad económica para la comercialización de agroquímicos en la parroquia San Juan**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2016**

**EI AUTOR (A):**

f. \_\_\_\_\_

**Rubio Funez, Kristhel Cesarella**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**REPORTE URKUND**

URKUND

<b>Documento</b>	<a href="#">Rubio Cesarella FINAL.docx</a> (D21530606)
<b>Presentado</b>	2016-08-29 02:57 (-05:00)
<b>Presentado por</b>	chesitarubio_15@hotmail.com
<b>Recibido</b>	johnny.martinez.ucsg@analysis.urkund.com
<b>Mensaje</b>	Rubio_Cesarella_FINAL <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 1% de esta aprox. 36 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
Categoría	Enlace/nombre de archivo
📄	<a href="https://s3.amazonaws.com/s...">https://s3.amazonaws.com/s...</a>
📄	<a href="http://repositorio.uteq.edu.e...">http://repositorio.uteq.edu.e...</a>
+	Fuentes alternativas
+	La fuente no se usa

Exportar    Compartir

**Link:** <https://secure.urkund.com/view/21224396-285919-356444#q1bKLVayijY0NNExNLKM1VEqzkzPy0zLTE7MS05VsjLQMzAwNjA3MTA1NTEyNrSwtDQ1Mq8FAA==>

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme otorgado la fortaleza para culminar mi carrera universitaria; segundo a mi familia quienes siempre me apoyaron y con mucho esfuerzo me brindaron la oportunidad de estudiar en esta universidad, especialmente a mi Madre Sra. Jenny Funez, mi abuela y segunda mamá Sra. Eva Moreira, mi Tía y tercera mamá Patricia Funez; a mi novio Jonathan Merelo por todo el apoyo que me brindó desde el inicio de esta travesía y no solo en el ámbito académico sino por apoyarme en todo lo que me propongo; a mi tutor y a mis profesores por compartirme sus conocimientos, especialmente a aquellos que llevaban su clase más allá de la metodología común; a mis amigos y compañeros quienes entre risas y llantos siempre supieron aconsejarme, ultimo y no menos importante a Johann Vera y al Team Johann Mundial por enseñarme no debemos rendirnos a pesar de la adversidades.

Rubio Funez, Kristhel Cesarella

## **DEDICATORIA**

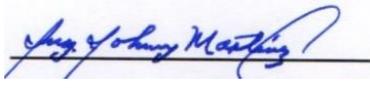
Le dedico este trabajo de titulación símbolo de esfuerzo, paciencia y perseverancia a mi familia, especialmente a mis dos hermanos y a mi sobrina, con el propósito de que sea un ejemplo para ellos, una motivación a estudiar, a terminar siempre lo que empiecen y a no darse por vencidos.

Rubio Funez, Kristhel Cesarella



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f.  \_\_\_\_\_

**Ing. Martínez Ramírez, Johnny Roberto Mgs.**

TUTOR

f.  \_\_\_\_\_

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.**

DIRECTORA (e) DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL  
  
CALIFICACIÓN**

---

**Rubio Funez, Kristhel Cesarella**

# ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
RESUMEN .....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	19
CAPÍTULO 1 .....	20
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	20
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	21
1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	21
1.4 OBJETIVOS .....	22
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	22
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	22
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	23
CAPÍTULO 2 .....	24
2.1 ANTECEDENTES.....	24
2.1.1 AGRICULTURA .....	25
2.1.2 AGROQUÍMICOS.....	25
2.2 MARCO REFERENCIAL .....	26
2.3 BASES FILOSÓFICAS .....	27
2.3 BASES LEGALES.....	29
2.4 PERMISOS Y LICENCIAS .....	29
2.4.1 DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO .....	29

<b>2.5 ORGANISMOS DE CONTROL .....</b>	<b>31</b>
<b>2.5.1 RESOLUCIÓN DAJ-20133ec-0201.0099 .....</b>	<b>31</b>
<b>2.6 RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>33</b>
<b>2.7 DOMICILIO LEGAL.....</b>	<b>33</b>
<b>2.8 ACTIVIDAD PRINCIPAL .....</b>	<b>33</b>
<b>2.9 CONFORMACIÓN CAPITAL SOCIAL.....</b>	<b>33</b>
<b>2.10 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES .....</b>	<b>34</b>
<b>2.10.1 GERENTE.....</b>	<b>34</b>
<b>2.10.2 CONTADOR.....</b>	<b>34</b>
<b>2.10.3 JEFE DE BODEGA.....</b>	<b>34</b>
<b>2.10.4 VENDEDOR.....</b>	<b>35</b>
<b>2. 11 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>35</b>
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>36</b>
<b>3.2 IDENTIFICACION DEL TIPO DE ENFOQUE.....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 HIPOTESIS.....</b>	<b>37</b>
<b>3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>37</b>
<b>3.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS .....</b>	<b>38</b>
<b>3.5.1 DISEÑOS DE ENCUESTA.....</b>	<b>39</b>
<b>3.5.2 RESULTADOS DE ENCUESTA .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5.3 ANALISIS DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS .....</b>	<b>48</b>
<b>3.5.3 ENTREVISTA REALIZADA A EXPERTOS .....</b>	<b>48</b>
<b>3.5.4 RESULTADO DE LA ENTREVISTA .....</b>	<b>49</b>
<b>3.5.5 ANALISIS DEL RESULTADO.....</b>	<b>53</b>
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>54</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1 LAS 4 P DEL MARKETING .....</b>	<b>54</b>

4.1.1 PRODUCTO Y PRECIO .....	55
4.1.2 PLAZA.....	55
4.1.3 PROMOCION .....	57
4.1.4 PUBLICIDAD.....	57
4.2 LA COMPETENCIA.....	57
4.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	58
4.3 LA DEMANDA.....	58
4.4 SEGMENTO DE MERCADO .....	65
4.4.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR .....	66
4.6 LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	69
4.6.1 AMENAZA DE NUEVOS MIEMBROS.....	70
4.6.2 EL PODER DE LOS COMPRADORES.....	70
4.6.3 EL PODER DE LOS PROVEEDORES.....	70
4.6.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	70
4.6.5 LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.....	71
4.7 ANÁLISIS FODA .....	72
4.8 FACTORES DE RIESGO .....	73
CAPITULO V .....	74
SISTEMA FINANCIERO.....	74
5.1 INVERSIÓN .....	74
5.1.2 ACTIVOS FIJOS .....	75
5.2 CAPITAL DE TRABAJO .....	77
5.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	77
5.4 ESTADOS FINANCIEROS.....	77
5.4.1 BALANCE GENERAL.....	78
5.4.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS .....	79
5.4.3 FLUJO DE CAJA .....	79

5.4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	82
5.4.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	82
CAPITULO VI .....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	83
REFERENCIAS.....	85
GLOSARIO .....	88
ANEXOS.....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. DATOS PARA LA TOMA DE LA MUESTRA.....	38
TABLA 2. PRECIOS NACIONALES PROMEDIO DE LOS PRINCIPALES AGROQUÍMICOS (2015-2016).....	55
TABLA 3. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL.....	60
TABLA 4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA.....	60
TABLA 5. POBLACIÓN DE PUEBLOVIEJO POR PARROQUIA Y POR SEXO. .....	61
TABLA 6. NÚMERO DE RECINTOS Y BARRIOS DEL CANTON PUEBOVIEJO.....	61
TABLA 7. POBLACIÓN DE PUEBLOVIEJO POR RECINTOS Y BARRIOS.	62
TABLA 8. RECINTOS DE LA PARROQUIA SAN JUAN.....	62
TABLA 9. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES A NIVEL NACIONAL.....	67
TABLA 10. RENDIMIENTOS A NIVEL NACIONAL.....	67
TABLA 11. PRINCIPALES CULTIVOS DE CICLO CORTO DENTRO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.....	71
TABLA 12. PRINCIPALES FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN A LOS CULTIVOS NACIONALES.....	73
TABLA 13. INVERSION INICIAL DE LA EMPRESA.....	74
TABLA 14. DESCRIPCION DE LOS ACTIVOS FIJOS DE LA EMPRESA. ...	75
TABLA 15. DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS.....	77
TABLA 16. BALANCE GENERAL.....	78
TABLA 17. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	79
TABLA 18. FLUJO DE EFECTIVO.....	81
TABLA 19. PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO.....	82
TABLA 20. TIR, VAN, PAYBACK.....	82

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. UBICACION GEOGRÁFICA DEL CANTÓN PUEBLOVIEJO DENTRO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.....	21
GRÁFICO 2. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	35
GRÁFICO 3. ¿TIENE USTED INTERES EN ADQUIRIR QUÍMICOS AGRÍCOLAS?.....	41
GRÁFICO 4. ¿A QUÉ TIPO DE CULTIVO SE DEDICA? .....	42
GRÁFICO 5. ¿CUÁNTAS HECTAREAS UTILIZA REGULARMENTE PARA SUS CULTIVOS? .....	42
GRÁFICO 6. ¿CON QUÉ FRECUENCIA SIEMBRA AL AÑO? .....	43
GRÁFICO 7. ¿DÓNDE COMPRA USTED SUS INSUMOS AGRÍCOLAS?...44	
GRÁFICO 8. ¿RECIBE USTED ASESORAMIENTO SOBRE CÓMO UTILIZAR LOS PRODUCTOS EN EL MOMENTO DE LA COMPRA? ..44	
GRÁFICO 9. ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS QUE MAS COMPRA? ....45	
GRÁFICO 10. ¿LE GUSTARÍA COMPRAR EN UN NUEVO AGRO- SERVICIO EN SAN JUAN DONDE LE BRINDEN UN COMPLETO ASESORAMIENTO SOBE SUS CULTIVOS? .....	45
GRÁFICO 11. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍA AL MES?.....46	
GRÁFICO 12. ¿QUÉ ES MAS IMPORTANTE PARA USTED?.....47	
GRÁFICO 13. ¿CUÁNTO GASTA EN PROMEDIO EN NEGOCIOS SIMILARES EN INSUMOS AGRÍCOLAS PARA UNA HECTÁREA DE SU CULTIVO? .....	47
GRÁFICO 14. LAS 4P DEL MARKETING.....	54
GRÁFICO 15. DISEÑO ESQUEMÁTICO DE LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN 2D.....	56
GRÁFICO 16. DISEÑO ESQUEMATICO DE LA DISTRIBUCION DEL ESPACIO EN FORMATO 3D.....	56
GRÁFICO 17. TIPOS DE POBLACION Y DEMANDA .....	59
GRÁFICO 18. COBERTURA DEL USO DEL SUELO DEL CANTÓN PUEBLOVIEJO.....	63
GRÁFICO 19. POBLACIÓN DE SAN FRANCISCO DE PUEBLO VIEJO POR RAMA DE ACTIVIDAD.....	64
GRÁFICO 20. PRINCIPALES VARIEDADES DE SEMILLA A NIVEL NACIONAL .....	68
GRÁFICO 21. RENDIMIENTOS CANTONALES DEL ECUADOR .....	68
GRÁFICO 22. LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	69
GRÁFICO 23. FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	81

## RESUMEN

El presente estudio fue realizado mediante una investigación de mercado en la provincia de Los Ríos, en el Cantón Pueblo Viejo específicamente en la parroquia San Juan, ya que es la que cuenta con mayor número de habitantes del cantón.

Esta provincia se destaca por la actividad de la agricultura, sus suelos son óptimos para cultivos de ciclo largo como corto, dentro del cantón San Francisco de Pueblo Viejo existe mayor número de cultivos de ciclo corto que largo pero en la parroquia San Juan a pesar de ser la que cuenta con mayor número de habitantes no existe un Agro-servicio que les ofrezca todos los productos necesarios para cultivos de ciclo corto a un buen precio de mercado y con una buena asesoría al cliente sobre el uso de los mismos, motivo por el cual los agricultores realizan sus actividades empíricamente o por tradición familiar sin conocer a ciencia cierta el uso de muchos de los productos químicos, lo cual genera un menor rendimiento de sus cultivos o la pérdida en su totalidad de los mismos.

Se determinó que el Agro-servicio estará ubicado dentro de San Juan debido al número de habitantes que posee y a que está ubicado en un lugar estratégico, es decir entre Babahoyo y Pueblo Viejo. La extensión del agro-servicio es de 600 m<sup>2</sup> necesarios para áreas de bodega, servicio al cliente y oficinas administrativas, la estructura organizacional será conforme al organigrama planteado, según el perfil del cargo de los colaboradores de la misma. El punto decisivo de este proyecto es el estudio financiero realizado, en el cual se ha determinado que él se logrará abarcar el 5% del mercado, los balances han sido proyectados a 5 años y el análisis de los mismos determinó factibilidad del proyecto.

**Palabras Claves:** FACTIBILIDAD; DISTRIBUCIÓN; AGROQUÍMICOS; CULTIVOS; LOS RÍOS; SAN JUAN.

## ABSTRACT

This study was realized using marketing research in the province of Los Rios in Pueblo Viejo specifically in the district of San Juan, because it is the one with greater number of inhabitants of the canton.

This province is characterized by the agriculture and its soils are optimal for long-term cycle crops such as short-term cycle ones, In San Francisco of Pueblo Viejo there is a greater number of short-term cycle crops than long ones, but in the district of San Juan despite being the one with the largest number of inhabitants and there is no agro-service businesses that offer all the products necessary for short-term cycle crops at a good market price, good advice for the client about how to use them. Therefore, this is the reason why farmers usually do this kind of activities empirically or just for family tradition without knowing the correct use of many chemicals, which lead to lower crop yields or entirely lost of them.

It was determined that the agro-service will be located in San Juan thanks to the number of people who lives there; it is located in a strategic place, right between Babahoyo and Pueblo Viejo. The extension of agro-service is 600 squared metres needed for storage areas, customer service and administrative offices, The organizational structure will be according to the organization chart and according to the profile of the employees. The key point of this project is the financial study, which has been determined with an increase of the 5% market share. There was a five years forecast in the financial figures which determined the feasibility of the project

**Key words:** FEASIBILITY; DISTRIBUTION; AGROCHEMICAL; CROPS;  
LOS RÍOS; SAN JUAN.

## RÉSUMÉ

Cette étude a été réalisée à partir d'une investigation du marché dans la ville de << Puebloviejo >> de la province de << Los Ríos >> spécifiquement dans la paroisse de << San Juan >>, parce qu'elle comprend un grand nombre d'habitants.

Cette province fait preuve d'une très grande activité agricole, son sol est optimal pour les cultures autant de long cycle comme court cycle.

La paroisse de << San Juan >> malgré son nombre d'habitants ne compte pas d'un lieu où ils peuvent acheter tous les produits agricoles nécessaires pour les cultures de cycle court.

Les agriculteurs ne reçoivent pas d'information au sujet de l'usage des produits chimiques, et les prix sont très élevés, c'est la raison pour laquelle, ils cultivent la terre de façon empirique ou d'après les traditions ancestrales, ce qui entraîne un mauvais rendement des cultures et une perte totale.

Nous avons établi que ce service d'agriculture sera placé à << San Juan >> parce qu'elle est située dans un lieu stratégique c'est-à-dire entre Babahoyo et Puebloviejo. Le terrain sera de 600 m<sup>2</sup> qui sont nécessaires pour les bureaux administratifs, le service aux clients et le stockage des produits.

La structure organisationnelle de l'entreprise sera conforme au chronogramme établi par les collaborateurs.

L'étude financière réalisée sur période de cinq ans a eu pour résultat la captation de 5% du marché local et a déterminé la viabilité du projet.

**Mots-clés:** VIABILITÉ ; DISTRIBUTION ; AGROCHIMIQUES ;  
CULTURES ; LOS RÍOS SAN JUAN.

# INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que posee muchas ventajas competitivas en el ámbito agrícola, debido a que cuenta con tierras fértiles, aptas para cultivos de varias clases entre ellas; banano, cacao, maíz, arroz, soya, frejol, además de que ha tenido un gran desarrollo dentro de los últimos años en el sector agrícola, el presente estudio se realizará en la provincia de Los Ríos, en el cantón Pueblo Viejo con el fin de evaluar la factibilidad de la distribución de agroquímicos, específicamente en la parroquia San Juan, la misma que cuenta con el mayor número de habitantes del cantón.

San Juan basa su economía en la agricultura, la gran parte de su población realiza esta actividad en cultivos como; banano y otros de ciclo corto como; cacao, maíz, arroz y soya, razón por la cual este estudio es de vital importancia, ya que un gran número de agricultores viajan durante varias horas a otros cantones o parroquias buscando una completa asesoría, una amplia gama de productos, especialmente para cultivos de maíz y cacao ya que en San Juan se comercializan más productos para la producción de banano casi todo el año, es así como se llevara a cabo este estudio para analizar las necesidades de los agricultores y ofrecerles un mejor precio de venta.

# CAPÍTULO 1

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La Provincia de Los Ríos se ha destacado por ser una zona netamente agrícola, con una gran evolución a lo largo de los años en la producción de cacao, conocido también como pepa de oro, banano y actualmente el maíz.

El cantón San Francisco de Pueblo Viejo ubicado en la Provincia de Los Ríos en Ecuador cuenta con 36.500 habitantes (Desarrollo, 2016), está conformado por una parroquia urbana llamada comúnmente como Pueblo Viejo, la misma que cuenta con 13,376 habitantes y por dos parroquias rurales denominadas como: Puerto Pechiche con 4,674 habitantes y San Juan con una población de 18,427 habitantes, siendo esta última la parroquia más poblada del cantón Pueblo Viejo. La extensión de San Juan es el 89,88 km<sup>2</sup> cuenta con 8,988.34 hectáreas de las cuales 5,074.23 hectáreas son utilizadas en la producción de banano, 1,144.02 hectáreas para cultivos de arroz, 1,106.73 para pasto natural y cultivos de ciclo corto como el maíz, soya, cuentan con 566,942 hectáreas. (Nevarez, 2014)

Siendo la agricultura una de las principales actividades económicas del país es importante crear un local para venta de agroquímicos, en donde los agricultores logren encontrar todos los productos que necesitan sin tener que viajar hacia otros cantones y en donde no solo se fomente los cultivos de banano, sino también de maíz, cacao, arroz y soya, esto es a causa de que en los actuales agroquímicos de la parroquia no cuentan con personal capacitado en otros cultivos que no sean banano, es decir que les brinden a los agricultores una asesoría sobre que cultivos son más favorable para la producción en base a las temporadas de lluvia y de sequía, que le facilite información sobre químicos que favorezcan a sus cultivos, debido a que la mayoría de los agricultores no cuentan con el conocimiento y desconocen el uso de los insumos agrícolas, esto provoca que sus cultivos se vean afectados por virus y pierdan parte de la cosecha.

## 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Por qué los agricultores deben realizar largos viajes, hacia otros cantones buscando un agroquímico que cuente con todos los productos que necesitan para la producción de sus cultivos a menor precio y recibir un mejor asesoramiento?

## 1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El presente estudio de factibilidad se llevará a cabo en la parroquia San Juan ubicada en el cantón San Francisco de Pueblo Viejo en Ecuador, siendo esta parroquia la más poblada del cantón ya que cuenta con 18,427 habitantes, con una extensión de 89,88 km<sup>2</sup> y con 8,988.34 hectáreas. San Juan limita al norte con; Estero Batán, Las Casitas, Los Troncos, Estero Casa Quemada, al sur con Los Álamos y La Vía Pimocha, al este con El Estero Grande Caracol y al oeste con La Vía Baba- San Juan y el cruce a Pueblo Viejo.

**GRÁFICO 1. UBICACION GEOGRÁFICA DEL CANTÓN PUEBLOVIEJO DENTRO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.**



Fuente: Equipo consultor UEES, 2010

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad económica para la comercialización de agroquímicos en el cantón San Juan, estableciendo un nicho de mercado que permita determinar la rentabilidad y conveniencia financiera del proyecto.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la demanda potencial (nicho de mercado) para satisfacer las necesidades de acuerdo con el perfil de los consumidores de la parroquia San Juan;
- Realizar una evaluación financiera que contemple los diversos ingresos y costos, tanto variables como fijos, cuantificar la inversión inicial necesaria y analizar la viabilidad y rentabilidad del proyecto;
- Integrar los resultados de la investigación de forma tal que puedan ser implementados y faciliten la toma de decisión; y,
- Plantear un modelo de administración que permita tener una mejor organización y control de los recursos financieros a invertirse.

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

San Juan es una zona netamente agrícola, ya que cuenta con un gran número de tierras fértiles, idóneas para la agricultura de cualquier variedad de cultivos, al mismo tiempo que se encuentra rodeada por ríos que ayudan al desarrollo de la agricultura, la extensión de la parroquia es llana y se encuentra a pocos metros del nivel del mar, motivo por el cual su economía está basada en gran parte a esta actividad, debido a que la gran parte de su población se dedica a la agricultura.

Además de ocupar el primer lugar dentro de la producción de banano en la provincia de Los Ríos, en el invierno y verano, la parroquia San Juan produce cacao y una amplia gama de productos ciclo corto, tales como: arroz, maíz, soja, maracuyá, tomate entre otros, así como también produce tagua, maderas finas, frutas tropicales y café. (Nevarez, 2014)

Dentro del mercado de San Juan existe una gran demanda de productos agrícolas, la misma que no es atendida eficientemente por los actuales centros de venta de agroquímicos que se encuentran ubicados en la parroquia, por esta razón es importante realizar un estudio de factibilidad que permita determinar el éxito de la distribución de agroquímicos en esta parroquia el mismo que brindará una asesoría personalizada al agricultor y le ofrecerá mejores precios de venta ya que el desconocimiento del uso de cualquier insumo agrícola puede perjudicar al cultivo, por esta razón no deben ser utilizados sin la asesoría profesional.

Mediante este estudio se busca evaluar la recuperación de la inversión, saber a ciencia cierta si es factible o no distribuir agroquímicos en la parroquia San Juan, elegir los métodos a emplear, los proveedores, las funciones de cada cargo dentro de la empresa, el concepto específico de los productos que se ofrecerán, pronosticar la demanda, planificar las fechas de compra, y el capital de trabajo requerido.

## CAPÍTULO 2

### 2.1 ANTECEDENTES

A inicios del siglo XX debido a la crisis mundial del cacao, que era el producto que impulsó el desarrollo de grandes ciudades como Guayaquil, tuvo un gran descenso, por esta razón el Ecuador se vio obligado a buscar un nuevo producto de exportación, fue allí donde tuvo lugar el banano.

La Hacienda San Juan de Juana de Oro pertenecía en el año 1800 a una familia de apellido Morla, contaba con tres mil hectáreas de terreno y era la hacienda con mayor extensión de la zona, motivo por el cual tuvo que ser seccionada para poder controlarla de manera más eficiente y fueron elegidos administradores para cada sección, el Sr. Ramón Franco era quien administraba la hacienda San Juan de Juana de Oro, el Sr. Víctor Sánchez la denominada Bola de Oro, el Sr. Vidal Muñoz el sector Las Marías; y, el Sr. Antonio Franco era el responsable del sector llamada San Nicolás.

San Juan de Juana de Oro adoptó el nombre de Parroquia el 7 de Febrero de 1994 el mismo día de la cantonización de San Francisco de Pueblo Viejo, por esta razón al no poder celebrar ambas fechas el mismo día, ya que San Juan de Juana de Oro pertenecía al cantón San Francisco de Pueblo Viejo, los moradores de San Juan se reunieron y formaron un Comité, designado a realizar los trámites para establecer una fecha de parroquialización, la misma que por Ordenanza municipal celebrada el 31 de octubre de 1994 decretó el día 17 de noviembre de 1994 como fecha de parroquialización, siendo este un homenaje a la poetisa Victoria Aurora Estrada y Ayala de Ramírez Pérez quien era oriunda de San Juan de Juana de Oro y había nacido ahí el 17 de noviembre de 1903 por ser considerada como un símbolo a la mujer ecuatoriana por ser defensora de los derechos femeninos.

Dentro de los primeros moradores de la parroquia San Juan estuvieron la Familia Morla quienes eran los dueños de la Hacienda San Juan de Juana de Oro, la familia Bolaños, Moreno, Cabanilla, Quinto, Puga, Garcés, Álava y Carandana, siendo el Sr. Leopoldo Carandana el primer jefe político de la parroquia. San Juan cuenta con un clima tropical volviéndose un poco más húmedo en los meses de: abril, mayo, junio y julio donde su temperatura es de 24°C hasta 26°C, mientras que en los meses de:

agosto, septiembre, octubre, noviembre, diciembre, enero, febrero y marzo las temperaturas varían desde los 32°C a 36°C.

### **2.1.1 AGRICULTURA**

La palabra agricultura proviene del vocablo latino Ager, que significa campo y cultura que significa Cultivo, esto quiere decir que la agricultura es el arte, ciencia y conjunto de actividades de cultivar la tierra, para esto se requiere mano de obra, conocimientos e insumos necesarios durante el ciclo agrícola que dura desde la siembra hasta la cosecha. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002)

Generalmente la personas que realizan esta actividad como medio para obtener un ingreso vive en el campo y es llamada agricultor, el mismo que muchas veces es subestimado la gran parte del tiempo y mal asesorado, motivo por el cual la mayoría de ellos realizan esta labor empíricamente o reciben por herencia familiar estas técnicas agrícolas tradicionales

### **2.1.2 AGROQUÍMICOS**

Se entiende por agroquímica a la ciencia que se encarga de estudiar las reacciones bioquímicas de las plantas, esta incluye tanto abonos o fertilizantes, herbicidas, insecticidas o fungicidas, bactericidas, fitohormonas o reguladores de crecimiento.

La historia de la agroquímica empezó en el siglo XIX debido al gran agotamiento de los suelos en Europa motivo por el cual surgieron diversas hambrunas que ocasionaron la muerte a miles de personas, mientras que otras se vieron obligadas a emigrar de su país y como toda solución parte de un problema, hubieron personas que se encargaron de buscar una manera de mejorar los suelos, como en el caso de Justus Liebig quien analizó las cenizas en las plantas y dio por conclusión cuales eran los elementos necesarios para la mejoría de los cultivos. Fue allí donde tuvo lugar el primer abono y se incluyó además el nitrógeno como uno de los elementos esenciales en la producción agrícola.

Al cabo de unos años Fritz Haber y Carl Bosch dieron con un método más económico que se basaba en fijar el nitrógeno en forma de amoníaco, el mismo que se continúa utilizando actualmente.

## 2.2 MARCO REFERENCIAL

Agripac es una empresa que comenzó en el año 1972, es una empresa que comenzó a envasando los productos y poco a poco esta empresa fue creciendo convirtiéndose en el boom del país, actualmente cuenta con 200 agencias alrededor de todo el país y distribuye sus productos tanto a los agricultores como a los grandes distribuidores.

A pesar de haber tenido muchos inconvenientes debido a que ellos no producen sus productos sino más bien los importan y los re envasan, han salido adelante y crecido convirtiéndose en una de las principales empresas distribuidoras y además que cuentan con gran fidelidad de los clientes a nivel nacional. El sistema de facturación de Agripac se lo realiza de dos maneras las cuales son: ventas de contado en las cuales ofrecen un descuento del 5% y ventas a crédito. Las ventas de contado se las lleva a cabo con los pequeños agricultores en los diferentes puntos de ventas con los que cuenta alrededor del país y las ventas a Crédito se las concede a los grandes agricultores mediante la hipoteca de sus terrenos.

En lo que se refiere a las cobranzas de los créditos otorgados a los agricultores, estos pueden ser cancelados de varias maneras, una de ellas es en pagos en efectivo o con productos de las cosechas de ciclo corto, como maíz o arroz en la mayoría de los casos, siempre y cuando no excedan al máximo de los 90 días, los granos más comunes que se aceptan como parte de pago son: Maíz, Soya, Arroz; estos pagos son canalizados por un centro de acopio de la propia compañía

Agripac cuenta con profesionales de la carrera Agrícola, como lo son los Ingenieros Agrónomos, los mismos que son seleccionados previos a un entrenamiento, los Ing. Agrónomos dan charlas técnicas de cultivos tanto a pequeños como a grandes agricultores, de manera gratuita por parte de la empresa. Agripac no realiza ningún tipo de publicidad mediante los medios de comunicación ni redes sociales lo único que utiliza son los letreros de 1 metro x 1.30 metros, loa mismos que son ubicados en la entrada de cada población donde exista una agencia de Agripac. El proceso de compra de la materia prima de Agripac empieza con el stock mínimo del inventario esta para dos meses y tres meses, debido a que los productos importados y requieren de este tiempo para estar dentro del país.

## **2.3 BASES FILOSÓFICAS**

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

De acuerdo a la Real Academia Española, se entiende por factibilidad a la cualidad o condición factible de realizar una actividad, si la propuesta puede ser exitosa o no para ponerlo en marcha o esperar. Eso es lo que trataremos de determinar mediante a lo largo de este trabajo de investigación, mediante el análisis de la factibilidad económica.

### **FACTIBILIDAD ECONÓMICA**

Analiza si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que se dispone.

### **SEMILLAS**

Todos los sacos de semillas certificadas deben poseer la siguiente información:

- Nombre y dirección del vendedor
- Nombre y dirección del productor
- Nombre de la institución que la certifica
- Nombre de la variedad de semilla, sea esta, criolla, mejorada, sintética o híbrida.

Las semillas producidas por compañías deben ser aprobadas por el comité certificador de semillas de siembra. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002)

Métodos de siembra: estos pueden ser:

- Siembra manual
- Siembra con máquinas sembradoras

## **FERTILIDAD**

La fertilidad del suelo es la capacidad del mismo para que las plantas que en él se producen luzcan robustas y sanas, esta fertilidad puede ser natural o inducida con fertilizantes orgánicos o inorgánicos que devuelven al suelo sus nutrientes que pierde mediante cada ciclo agrícola. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002)

## **ABONOS O FERTILIZANTES**

Se entiende por abono o fertilizante a la materia que se añade al suelo para conservar o incrementar su fertilidad, estos pueden ser orgánicos o inorgánicos. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002)

## **FERTILIZANTES ORGÁNICOS**

Son estiércoles, residuos de cosechas, gusanos, residuos de fábricas y materias fecales. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002)

## **FERTILIZANTES INORGÁNICOS**

Comúnmente los fertilizantes inorgánicos contienen los tres elementos:

- Nitrógeno (N)
- Fósforo (P)
- Potasio (K)

Y llevan una etiqueta con información sobre el contenido del mismo los más comunes son:

10 - 30 - 10

8 - 20 - 20

N - P - K

N - P - K

Su principal objetivo es el de conservar la fertilidad del suelo, aumentar la calidad del cultivo y obtener un mayor rendimiento del mismo. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002)

## **HERBICIDAS**

Son selectivos, es decir no afectan al cultivo, sirven para controlar las malezas, hoja ancha y hoja angosta los más conocidos actualmente son Paraquat y Ametryn. Se aplican generalmente con bomba de mochila o bomba de motor. (Reyes Catañeda, Reyes Méndez, & Reyes Mendez, 2002).

### **2.3 BASES LEGALES**

A continuación, se indican algunos aspectos societarios, permisos para operar y tributarios que tendrán que ser considerados al constituir la Empresa Agroquímica.

Según el art 2 de la Ley de compañías del Ecuador existen cinco tipos de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta. (Ley de compañías, 1999)

### **2.4 PERMISOS Y LICENCIAS**

#### **2.4.1 DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

Según el Art. 3.- El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente. (FUNCIONAMIENTO, 2016)

El Art. 4 nos indica que.- La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, otorgará el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos categorizados en este Reglamento como servicios de salud. La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, otorgará de forma

automatizada el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, a excepción de los establecimientos descritos en el inciso anterior. Los Permisos de Funcionamiento se emitirán de acuerdo a la categorización señalada en el presente Reglamento, conforme a su riesgo sanitario. (FUNCIONAMIENTO, 2016)

Mediante el Art. 5.- Los establecimientos que dispongan de la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura obtendrán el Permiso de Funcionamiento ingresando únicamente la solicitud a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA. El Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a control sanitario, a excepción de los establecimientos de servicios de salud, será otorgado sin inspección previa, y solamente con el cumplimiento de los requisitos documentales descritos en el presente Reglamento. (FUNCIONAMIENTO, 2016)

Según el Art. 6.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento otorgado a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA y por las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, tendrá vigencia de un año calendario, contado a partir de su fecha de emisión. (FUNCIONAMIENTO, 2016)

#### **2.4.2 DE LAS CONDICIONES Y REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

Según el Art. 10.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento;

- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo remplace;
- e) Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda;
- f) Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento;
- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos. (FUNCIONAMIENTO, 2016)

## **2.5 ORGANISMOS DE CONTROL**

Que, el artículo 5, del Mandato Constituyente No. 16, expedido el 23 de julio del 2008 por el Pleno de la Asamblea Constituyente de la República del Ecuador, dispuso que “Para mitigar los efectos que tienen los riesgos de la naturaleza sobre la agricultura de los/as productores/as agrícolas, el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (MCDS) y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) diseñarán e implementarán un sistema de seguro agrícola para lo cual el Ministerio de Finanzas (MF) asignará los recursos respectivos.”;

### **2.5.1 RESOLUCIÓN DAJ-20133ec-0201.0099**

EL DIRECTOR EJECUTIVO DE LA AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO -AGROCALIDAD  
CONSIDERANDO:

Según el artículo 13 de la Constitución de la República del Ecuador establece que las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria;

En el artículo 281 numeral 13 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del

Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente, para ello es responsabilidad del Estado prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos;

Según el artículo 400, de la Constitución de la República del Ecuador reconoce el valor intrínseco de la agro-biodiversidad y por consiguiente, dispone que se debe precautelar su papel esencial en la soberanía alimentaria;

Según el artículo 1 de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, dispone que: el objeto de la Ley es establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente;

Mediante el artículo 14 de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria conocemos que el Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de desarrollo productivo, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros...;

Por otro lado, el Decreto Ejecutivo N° 1449, de fecha 22 de noviembre del 2008 publicado en el Registro Oficial 479, el 2 de diciembre de 2008, se reorganiza al SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIO transformándolo en AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO – AGROCALIDAD, como una entidad técnica de derecho público, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, desconcentrada, con independencia administrativa, económica, financiera y operativa; con sede en Quito y competencia a nivel nacional, adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;

DEL REGISTRO DE PLAGUICIDAS Art. 9.- Toda persona natural o jurídica para importar, fabricar, distribuir o comercializar plaguicidas y productos afines de uso agrícola, deberán obtener el correspondiente registro en el Ministerio de Agricultura y Ganadería, mediante el cumplimiento de los requisitos que señale la ley y el reglamento. Las Asociaciones de Productores, Cámaras de Agricultura, Centros

Agrícolas, Cooperativas Agrícolas, Organizaciones Campesinas y agricultores como personas naturales, podrán importar plaguicidas y productos afines, siempre que el registro se hallare vigente y mediante el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias (Agro-Agrocalidad, Agencia ecuatoriana de aseguramiento de calidad del, 2016)

## **2.6 RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA**

El nombre legal del Centro venta de productos agroquímicos será: "TERRAFERTIL" y estará administrada por su propietario el mismo que cuenta con un Título profesional de ingeniero en gestión empresarial con mención en marketing.

## **2.7 DOMICILIO LEGAL**

Según el Art. 4 de la Ley de compañías del Ecuador. - El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. El domicilio que tendrá la compañía será en la parroquia San Juan del Cantón Pueblo Viejo ubicado en la provincia de Los Ríos. La parroquia San Juan es una zona dedicada a la agricultura, motivo por el cual elegimos este lugar para distribuir los productos Agroquímicos.

## **2.8 ACTIVIDAD PRINCIPAL**

La actividad principal a la que se dedicará la empresa es a la comercialización y distribución de productos agrícolas, tales como semillas, abonos edáficos, abonos foliares, pesticidas, insecticidas, herbicidas, bactericidas, fungicidas, urea, además de brindar un asesoramiento a los agricultores para el uso de nuestros productos.

## **2.9 CONFORMACIÓN CAPITAL SOCIAL**

El Art. 43 de la Ley de Compañías del Ecuador dice. - El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

## **2.10 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

### **2.10.1 GERENTE.**

Es el representante legal de la empresa y por lo tanto el encargado de todo el funcionamiento de la misma, sus funciones son:

- ❖ Negociar con los proveedores, realizar las compras y abastecimiento del inventario.
- ❖ Planificar los objetivos a largo, mediano o a corto plazo, que se debe lograr en cada una de las áreas durante el año.
- ❖ Organizar la estructura organizacional, asignar roles, funciones, para la ejecución del puesto.
- ❖ Direcccionar, guiar, liderar, tomar decisiones para orientar a su equipo a cumplir con los objetivos transados.
- ❖ Controlar que todas las actividades se realicen de acuerdo a sus funciones y objetivos por áreas.

### **2.10.2 CONTADOR.**

Será un profesional en Contaduría Pública, se encarga de realizar los estados financieros de la empresa. Es el responsable de diseñar e implementar el sistema contable. Adicionalmente velará por el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales y societarias.

### **2.10.3 JEFE DE BODEGA.**

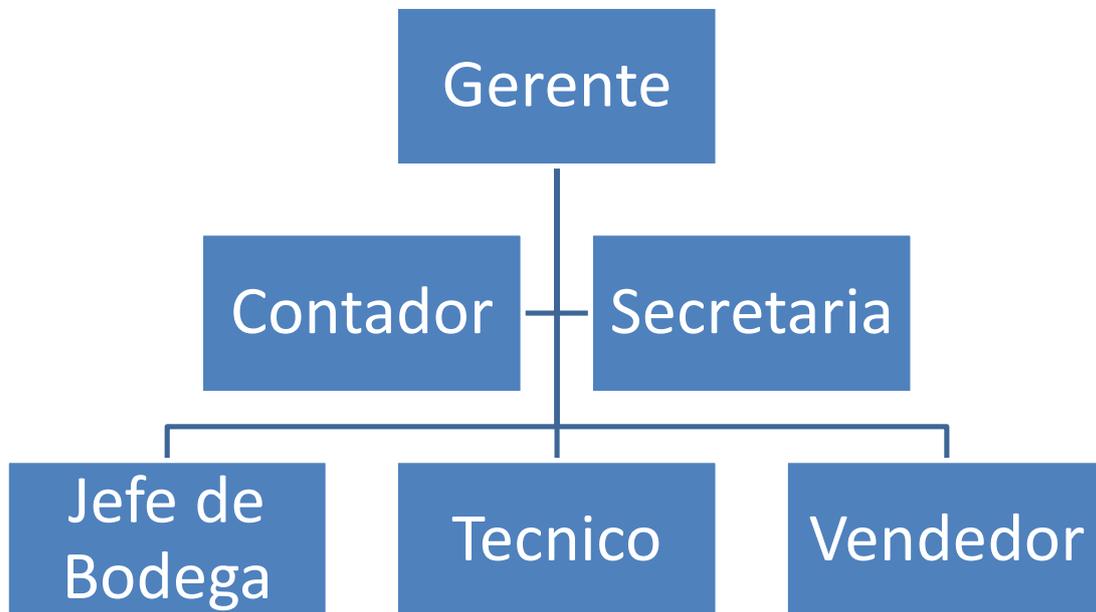
Se encargará de la toma de inventario físico anual y las veces que, a criterio de la Gerencia General sean necesarias, además será responsable del mantenimiento de niveles de inventarios de acuerdo al modo (FIFO) first in first out, primeros en entrar, primeros en salir y de la entrega de los pedidos de los clientes.

#### 2.10.4 VENDEDOR.

Deberá ser ingeniero agrónomo ya que se encarga de asesorar al cliente sobre los productos que compre; modo de uso, cantidades a utilizar por bomba o por tanque, días de aplicación, precios convenientes a su presupuesto y cuáles serán los insumos que van a ayudarle a mejorar su cultivo y a obtener un mayor rendimiento de las semillas.

### 2. 11 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

GRÁFICO 2. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016.

## **CAPÍTULO 3**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La siguiente investigación es de tipo descriptiva ya que su propósito es la delimitación de los hechos o características que conforman el problema de investigación, señalando las diversas formas de conducta de la población, este método mide, recolecta y evalúa datos de las variables de la investigación. (Alvarez, 2012).

Mediante este estudio se busca medir y recolectar información sobre fenómenos, situaciones, eventos, características y perfiles de las personas, grupos o comunidades detalladamente. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2008)

Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. De esta manera obtendremos un aporte teórico–descriptivo y conoceremos las actuales necesidades de los agricultores en la parroquia San Juan y sus zonas rurales.

### **3.2 IDENTIFICACION DEL TIPO DE ENFOQUE**

El enfoque cuantitativo es de índole descriptivo, por esta razón analiza datos cuantitativos sobre variables y los resultados son descriptivos y se generan de manera aleatoria debido a que se utiliza una muestra probabilística. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2008).

Es decir, este método usa la recolección de datos para probar hipótesis basadas en la medición numérica, el análisis estadístico y la comparación previa de los resultados del estudio de los datos de la muestra de una población, para aceptar o rechazar hipótesis. Con este enfoque se recopilará información sobre las características económicas, comportamientos de la demanda de la parroquia San Juan.

### 3.3 HIPOTESIS

La hipótesis es un supuesto que deberá ser comprobado a lo largo de una investigación. (Lozano, 2005)

- Si los agricultores de la parroquia San Juan no encuentran todos los insumos que necesitan en un solo lugar, entonces deberán acudir a otros cantones a adquirirlos.

#### Variable Independiente

Si los agricultores de la parroquia San Juan no encuentran todos los insumos que necesitan en un solo lugar

#### Variable Dependiente

Entonces deberán acudir a otros cantones a adquirirlos.

### 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar la muestra de la población emplearemos la siguiente fórmula:

$$\frac{K^2 N * p * q}{e^2 (N-1) + K^2 pq}$$

**TABLA 1. DATOS PARA LA TOMA DE LA MUESTRA**

K	Seguridad con la que trabajaremos	95% = 1.96
N	Total de la población	147 agricultores
P	Proporción esperada	0.5
q	1 - P	1 - 0.5 = 0.5
e	Precisión	5%

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016.

Empleando la formula obtuvimos que se deben realizar: N= 106 encuestas.

### **3.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS**

En este estudio se emplearán como métodos de recolección de datos dos tipos de métodos: El primero de ellos es un método muy flexible y poco costoso en comparación de otros como lo son las encuestas , serán utilizadas para determinar las preferencias y necesidades de los posibles consumidores , las mismas que pueden ser realizadas por teléfono, personalmente o vía internet, en este caso, fueron realizadas personalmente a la muestra de los agricultores de la parroquia San Juan y como segundo método se emplearán las entrevistas a expertos en el área, tales como: ingenieros agrónomos, y técnicos de las empresas Ecuaquímica y Zamagro.

### 3.5.1 DISEÑOS DE ENCUESTA

#### Sexo

Hombre \_\_\_\_\_ Mujer \_\_\_\_\_

#### 1.- ¿Tiene usted interés en adquirir químicos agrícolas?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

#### 2.- ¿A qué tipo de cultivo se dedica?

Arroz \_\_\_\_\_ Banano \_\_\_\_\_ Maíz \_\_\_\_\_ Frejol \_\_\_\_\_  
Cacao \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

#### 3.- ¿Cuántas hectáreas utiliza regularmente para sus cultivos?

De 1 a 5 \_\_\_\_\_ de 5 a 10 \_\_\_\_\_ de 10 a 20 \_\_\_\_\_  
De 20 a 30 \_\_\_\_\_ de 30 a 50 \_\_\_\_\_ de 50 a 100 \_\_\_\_\_

#### 4.- Cuantas veces siembra al año?

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

#### 5.- ¿Dónde compra usted sus insumos agrícolas?

Distribuidoras \_\_\_\_\_ Agro-Servicios \_\_\_\_\_

#### 6.- ¿Recibe asesoramiento sobre cómo utilizar los productos al momento de la compra?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

#### 7.- ¿Cuáles son los productos que más compra?

Semillas \_\_\_\_\_ Herbicidas \_\_\_\_\_ Fungicidas \_\_\_\_\_

Abonos \_\_\_\_\_ Insecticidas \_\_\_\_\_ Bactericidas \_\_\_\_\_

**8.- ¿Le gustaría comprar en un nuevo Agro-Servicio en San Juan donde le brinden un completo asesoramiento sobre sus cultivos?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**9.- ¿Con que Frecuencia compraría al mes?**

0-5 veces \_\_\_\_\_ 5-10 veces \_\_\_\_\_ 10-15 veces \_\_\_\_\_

15-20 veces \_\_\_\_\_ 20-25 veces \_\_\_\_\_ 25 o mas \_\_\_\_\_

**10.- ¿Qué es más importante para usted?**

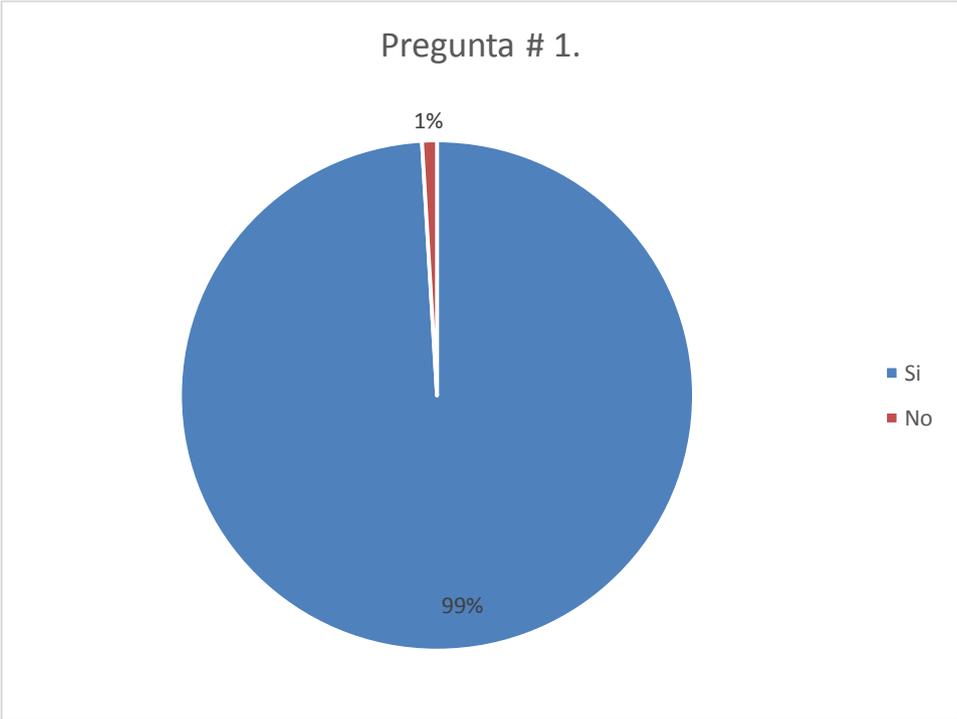
Calidad \_\_\_\_\_ Precio \_\_\_\_\_ Marca \_\_\_\_\_ Rendimiento \_\_\_\_\_

**11 ¿Cuánto gasta en promedio en negocios similares para el cultivo de una hectárea de maíz?**

\$500-\$1000 \_\_\_\_\_ \$1000-\$1500 \_\_\_\_\_ \$1500-\$2000 \_\_\_\_\_

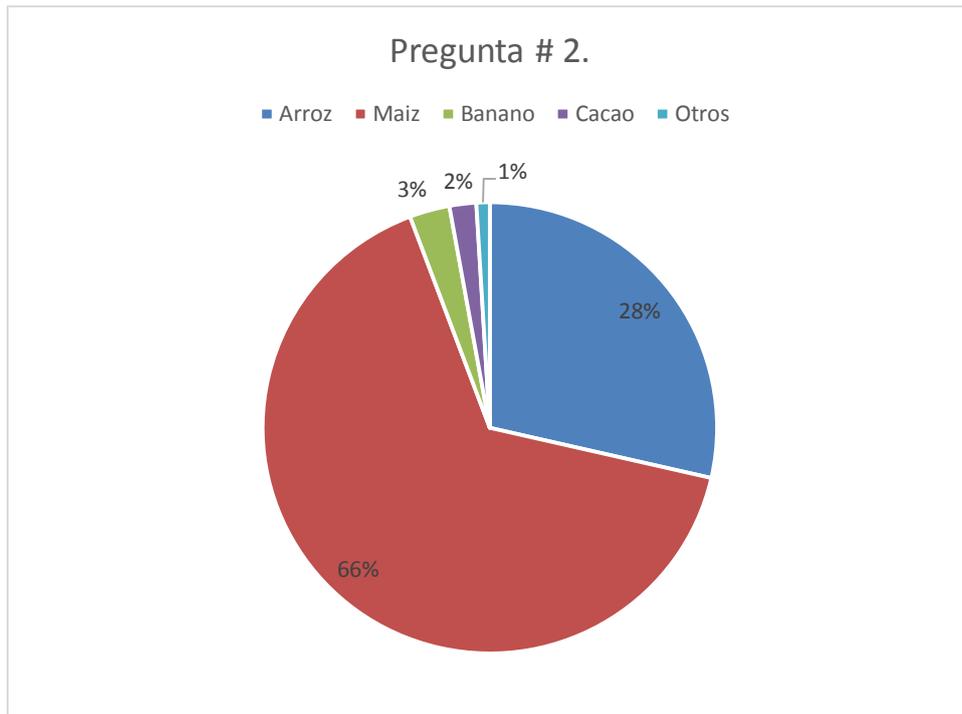
### 3.5.2 RESULTADOS DE ENCUESTA

**GRÁFICO 3. ¿TIENE USTED INTERES EN ADQUIRIR QUÍMICOS AGRÍCOLAS?**



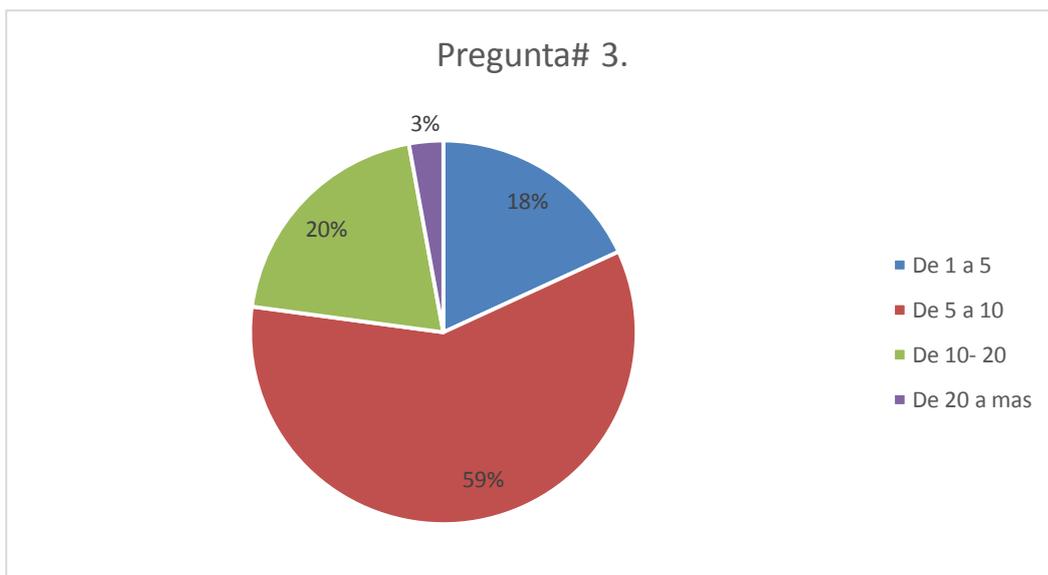
Dentro de esta pregunta se obtuvo que tan solo uno de los compradores no estaba interesado en adquirir químicos agrícolas esto quiere decir que un 1% dijo que no y el 99% dijo que, si estaba interesado, esto se debió a que esta persona no se dedicaba a la agricultura actualmente, sino más bien poseía las hectáreas, pero las alquilaba.

#### GRÁFICO 4. ¿A QUÉ TIPO DE CULTIVO SE DEDICA?



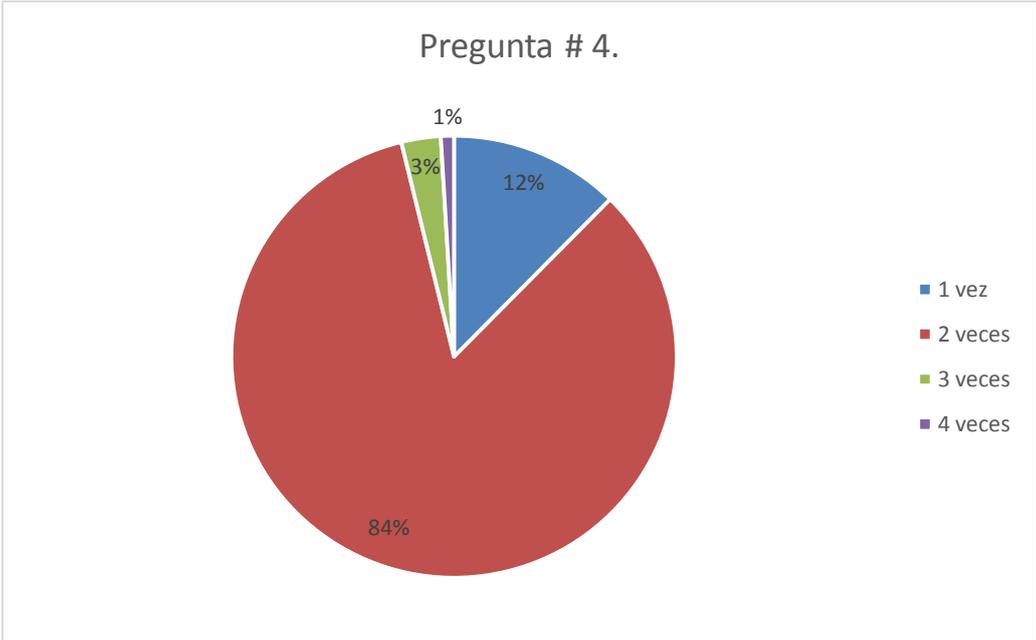
El resultado de esta pregunta fue que el 28% se dedica a los cultivos de arroz, el 66% al maíz, el 3% al banano, el 2% al cacao y el 1% a otros como: soya, frejol, etc.

#### GRÁFICO 5. ¿CUÁNTAS HECTAREAS UTILIZA REGULARMENTE PARA SUS CULTIVOS?



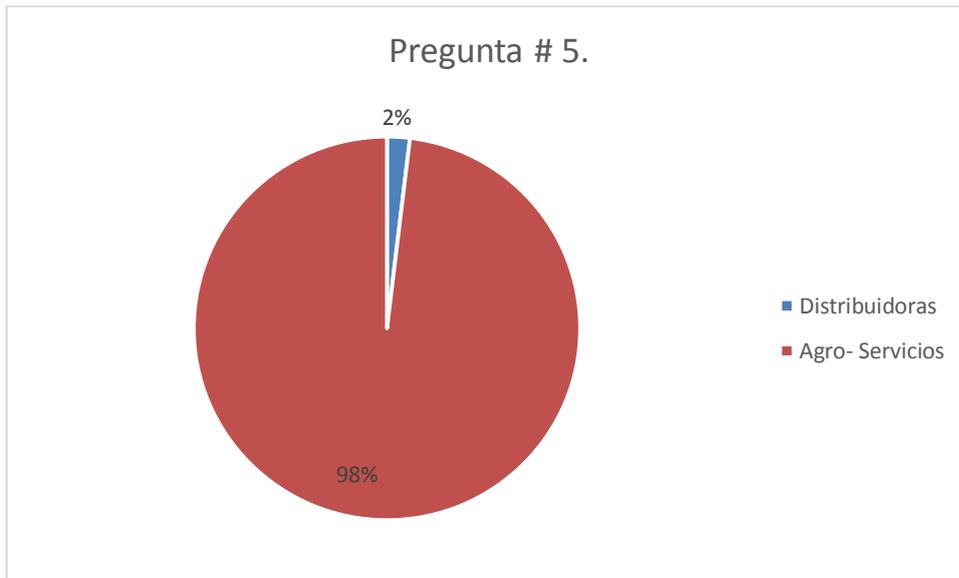
El 18% dijo que utiliza de 1 a 5 hectáreas, el 59% utiliza de 5 a 10 hectáreas, mientras que el 20% poseen y utilizan de 10 a 20 hectáreas y tan solo un 3% utiliza de 20 a más hectáreas, concluimos con que la mayoría de agricultores utilizan de 5 a 10 hectáreas.

**GRÁFICO 6. ¿CON QUÉ FRECUENCIA SIEMBRA AL AÑO?**



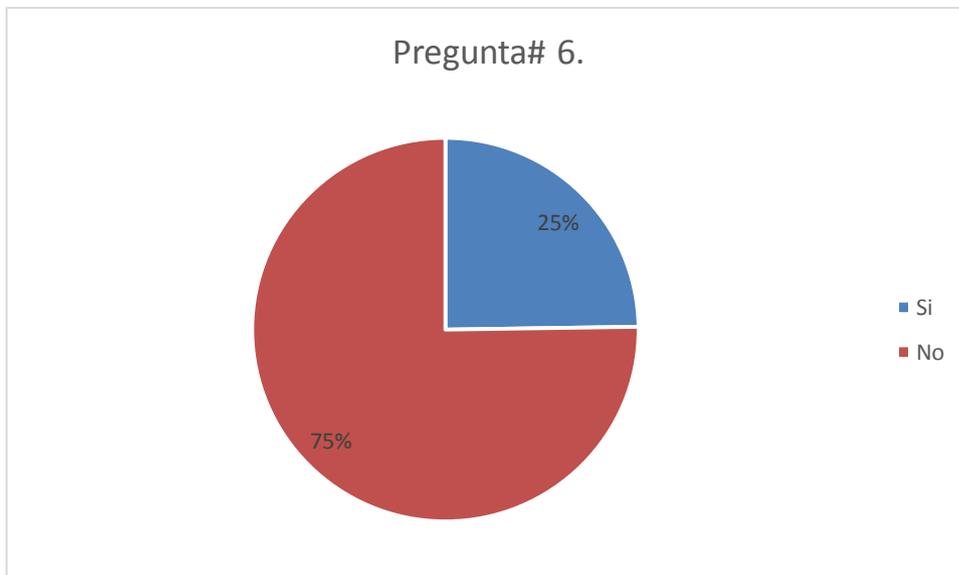
El 12 % siembra 1 vez al año, el 84% lo hace 2 veces al año, mientras que el 3% solo lo realiza 3 veces al año y finalmente el 1% siembra 4 veces al año, como resultado la mayoría de los agricultores de San Juan siembran dos veces al año, generalmente maíz.

### GRÁFICO 7. ¿DÓNDE COMPRA USTED SUS INSUMOS AGRÍCOLAS?



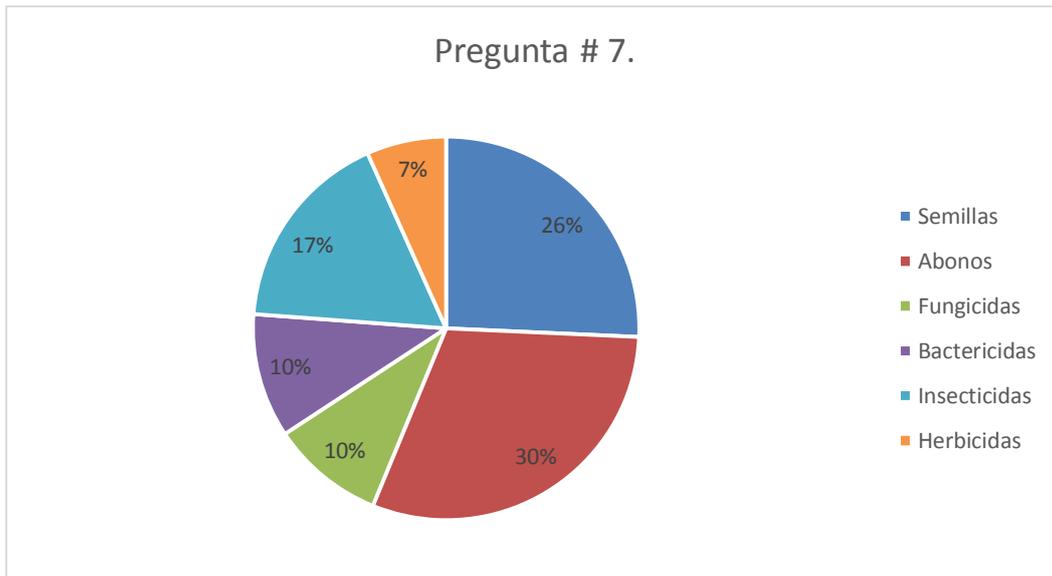
A lo cual el 98% dijo que en realiza sus compras en Agro-servicios y el 2 % en distribuidoras.

### GRÁFICO 8. ¿RECIBE USTED ASESORAMIENTO SOBRE CÓMO UTILIZAR LOS PRODUCTOS EN EL MOMENTO DE LA COMPRA?



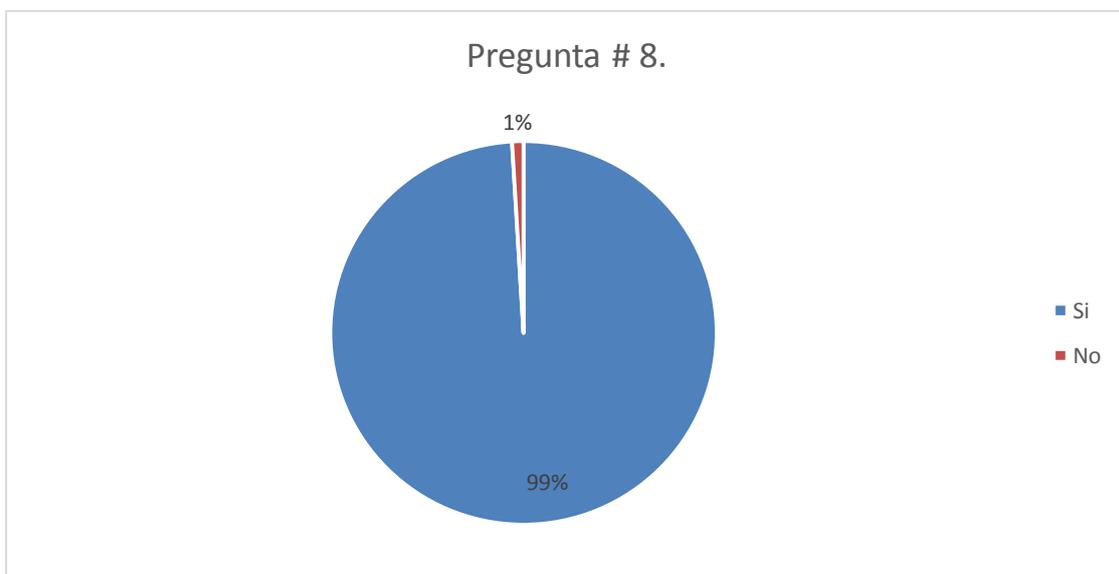
El 25% dijo que si recibe asesoramiento durante sus compras, aunque no es un asesoramiento muy bueno que les ayude a una óptima utilización de los insumos agrícolas y el 75% dijo que no recibe ningún tipo de asesoría.

### GRÁFICO 9. ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS QUE MAS COMPRA?



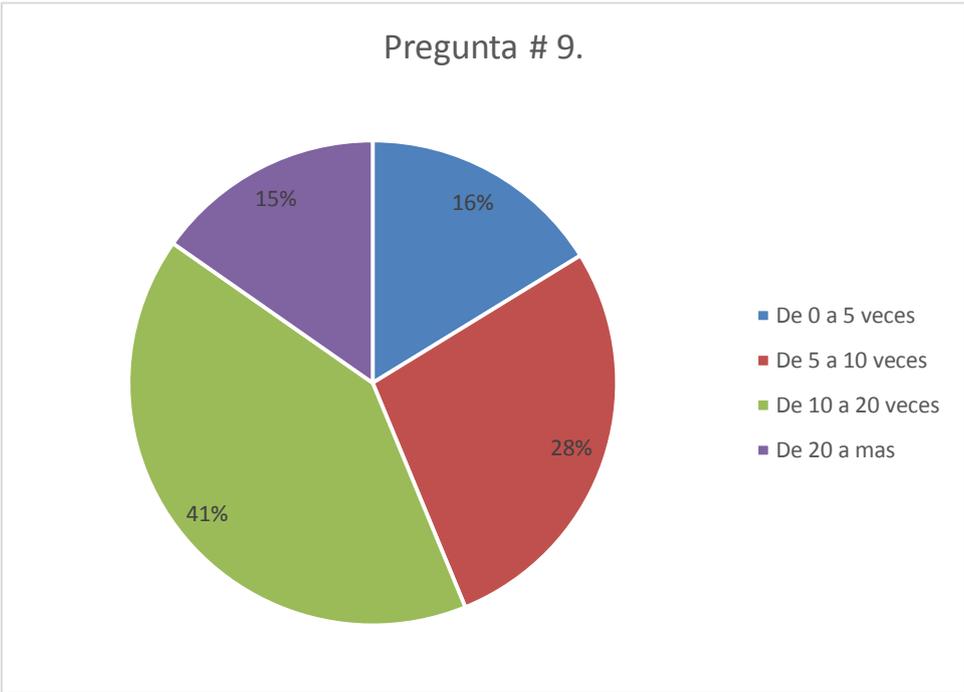
El 26 % dijo que los insumos que más utilizaba en sus cultivos eran semillas, el 30% respondió que eran abonos y fertilizantes, mientras que el 10% aseguró que eran fungicidas, por otro lado otro 10% dijo que eran bactericidas, el 17% respondió que empleaban más insecticidas para controlar las plagas y un 7% dijo que eran herbicidas para controlar las malezas.

### GRÁFICO 10. ¿LE GUSTARÍA COMPRAR EN UN NUEVO AGRO-SERVICIO EN SAN JUAN DONDE LE BRINDEN UN COMPLETO ASESORAMIENTO SOBRE SUS CULTIVOS?



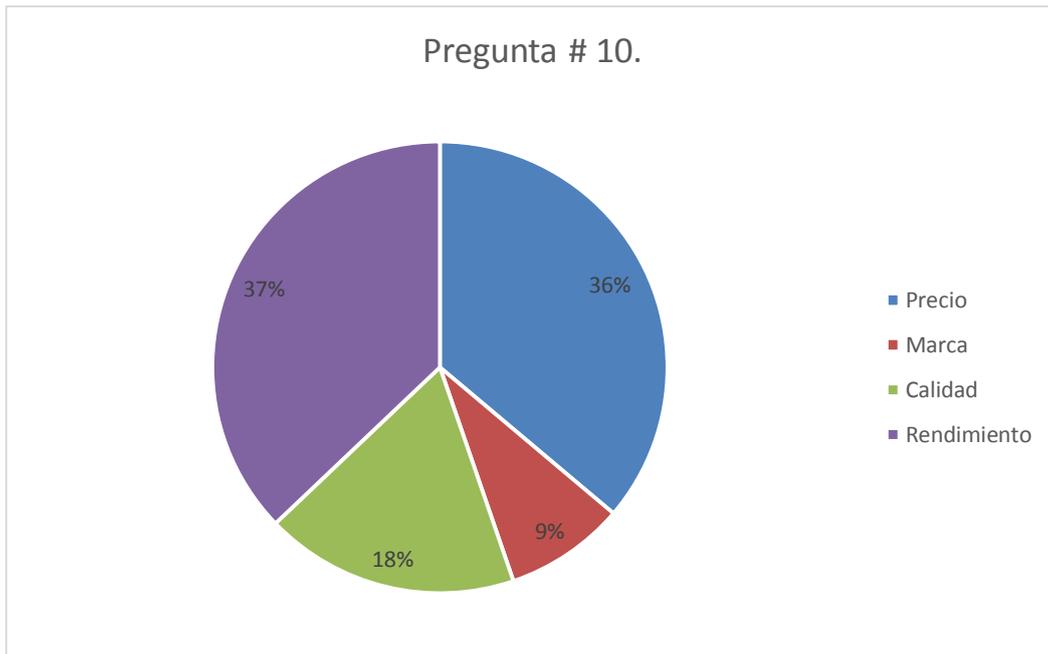
Las respuestas obtenidas de esta pregunta fueron que el 99% dijo que si y el 1% dijo que no le gustaría porque no se dedica a la agricultura.

**GRÁFICO 11. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRARÍA AL MES?**



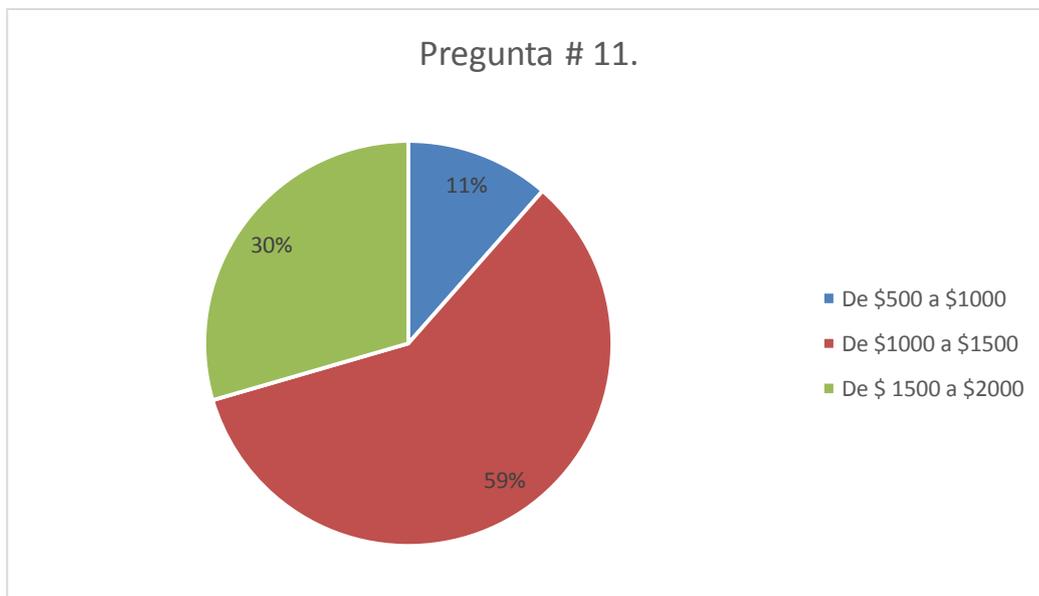
El 16% respondió que compraría con una frecuencia de 0 a 5 veces por mes, el 28% compraría de 5 a 10 veces mensuales, mientras que el 41% dijo que lo haría de 10 a 20 veces al mes y el 15% respondió que realizaría sus compras de 20 veces a mas por mes.

**GRÁFICO 12. ¿QUÉ ES MAS IMPORTANTE PARA USTED?**



Las respuestas fueron que para un 36 % es más importante el precio, para el 9% la marca de los productos, el 18 % dijo que la calidad de los mismos y finalmente el 37% dijo que el rendimiento.

**GRÁFICO 13. ¿CUÁNTO GASTA EN PROMEDIO EN NEGOCIOS SIMILARES EN INSUMOS AGRÍCOLAS PARA UNA HECTÁREA DE SU CULTIVO?**



En promedio el 11% de los agricultores gastan de \$500.00 a \$1,000.00 dólares por hectárea de maíz o de arroz, el 59% gasta entre \$1,000.00 a \$1,500.00 y para finalizar con las encuestas se obtuvo que el 30% gasta entre \$1,500.00 a \$2,000.00.

### **3.5.3 ANALISIS DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS**

Como conclusión de las encuestas podemos decir que el 99% de los agricultores encuestados están dispuestos a adquirir insumos agrícolas, tan solo 1% de los encuestados no está dispuesto ya que alquila sus hectáreas y no siembra, los principales cultivos son de maíz con un 66% y arroz con un 28%, el 59% utiliza de 5 a 10 hectáreas para sus cultivos, el 84% siembra dos veces al año además, el 98 % realiza sus compras en agro-servicio y el 75 % de ellos no recibe un buen asesoramiento en cuanto al empleo de los productos, los productos con mayor demanda son los abonos y fertilizantes con un 30%, mientras que un 99% de agricultores estaría interesado en adquirir sus productos en un agro-servicio en San Juan para no tener que movilizarse hasta otros cantones para poder lograrlo, el 41% compraría con una frecuencia de 10 a 20 veces por mes, para los agricultores es tan importante el precio con un 36% como el rendimiento con un 37% siendo mínima pero evidente la diferencia podemos decir que es más importante el rendimiento y finalmente invierten en promedio de \$1,000.00 a \$1,500.00 por hectárea de arroz o maíz.

### **3.5.3 ENTREVISTA REALIZADA A EXPERTOS**

Se ha seleccionado a tres expertos dos de ellos son ingenieros de las empresas Ecuaquímica y Zamagro y la tercera la Sra. Marcia López propietaria de AgroKarlita nuestro principal distribuidor, todos ellos tienen gran experiencia dentro de la comercialización de productos dentro del ámbito agrícola en la provincia de Los Ríos.

- ❖ La duración de cada entrevista fue alrededor de 1 hora.
- ❖ El número de entrevistados fue de 3 expertos
- ❖ La técnica fue una entrevista de 6 preguntas

❖ Preguntas:

1. ¿Cómo fueron sus inicios en el negocio de ventas de insumos?
2. ¿Cómo controla y planifica el inventario por estaciones?
3. ¿Cómo es su relación con los proveedores?
4. ¿Cuál es su opinión sobre este negocio y cuál es su vínculo con él?
5. ¿Cómo implementa estrategias para competir en el mercado?
6. ¿Cómo considera el comportamiento de los consumidores?

❖ Los Lugares en que se realizaron fueron Agroquímico Karlita; ubicado en el Cantón Ventanas.

### **3.5.4 RESULTADO DE LA ENTREVISTA**

#### **EXPERTO: MARCIA LÓPEZ**

##### **1. ¿Cómo fueron sus inicios en el negocio de ventas de insumos?**

Mis padres se dedicaban a la compra y venta de maíz, soya, frejol, etc. Yo trabajaba en el comercial con ellos, luego pensé ya que conocía a los agricultores en iniciar con la venta de químicos agrícolas y fue así como poco a poco fui comprándole más a las empresas hasta convertirme actualmente en una de las clientes de elite Del Monte y Ecuaquímica, entre otros.

##### **2. ¿Cómo controla y planifica el inventario por estaciones?**

El inventario se mantiene según la demanda, la misma que varía para productos de ciclo corto debido a la temporada, ya sea invierno o verano, generalmente hago dos o tres compras a la semana a las grandes empresas que me abastecen de productos.

##### **3. ¿Cómo es su relación con los proveedores?**

Los vendedores, también llamados técnicos de las diferentes empresas que me proveen los insumos agrícolas me visitan constantemente y me brindan asesoría en

cuanto a los productos, además debido al gran volumen de compra que hago recibo descuentos en todos los productos.

#### **4. ¿Cuál es su opinión sobre este negocio y cuál es su vínculo con él?**

Es un negocio que viene desde años atrás, pues mi familia tenía un comercial de compra y venta de maíz y desde ese entonces me gustó el tema de los agroquímicos ya que la agricultura siempre estuvo con nosotros y creo que seguirá existiendo dentro de los próximos años, además mi negocio fue creciendo rápidamente debido a la aceptación de los agricultores que conocían a mi papá y a mi esposo.

#### **5. ¿Cómo realiza sus estrategias para competir dentro el mercado?**

Brindamos asesoramiento a los clientes y un financiamiento a los pequeños distribuidores mediante un análisis previo, además tomamos en cuenta la capacidad de compra de los clientes y las temporadas de siembra.

#### **6. ¿Cómo considera el comportamiento de los consumidores?**

Gran parte de los clientes siempre buscan lo más económico, recorren todo el cantón en busca de un descuento hasta de 0,05 centavos, incluso otros viajan desde otros cantones hacia Ventanas buscando precios más bajos.

### **EXPERTO: LUIS CHAMORRO**

#### **1. ¿Cómo fueron sus inicios en el negocio de ventas de insumos?**

Mi padre se dedicada a la agricultura, esto me hizo crecer dentro de ese ambiente, conocía a los agricultores, los precios y los productos más comunes para los diferentes tipos de cultivos, por un amigo de mi papá entre a trabajar en la colina y actualmente en Zamagro como vendedor de sus productos en la provincia de Los Ríos

## **2. ¿Cómo controla y planifica el inventario por estaciones?**

El inventario aumenta para cultivos de ciclo corto en los meses de octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero luego disminuye en marzo, abril, mayo, junio.

## **3. ¿Cómo es su relación con los proveedores?**

La empresa para la que trabajo, Zamagro, tiene un gran poder de negociación con los proveedores debido a los grandes volúmenes de materia prima que compra para re envasarla y distribuirla a nivel nacional.

## **4. ¿Cuál es su opinión sobre este negocio y cuál es su vínculo con él?**

Mi papa se dedicaba a la venta de agroquímicos en la provincia de Los Ríos, trabajó durante varios años para Agripac, así que crecí rodeado de los agroquímicos y aprendí mucho al respecto.

## **5. ¿Cómo realiza sus estrategias para competir dentro el mercado?**

La empresa Zamagro posee precios más bajos que Agripac, Del monte, Farmagro, Ferpacific, entre otras, por este motivo logro vender gran cantidad de urea mix, abonos para maíz y cacao a los grandes distribuidores de la provincia de Los Ríos ya que a ellos les genera mayor utilidad vender nuestros productos.

## **6. ¿Cómo considera el comportamiento de los consumidores?**

Muchos de los clientes buscan los productos más económicos, pero también que les ayuden a mejorar sus cultivos, nuestros productos son muy buenos y además mucho más económicos que los demás, por esta razón tienen buena acogida con los consumidores.

## **EXPERTO: RUBY LÓPEZ**

### **1. ¿Cómo fueron sus inicios en el negocio de ventas de insumos?**

Al graduarme de la universidad como ingeniero agrónomo un amigo me contacto con la empresa que el trabajaba, es decir Ecuaquímica y mediante el proceso de selección valga la redundancia fue seleccionado y fue allí donde comencé a aprender muchas cosas que no enseñan en la universidad, sino más bien que se aprenden con la práctica.

### **2. ¿Cómo controla y planifica el inventario por estaciones?**

El inventario crece y disminuye según el tipo de cultivo, ya sea de ciclo corto o largo por sector del país Costa, Sierra o Amazonía.

### **3. ¿Cómo es su relación con los proveedores?**

Los proveedores los maneja el área de compras, yo no tengo mucho que ver con ellos, pero lo más lógico es que haya mejor precio por volumen de compra.

### **4. ¿Cuál es su opinión sobre este negocio y cuál es su vínculo con él?**

Me agrada formar parte de la empresa Ecuaquímica ya que cuenta con productos de excelente calidad y siempre busca satisfacer tanto al cliente, como al personal que trabaja para ellos, además de brindar capacitaciones y visitas técnicas a los cultivos.

### **5. ¿Cómo realiza sus estrategias para competir dentro el mercado?**

La empresa Ecuaquímica incentiva a los grandes distribuidores a vender y adquirir más de sus productos mediante viajes a diferentes países y capacitaciones o charlas de nuevos productos en los mismos, además de brindar visitas de los técnicos a los cultivos de los agricultores.

## **6. ¿Cómo considera el comportamiento de los consumidores?**

Los principales clientes de Ecuaquímica son agricultores a los cuales no les importa pagar por el precio de nuestros productos ya que son un poco más elevados que los demás ya que saben que contarán con productos de excelente calidad y mayor rendimiento.

### **3.5.5 ANALISIS DEL RESULTADO**

De acuerdo al análisis de las entrevistas con los expertos se destaca los siguientes puntos:

1. Parten de situaciones familiares de las cuales nació su interés por la comercialización de insumos agrícolas y la necesidad de ayudar a los agricultores con una asesoría completa.
2. Satisfacen la demanda de acuerdo a sus necesidades las mismas que varían según la temporada.
3. Estas empresas compran a las grandes distribuidoras, dos de ellas re envasan sus productos y los distribuyen, además a mayor volumen de compra obtienen mayor descuento.
4. Tienen una gran aceptación con sus clientes ya que manejan precios y productos de buena calidad, además de brindar asesoría a sus clientes.
5. Se identifican con los agricultores y ayudan a proveerles gran variedad de productos y variedad de precios.
6. Satisfacen las necesidades de sus clientes brindándoles asesoría y visitando sus cultivos, además de darles opción a devolver los productos que no les sirvieron.

# CAPITULO IV

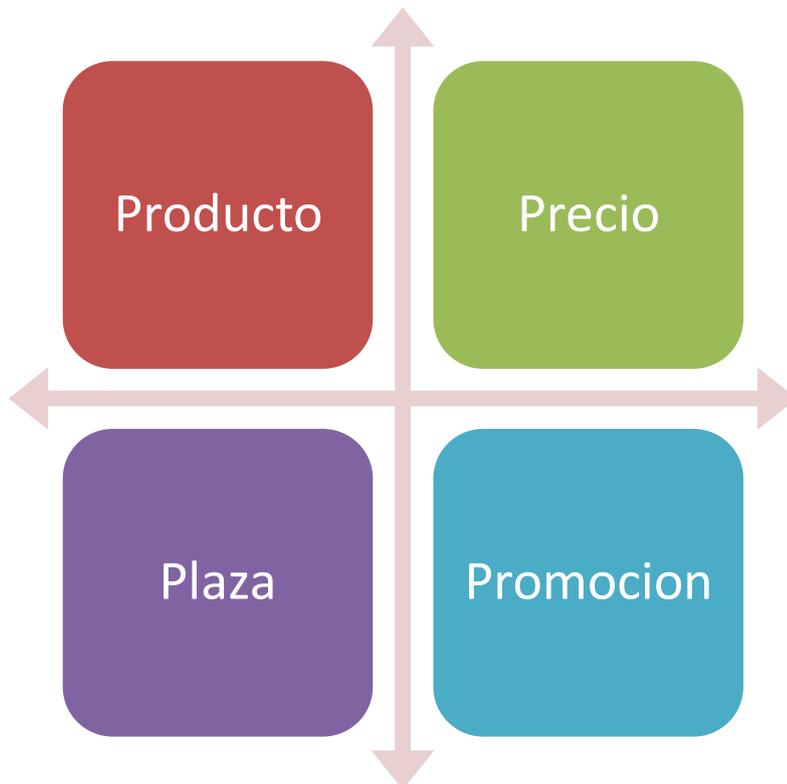
## ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercados se enfoca en el análisis de los productos, mercados existentes y los potenciales de la empresa, de esta manera podemos comprender un poco más qué es lo que el comprador desea o necesita. ( Lutz & Weitz, 2010)

Es necesario efectuar esta investigación de mercados para introducir una empresa o un producto dentro de dicho mercado y que logre perdura en con el paso del tiempo, de esta manera es imprescindible segmentar el mercado, conocer los precios, las marcas y lapublicidad que se manejan en el. (Stanton, Etzel, & Walker, 2004)

### 4.1 LAS 4 P DEL MARKETING

GRÁFICO 14. LAS 4P DEL MARKETING.



Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016.

## 4.1.1 PRODUCTO Y PRECIO

Mediante el gráfico que veremos a continuación se muestran los precios del año 2015 y 2016 de los principales productos químicos dentro del ámbito agrícola en el país.

**TABLA 2. PRECIOS NACIONALES PROMEDIO DE LOS PRINCIPALES AGROQUÍMICOS (2015-2016)**

Tipos de Productos	Ingrediente Activo	Concentración (%)	Unidad de Medida	PRECIO PROMEDIO MES (USD)				VARIACIÓN PRECIO PROMEDIO MES (USD)				
				JUL 2015	JUL 2016	DS	$\Delta_{t/t-12}$	JUN 2016	JUL 2016	DSV	$\Delta_{t/t-1}$	$\Delta_{t-12/t-13}$
Fungicidas	Propiconazol	25	1 l	30.15	26.90	1.56	-10.78%	26.61	26.90	0.04	1.08%	3.05%
	Cimoxanil + Mancozeb	8+64	500 gr	6.03	5.96	0.22	-1.30%	6.08	5.96	0.04	-2.10%	0.35%
	Carbendazim	50	1 l	15.79	15.86	0.57	0.43%	15.79	15.86	0.03	0.43%	2.50%
	Clorotalonil	72	1 l	15.61	13.76	0.50	-11.86%	13.71	13.76	0.02	0.33%	3.78%
Herbicidas	Glifosato	48	1 l	5.76	5.29	0.39	-8.26%	5.41	5.29	0.04	-2.30%	2.34%
	Paraquat	20	1 l	8.10	7.80	0.44	-3.74%	7.50	7.80	0.03	4.07%	0.84%
	Pendimetalina	40	1 l	9.55	9.09	0.43	-4.73%	9.28	9.09	0.04	-2.02%	3.16%
	Propanil	48	1 l	9.42	7.96	0.51	-15.46%	8.92	7.96	0.06	-10.74%	9.56%
	2,4-D Amina	72	1 l	5.44	5.26	0.10	-3.26%	5.22	5.26	0.02	0.73%	0.62%
	Atrazina	90	900 gr	9.91	9.57	0.26	-3.46%	9.53	9.57	0.02	0.33%	1.64%
Insecticidas	Clorpirifos	48	1 l	13.68	13.14	0.58	-3.91%	13.11	13.14	0.02	0.21%	1.49%
	Cipermetrina	20	1 l	10.29	10.12	0.18	-1.66%	10.13	10.12	0.03	-0.09%	0.65%
Veterinarios	Ivermectina	1	50 ml	6.36	6.15	1.01	-3.36%	6.22	6.15	0.22	-1.24%	-10.67%
	Ivermectina	3.15	50 ml	15.29	14.50	2.41	-5.16%	10.82	14.50	0.27	34.01%	32.04%
	Oxitetraciclina	10	50 ml	4.08	3.58	0.39	-12.27%	3.64	3.58	0.13	-1.53%	14.66%
Fertilizantes	Fosfato Diamónico	18-46-0	50 kg	36.80	33.70	2.77	-8.44%	33.87	33.70	0.02	-0.52%	-0.17%
	Muriato de Potasio	0-0-60	50 kg	27.19	23.75	2.84	-12.66%	24.14	23.75	0.03	-1.62%	-2.28%
	Urea	46-0-0	50 kg	25.72	21.62	3.48	-15.94%	21.80	21.62	0.04	-0.80%	-0.32%

Fuente: MAGAP– CGSIN, 2016

## 4.1.2 PLAZA

Los productos serán comercializados en el agro-servicio, motivo por el cual es necesario contar con una infraestructura moderna y amplia, como lo detallaremos en los siguientes gráficos con 2D y 3D, cabe recalcar que las áreas de bodegas serán las más amplias y contarán con pallets para un mejor almacenamiento de los líquidos, abonos, semillas y fertilizantes, además de poseer una excelente ubicación en la avenida principal de San Juan y la más comercial, cerca de los bancos y de los clientes potenciales, el propósito de esto es que el cliente tenga un fácil acceso a el punto de venta.

**GRÁFICO 15. DISEÑO ESQUEMÁTICO DE LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN 2D.**



Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016.

**GRÁFICO 16. DISEÑO ESQUEMÁTICO DE LA DISTRIBUCION DEL ESPACIO EN FORMATO 3D.**



Eaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016

### **4.1.3 PROMOCION**

El tipo de promociones a realizarse para captar la mayor cantidad de clientes posibles será mediante una amplia asesoría en los cultivos, visitas de campo por los técnicos sin costo alguno a todo aquel cliente que lo requiera, además de esto se emplearán políticas de descuentos del 3% en compras mayores a \$1,000.00 dólares americanos, las mismas que deberán ser realizadas los días martes y jueves de 12 pm a 16 pm.

### **4.1.4 PUBLICIDAD**

La publicidad sera realizada por radios, por volantes, afiches en restaurantes, por redes sociales creando una pagina de facebook e instagram de la empresa en donde conste el whatsapp de los tecnicos para una asesoria en linea o telefonica, ademas de perifonear el nombre del la empresa 5 veces por semana con el vehiculo de la misma.

## **4.1 LA OFERTA**

Se refiere generalmente a los términos en los que una empresa comercializa sus bienes, relacionando la cantidad ofrecida por su precio dentro del mercado, políticas gubernamentales. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

Es la cantidad de ese bien que están dispuestos a comercializar. (Porter M. E., 2013)

## **4.2 LA COMPETENCIA**

Un mercado perfectamente competitivo es aquel donde existe un amplio nuero de vendedores y compradores, donde las acciones de un solo individuo no afectan al precio del mercado, todos los productos son homogéneos y tanto los consumidores como las empresas conocen los precios actuales y futuros de los productos. (Salvatore, 2009)

Para evaluar a la competencia debemos definir el mercado en el que se emprenderán las actividades de la empresa, el número de empresas ubicadas dentro del mismo mercado, la conducta de los competidores, sus estrategias competitivas, características de su demanda y sus costos. (Spulber, 2010).

El mercado en el cual emprenderemos la distribución de agroquímicos es San Juan, la actividad que realizaremos es la comercialización de químicos agrícolas, el número de empresas ubicadas dentro del mercado de San Juan son:

- Sucursal del Monte
- Sucursal Agripac
- Agroquímico ABC

Las mismas que cuentan con precios mucho más elevados, poco asesoramiento y variedad de productos.

#### **4.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.**

En la sucursal del monte solo distribuyen productos de la empresa del monte, esto limita la variedad y disponibilidad de productos, además de que esta sucursal está orientada principalmente al cultivo de banano.

Sucursal de Agripac.- Cuenta únicamente con productos de Agripac y los precios de venta al público son más elevados de lo usual.

Agroquímico ABC.- No cuenta con todos los productos para ciclo corto, tiene mala ubicación, deficiencia en la infraestructura y no cuenta con técnicos especializados para brindar asesoría al cliente sobre el uso de los productos que comercializan.

#### **4.3 LA DEMANDA**

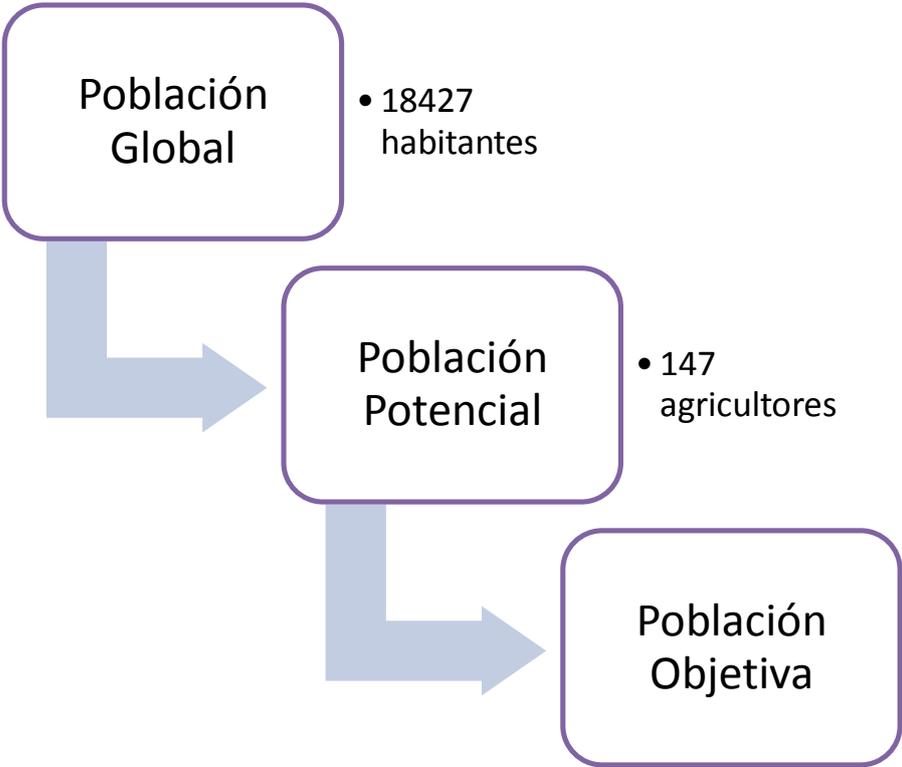
Identificar la demanda es de vital importancia para identificar las oportunidades dentro del mercado, para esto es necesaria la investigación de mercados, una vez que esta ha concluido la empresa puede prever el tamaño de la demanda, calcular el crecimiento de la demanda potencial y para de esta manera conocer las ganancias de dicho proyecto, de esta manera es como los pronósticos de ventas llegan a ser útiles para el departamento financiero, permitiendo identificar las necesidades de liquidez y en el departamento de compras, para adquirir el inventario necesario para satisfacer las necesidades de los consumidores. (Kotler & Keller, 2006).

Para pronosticar la demanda se debe realizar una estimación de las ventas futuras de la empresa, la misma que puede hacerse en base a unidades físicas o monetariamente, para un periodo de tiempo, en este caso lo vamos a realizar

mensualmente y para finalizar anualmente, ya que esto nos permitirá realizar una proyección que nos facilite la elaboración de los estados financieros para determinar la factibilidad del proyecto, tener una mejor coordinación y minimizar riesgos.

Para ello debemos considerar los siguientes factores:

**GRÁFICO 17. TIPOS DE POBLACION Y DEMANDA**



Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016.

El número de agricultores de San Juan según el Programa de asistencia técnica del Proyecto nacional de semillas previo a la adquisición de kits subsidiados para pequeños agricultores menores a 10 hectáreas en el invierno 2016 para cultivos de ciclo corto fue de 147 agricultores, mientras que en el Cantón San Francisco de Pueblo Viejo fue de 1544 agricultores, existiendo un mayor número de ellos en los cultivos de maíz.

La población económicamente activa del Cantón San Francisco de Pueblo Viejo es el 46.2% mientras que de la provincia de los ríos es el 4.4%. (Desarrollo, 2016)

**TABLA 3. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL.**

	HECTAREAS	COST. HECT	COT.TOT.HECT	PRE.TOTAL.HCT	UTIL.TOTAL
Arroz	1144,02	\$ 917,14	\$ 1.049.224,21	\$ 1.154.602,19	\$ 105.377,97
Maíz	566,942	\$ 1.012,05	\$ 573.775,92	\$ 616.436,04	\$ 42.660,12
		<b>\$ 1.929,19</b>	<b>\$ 1.623.000,13</b>	<b>\$ 1.771.038,22</b>	<b>\$ 148.038,09</b>

La demanda potencial del proyecto es de 1710 hectáreas mediante las cuales el primer año se invertiría \$19'476.001,60, se vendería \$ 21'252.458,66 y se obtendría una utilidad de \$ 1'776.457,06.

**TABLA 4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA.**

	HECTAREAS	5%	COST. HECT	PRECIO.HCT	COT.TOT.HECT	PRE.TOTAL.HCT	UTIL.TOTAL
Arroz	1144,02	57,201	\$ 917,14	\$ 1.009,25	\$ 52.461,21	\$ 57.730,11	\$ 5.268,90
Maíz	566,942	28,3471	\$ 1.012,05	\$ 1.087,30	\$ 28.688,80	\$ 30.821,80	\$ 2.133,01
<b>Tot. HECT</b>	<b>1710,962</b>	<b>85,598</b>	<b>\$ 1.929,19</b>	<b>\$ 2.096,55</b>	<b>\$ 81.150,01</b>	<b>\$ 88.551,91</b>	<b>\$ 7.401,90</b>

La demanda futura del proyecto es de 85 hectáreas mediante las cuales el primer año se invertiría \$ 973.800,08, se vendería \$ 1'062.622,93 y se obtendría una utilidad de \$ 88.822,85.

**TABLA 5. POBLACIÓN DE PUEBLOVIEJO POR PARROQUIA Y POR SEXO.**

<b>POBLACION POR PARROQUIAS Y POR SEXO</b>				
<b>PARROQUIAS</b>	<b>HABITANTES</b>			<b>%</b>
	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>	
Puebloviejo	6.828	6.548	13.376	36,67%
Puerto Pechiche	2.412	2.262	4.674	12,81%
San Juan	9.374	9.053	18.427	50,52%
<b>Total</b>	<b>18.614</b>	<b>17.863</b>	<b>36.477</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda, 2010.

**TABLA 6. NÚMERO DE RECINTOS Y BARRIOS DEL CANTON PUEBOVIEJO.**

<b>Número de recintos y barrios</b>			
<b>Parroquia</b>	<b>Recintos</b>	<b>Barrios</b>	<b>Total R y B</b>
Puebloviejo	26	14	40
Puerto Pechiche	23	1	24
San Juan	24	6	30
<b>Totales</b>	<b>73</b>	<b>21</b>	<b>94</b>

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda, 2010.

**TABLA 7. POBLACIÓN DE PUEBLOVIEJO POR RECINTOS Y BARRIOS**

<b>POBLACION POR RECINTOS Y BARRIOS DE LAS PARROQUIAS</b>				
<b>Parroquia</b>	<b>Habitantes Recintos</b>	<b>Habitantes Barrios</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Puebloviejo	7.274	5.453	12.727	37,33%
Puerto Pechiche	5580	476	6.056	17,77%
San Juan	7.814	7.492	15.306	44,90%
<b>TOTALES</b>	<b>20.668</b>	<b>13.421</b>	<b>34.089</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda, 2010.

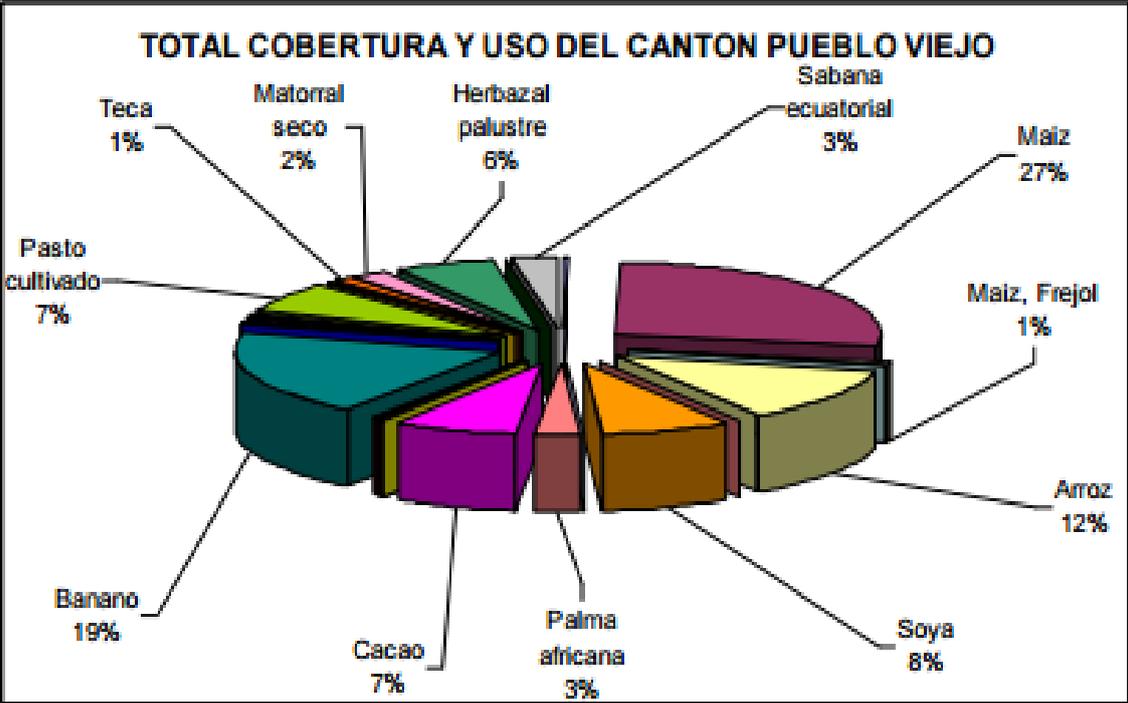
**TABLA 8. RECINTOS DE LA PARROQUIA SAN JUAN**

<b>RECINTOS DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN JUAN</b>	
<b>SAN JUAN</b>	<b>HABITANTES</b>
BOLA DE ORO	2000
CANCAGUA	40
CASA DE TEJA	215
COOPERATIVA SAN JUAN	295
COROZAL	400
CRISTO DEL CONSUELO	65
JORGE MANUEL MARAN	160
JUANA DE ORO	720
LA FELICITA	101
LA FRAGUA	250
LA GOMEZ	35
LA MARIA # 2	240
LA PANCHITA	35
LA QUINTA	50
LOMA DE PAJA	253
LAS CASITAS	300
MARIA I	1200
MARIA ROSA	300
NUEVO PORVENIR	155
SAN NICOLAS	250
SAN PEDRO DE VALDIVIA	250
VICTORIA NORTE	100
VOLUNTAD DE DIOS	400
<b>23 RECINTOS</b>	<b>7814</b>

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda, 2010.

El cantón San Francisco de Pueblo Viejo, tiene una superficie de aproximadamente 34,216.13 hectáreas, de las cuales 9,366.7 hectáreas equivalentes a 27,38% son de cultivos de maíz siendo este el porcentaje más alto, luego se encuentran los cultivos de banano que son 6,666.94 hectáreas y corresponden a el 19,48%, después los arrozales con 4,176.33 hectáreas que equivalen al 12,21%, le siguen los cultivos de soya con 2,640.39 hectáreas lo cual indica un 7,72%, a continuación el cacao con una superficie de aproximadamente 2,516.50 que equivale un 7,35%, por otro lado el pasto cultivado tiene 2,358.19 hectáreas, lo cual equivale al 6,89%.. (Justino, 2016)

**GRÁFICO 18. COBERTURA DEL USO DEL SUELO DEL CANTÓN PUEBLOVIEJO**



Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda, 2010.

## GRÁFICO 19. POBLACIÓN DE SAN FRANCISCO DE PUEBLO VIEJO POR RAMA DE ACTIVIDAD.



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda, 2010.

El 56% de la PEA del cantón Pueblo Viejo se dedica a la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura, ello demuestra que es un cantón que tiene más de la mitad dedicado a la agricultura (como productor, jornalero o asalariado en las haciendas bananeras).

Por consiguiente la mayor fuente de empleo es la agricultura, y el comercio, ello demuestra que es dependiente del comportamiento de precios del banano, del mercado de productos como el arroz, el maíz y la soya. El aporte es básicamente de mano de obra para el sector primario, es muy reducida las actividades secundarias y terciarias de la economía.

El tamaño del mercado depende mucho del número de compradores de los productos que se están ofertando, en este caso los agricultores son nuestra población potencial.

Este mercado potencial no solo debe estar interesado en los productos que se están ofertando sino también deben poseer la capacidad adquisitiva, el ingreso suficiente y el acceso a la oferta.

El mercado disponible son los consumidores que no solo están interesados en los productos, tienen los ingresos necesarios y el acceso a la oferta sino también aquellos que están calificados para adquirirla.

El mercado meta es aquel que cuenta con todas las anteriores y a quien la empresa finalmente decide venderle y concertar sus esfuerzos tanto de marketing como operacionales y de ventas. (Kotler & Keller, 2006)

#### **4.4 SEGMENTO DE MERCADO**

La segmentación de mercado no es más que la identificación de los tipos de clientes, estos deben tener necesidades y beneficios similares, para que se sientan atraídos por una oferta similar, pero a su vez diferente de otros segmentos del mercado. (Lutz & Weitz, 2010)

Los factores sociales y políticos afectan el entorno en el que opera una empresa, tales como las leyes y regulaciones, los impuestos, la demografía y las tendencias, por esto algunas industrias son más atractivas que otras. (Stettinius, Robley Wood. Jr, Doyle, & Colley Jr., 2009)

Se trata básicamente que una empresa debe elegir un segmento o grupo dentro de un sector industrial y adaptar su estrategia hacia atenderlos y satisfacer sus necesidades excluyendo de esta manera al resto del mercado, enfocándose únicamente en el segmento que eligió hacia el cual será destinado su producto o servicio, existen dos tipos de segmentación: Segmentación basada en costos; que aprovecha la diferenciación de costos de los demás y la segmentación basada en diferenciación, que busca satisfacer las necesidades de los clientes suponiendo que estas no están siendo bien atendidas por los demás competidores. (Porter, 2010)

Otros factores que debemos conocer dentro del mercado de los agroquímicos son:

- El carácter cíclico del mercado o estacionalidad.
- Tamaño del mercado y su crecimiento.
- Sensibilidad del mercado a los cambios de precios.

#### **4.4.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Descripción de la segmentación:

##### **GEOGRÁFICA**

Región: Litoral, Provincia de Los Ríos, Cantón San Francisco de Pueblo Viejo, parroquia San Juan.

Población: Rural y urbana

Clima: Cálido

Edad: de 15 a 70 años

Sexo: Hombre y mujer.

Estado civil: Soltero, Casado

Ocupación: Agricultor, Agro-Servicios más pequeños.

Clase social: Baja, Media, alta.

El material empleado para la siembra de la mayor parte de los agricultores maiceros a nivel nacional durante la época de verano 2015, fue certificado y de la mejor calidad, dado que el 93% de los productores afirmaron haber adquirido las semillas de maíz dentro de las diferentes casas comerciales y tan solo un 7% de los productores trabajó con semillas recicladas durante el periodo mencionado anteriormente. El uso de dicha semilla certificada aumenta el rendimiento de los cultivos, ya que es de vital importancia emplear insumo de calidad para incrementar los resultados de dicho cultivo. Entre las principales semillas empleadas durante este periodo se destacaron las siguientes: Insignia 105 con un (26%), Dekalb con (15%), Trueno en un (10%), Das 3383 el (7%) y finalmente Somma con (6%).

En la provincia de Los Ríos se observa un gran volumen de fertilizante con el macronutriente nitrógeno y un alto uso del maíz híbrido Insignia 105. (Monteros Guerrero, 2016)

**TABLA 9. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTORES A NIVEL NACIONAL**

<i>Provincia</i>	<i>Edad del productor</i>	<i>Generaciones</i>	<i>Nivel de educación (Años)</i>	<i>Representatividad del cultivo en el ingreso total (%)</i>	<i>Capacitación (%)</i>	<i>Asociatividad (%)</i>
Guayas	44	3	6	81	52	45
Manabí	49	2	8	72	68	43
Los Ríos	49	2	8	86	55	41
Loja	51	2	8	62	64	28
Santa Elena	46	3	8	98	70	70
Manga del Cura	43	2	6	-	75	50
<b>Nacional</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>82</b>	<b>57</b>	<b>42</b>

**Fuente:** MAGAP/CGSIN/DAPI, 2016.

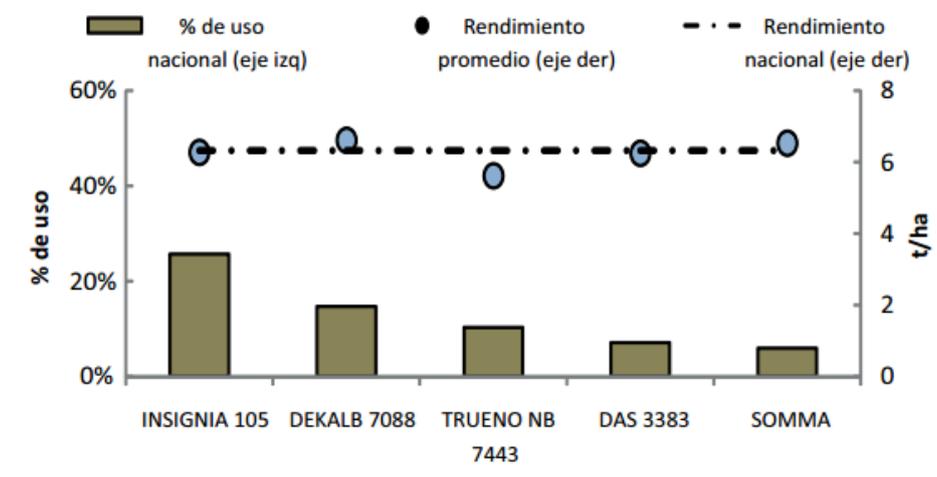
Durante el periodo de análisis se observó que el productor maicero ecuatoriano tiene como edad promedio 48 años.

**TABLA 10. RENDIMIENTOS A NIVEL NACIONAL**

<i>Provincias/Cantones</i>	<i>Rendimiento promedio</i>
<b>LOS RÍOS</b>	<b>6.29</b>
BABA	5.60
BABAHOYO	7.13
BUENA FÉ	5.06
MOCACHE	6.45
MONTALVO	6.81
PALENQUE	5.52
PUEBLOVIEJO	5.70
QUEVEDO	4.80
QUINSALOMA	6.09
URDANETA	7.40
VALENCIA	6.35
VENTANAS	5.61
VINCES	5.56

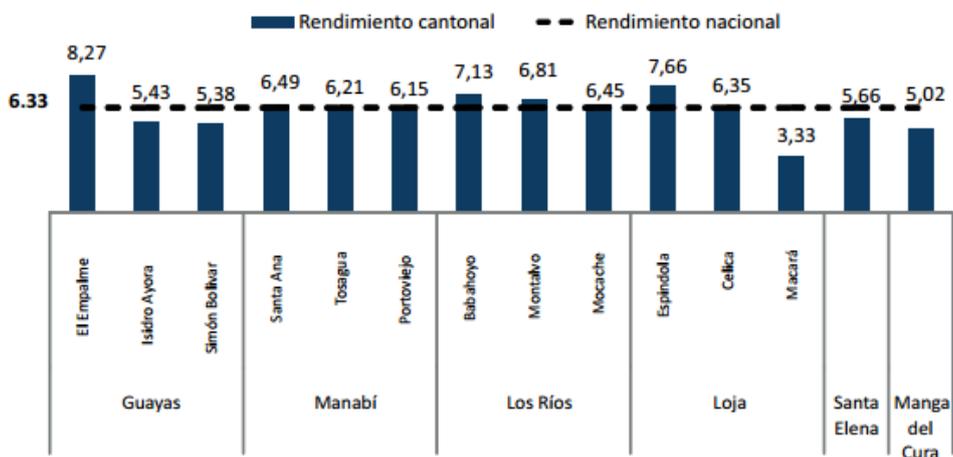
**Fuente:** MAGAP/CGSIN/DAPI,2016.

## GRÁFICO 20. PRINCIPALES VARIEDADES DE SEMILLA A NIVEL NACIONAL



Fuente: MAGAP/CGSIN/DAPI, 2016.

## GRÁFICO 21. RENDIMIENTOS CANTONALES DEL ECUADOR



Fuente: MAGAP/CGSIN/DAPI, 2016.

## 4.5 FORMAS DE PAGO DEL CLIENTE

Las formas de pago serán en efectivo y en cheque únicamente con cheque certificado.

## 4.6 LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Para conocer mejor a la competencia emplearemos un concepto llamado las Fuerzas de Porter, el mismo que fue creado en 1980 por el profesor Michael Porter de la Harvard Business School, el mismo que tiene como propósito desarrollar una ventaja competitiva para con las empresas rivales.

**GRÁFICO 22. LAS 5 FUERZAS DE PORTER**



**Fuente:** Las cinco fuerzas de Porter, 2013. (Porter M. E., 2013)

#### **4.6.1 AMENAZA DE NUEVOS MIEMBROS.**

La amenaza depende mucho de que tan altas sean las barreras de entrada. Cualquier empresa o nuevo aspirante que se dedique a la misma actividad, ya que, al existir mucha demanda de estos productos en este sector, otra empresa puede notarlo y entrar al mercado a competir directamente con nosotros, en este caso las empresas ya existentes tienden a bajar los precios de los productos con el fin de que el nuevo aspirante o competidor se vea en la obligación de terminar las operaciones a poco tiempo de haberlas iniciado. (Porter M. E., 2013)

#### **4.6.2 EL PODER DE LOS COMPRADORES.**

También amado poder de negociación del comprador, este tiene lugar en compras grandes y frecuentes que ponen al comprador en una especie de ventaja, sobre todo en los precios de los productos y plazo de pago de los mismos, este poder tiene un nivel bajo ya que son pocos los compradores que realizan este tipo de compras en grandes volúmenes, es decir los que poseen más de 20 hectáreas.

#### **4.6.3 EL PODER DE LOS PROVEEDORES.**

Los proveedores son muy importantes ya que la calidad de los productos marcará la diferencia entre el éxito o fracaso de la empresa, este poder varía según las cantidades de compra que se les realicen, la calidad de los productos y el plazo de pago, en este caso el poder de los proveedores es alto, ya que no existen tantos en el mercado y se necesita específicamente sus productos para comercializarlos al precio que sea, dependiendo de la temporada y de los lotes de producción.

#### **4.6.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.**

Los productos sustitutos están presentes casi todo el tiempo, solo que muchas veces son pasados por alto, ya que suelen parecer diferentes al producto que se está ofertando, en este caso un sustito seria uno o varios productos por los cuales se puedan cambiar o preferir antes que el nuestro, la gran mayoría de que la demanda de los productos sustitutos crezca se debe a los avances tecnológicos, en este caso los productos sustitutos podrían ser químicos agrícolas ilegales que sean comercializados a menor precio. (Porter M. E., 2013)

#### 4.6.5 LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Se refiere a las empresas existentes dentro del mercado y a las estrategias que tomen dentro de el en un determinado tiempo, por ejemplo los descuentos a los precios, mejoras de los productos, comercializacion de productos innovadores o de mejor calidad, el tipo de campañas publicitarias que ejerzan o mejor servicio brindado en este caso mejor asesoria al cliente. (Stettinius, Robley Wood. Jr, Doyle, & Colley Jr., 2009)

**TABLA 11. PRINCIPALES CULTIVOS DE CICLO CORTO DENTRO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS**

LOS RIOS			
ITEMS	CULTIVO	SUPERFICIE COSECHADA (HA.)	CANTIDAD COSECHADA (T.M.)
1	Cacao	95.917	11.136
2	Banano	51.788	2,051.94
3	Café	29.338	538
4	Palma africana	19.968	261.924
5	Maracuyá	18.605	204.013
6	Plátano	13.123	36.114
7	Naranja	7.103	15.722
8	Abacá	1.905	1.877
9	Caña de azucar	1.599	102.712
10	Caucho	1.537	3.248
11	Palmito	1.231	11.934
12	Mango	733	2.249
13	Mandarina	431	742
14	Limón	386	453
15	Orito	377	590
16	Caña guadua	257	1.738
17	Aguacate	202	110
18	Zapote	200	419
19	Piña	171	3.598
20	Papaya	148	169
<b>TOTAL</b>		<b>245.021</b>	<b>2.711.244</b>

Fuente: MAGAP/CGSIN/DAPI,2016.

## **4.7 ANÁLISIS FODA**

### **Fortalezas**

- Contar con personal capacitado, ingenieros agrónomos que brindaran una completa asesoría al cliente.
- Manejar precios los precios más bajos del mercado, los mismos que ayudaran a que los agricultores no deban viajar a otros cantones para poder adquirir los productos que necesitan.
- Estar ubicados en una vía amplia y además en la zona céntrica de la parroquia.
- Contar con un vehículo propio para transportar los productos.
- El tiempo de entrega de todos los productos es eficaz.
- Contar con una gran variedad de productos en stock.

### **Oportunidades**

- Ser los únicos distribuidores de productos para cultivos de ciclo corto dentro del mercado
- Dar entrega a domicilio de los productos a los clientes que no posean vehículo.

### **Debilidades**

- No contar con gran variedad de productos para banano.

### **Amenazas**

- Estar ubicados en una zona bananera y orientar nuestras ventas a cultivos de ciclo corto.

## 4.8 FACTORES DE RIESGO

**TABLA 12. PRINCIPALES FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN A LOS CULTIVOS NACIONALES.**

<i>Provincia</i>	<i>Rendimiento</i>	<i>Problema principal</i>	<i>Plaga principal</i>
Guayas	6.87	Plagas (51%)	Gusano cogollero (58%)
Manabí	6.49	Plagas (77%)	Gusano cogollero (79%)
Los Ríos	6.29	Plagas (76%)	Gusano cogollero (51%)
Loja	5.64	Plagas (55%)	Gusano cogollero (75%)
Santa Elena	5.56	Plagas (90%)	Gusano cogollero (100%)
Manga del Cura	5.02	Plagas (100%)	Gusano cogollero (100%)
<b>Nacional*</b>	<b>6.33</b>	<b>Plagas (70%)</b>	<b>Gusano cogollero (59%)</b>

**Fuente:** MAGAP/CGSIN/DAPI,2016.

La plaga que más afectó al productor maicero nacional, según su percepción, fue el gusano cogollero con una participación del 59% sobre el total de productores que declararon como principal problema las plagas. La segunda plaga de mayor relevancia fue el barrenador de tallo con 28% de participación.

## CAPITULO V

### SISTEMA FINANCIERO

Es importante crear un sistema de valoración de resultados, controlar a las personas que forman parte de la empresa, además de contar con un sistema de remuneración que proporcione incentivos para los empleados y maximizar los resultados, de esta manera identificar los productos más rentables para la empresa, crear estrategias de precios y comercialización (H. Garrison & W.Noreen, 2010)

#### 5.1 INVERSIÓN

Se necesitará un sistema de contabilidad interna para determinar el nivel óptimo de endeudamiento, inversión y costo de capital esto ayudará a la toma de decisiones, la planificación y control de la empresa, a fijar precios y calcular volúmenes de productos requeridos para la distribución de los químicos agrícolas.

**TABLA 13. INVERSION INICIAL DE LA EMPRESA**

INVERSION TOTAL	
Muebles y enseres	2.870,00
Equipos de oficina	\$1.505,00
Equipos de computación	\$2.265,00
Vehículo	\$25.000,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$31.640,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Costos de venta	\$81.150,01
<b>Gastos Administrativos</b>	
Sueldos y salarios BSL	\$ 1.778,17
Suministros de oficina	\$ 17,50
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 1.795,67</b>
Alquiler de local comercial	\$ 300,00
Gastos de constitución de empresa	\$1.000,00
<b>Gastos de Venta</b>	
Gastos de promoción	\$ 150,00
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 150,00</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>84.395,68</b>

<b>INVERSION INICIAL</b>	<b><u>\$116.035,68</u></b>
Activos Fijos	\$31.640,00
Capital de trabajo	\$84.395,68

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

Deberá contar con un presupuesto que es un plan a futuro de los recursos financieros necesarios durante el periodo de creación y desenvolvimiento de la empresa, esta acción es conocida como “plan presupuestario”.

### 5.1.2 ACTIVOS FIJOS

Se requerirá comprar activos fijos con el fin de prestar un servicio de calidad, entre los principales activos fijos necesarios para las operaciones de la empresa se encuentran:

**TABLA 14. DESCRIPCION DE LOS ACTIVOS FIJOS DE LA EMPRESA.**

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>P.UNIT</b>	<b>TOTAL</b>
Teléfono	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Aire acondicionado	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Archivadores	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Extractores de aire	3	\$ 110.00	\$ 330.00
Ventiladores	2	\$ 45.00	\$ 90.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,505.00</b>

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>P.UNIT</b>	<b>TOTAL</b>
Computadoras	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Impresoras facturas	2	\$ 400.00	\$ 800.00
Impresoras	1	\$ 65.00	\$ 65.00

Caja Registradora	2	\$ 100.00	\$ 200.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2,265.00</b>

<b>GASTOS EN CONSTITUCION DE EMPRESA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>P.UNIT</b>	<b>TOTAL</b>
Permisos municipales, cuerpo de bomberos, etc.	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00

<b>VEHICULO</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>P.UNIT</b>	<b>TOTAL</b>
Vehículo	1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 25,000.00</b>

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>P.UNIT</b>	<b>TOTAL</b>
Carpetas	15	\$ 0,75	\$ 11,25
Cinta	5	\$ 0,80	\$ 4,00
Marcadores	3	\$ 0,75	\$ 2,25
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 17,50</b>

### **Vehículo**

Será necesario contar con una camioneta para transportar la mercadería, en este caso los sacos de urea, fertilizantes, abonos y demás en el caso de que no sean entregados

por el proveedor y deban ser retirados en el punto de venta, que en su mayoría de veces será en el cantón Ventanas.

**TABLA 15. DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS**

Muebles y enseres	\$ 2.870,00	10%	\$ 287,00
Equipos de oficina	\$ 1.505,00	10%	\$ 150,50
Equipos de computación	\$ 2.265,00	33%	\$ 747,45
Vehículo	\$ 25.000,00	20%	\$ 5.000,00
			<b>\$6.184,95</b>

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

## **5.2 CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo está determinado mediante los costos de venta, los mismos que son de \$81,150.01 mensuales correspondientes al inventario de mercadería agrícola y anualmente son de \$ 973,800.08.

## **5.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Estos gastos están conformados por los sueldos y salarios del personal que trabajará dentro de la empresa y mensualmente nos da un total de \$ 1,778.17, mientras que anualmente es de \$21,338.04 y los gastos de promoción con un total de \$150.00 mensualmente.

## **5.4 ESTADOS FINANCIEROS**

El sistema financiero a implementarse generará tres reportes que proveerán información, oportuna y actualizada para que la Gerencia adopte las decisiones más

convenientes en cuanto a inversión y financiamiento se refiere, así como, estrategias de comercialización y políticas de precio, estos reportes serán: El balance General, El estado de resultados y el flujo de caja.

### 5.4.1 BALANCE GENERAL

El balance nos muestra la situación financiera de una empresa en un determinado momento y el equilibrio patrimonial. (Breitner, 2010)

La ecuación contable de un balance general es:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

**TABLA 16. BALANCE GENERAL**

	Dic. 31/Año 1	Dic.31/ Año 2	Dic.31/ Año 3	Dic.31/ Año 4	Dic.31/Año 5
Activo Corriente					
Bancos	\$ 39.416,44	\$41.387,27	\$43.456,63	\$45.629,46	\$47.910,93
Inventarios	\$243.450,02	\$255.622,52	\$268.403,65	\$281.823,83	\$295.915,02
Total Activo corriente	\$282.866,46	\$297.009,79	\$311.860,28	\$327.453,29	\$343.825,95
Activo Fijo					
Costo	\$ 31.640,00	\$33.222,00	\$34.883,10	\$36.627,26	\$38.458,62
Depreciación Acumulada	\$ 6.184,95	\$6.494,20	\$6.818,91	\$7.159,85	\$7.517,85
Activo Fijo - Neto	\$ 25.455,05	\$26.727,80	\$28.064,19	\$29.467,40	\$30.940,77
TotalActivo	\$308.321,51	\$323.737,59	\$339.924,47	\$356.920,69	\$374.766,73
Pasivo y Patrimonio					
Pasivo Corriente					
Cuentas por pagar comerciales	\$162.300,01	\$170.415,01	\$178.935,76	\$187.882,55	\$197.276,68
Total Pasivo Corriente	\$162.300,01	\$170.415,01	\$178.935,76	\$187.882,55	\$197.276,68
Patrimonio					
Capital Social					
Utilidades Retenidas	\$ 33.231,49	\$34.893,07	\$36.637,72	\$38.469,61	\$40.393,09
Total Patrimonio					
Total Pasivo y Patrimonio	\$146.021,50	\$153.322,57	\$160.988,70	\$169.038,14	\$177.490,05

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

## 5.4.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es también conocido como estado de resultados y nos ayuda a conocer las ganancias o pérdidas de una empresa durante un periodo determinado de tiempo, es decir entre el balance inicial y el balance final, la ecuación contable para esta cuenta es:

Resultado= ingresos – gastos. (Breitner, 2010)

Esta cuenta es muy útil para determinar la rentabilidad, debido a que, si los ingresos son más altos que los gastos, se está obteniendo beneficios, de lo contrario no.

Muestra los efectos de las operaciones de una empresa, de manera dinámica en forma acumulativa los ingresos, costos, gastos y su resultado final sea esta ganancia o pérdida. (Zapata Sánchez, 2011)

**TABLA 17. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
VENTAS	\$ 1.062.622,93	\$1.115.754,08	\$1.171.541,78	\$1.230.118,87	\$1.291.624,82
COSTO DE VENTA VARIABLE	\$ 973.800,08	\$1.022.490,08	\$1.073.614,59	\$1.127.295,32	\$1.183.660,08
UTILIDAD MARGINAL	<b>\$ 88.822,85</b>	\$93.264,00	\$97.927,20	\$102.823,55	\$107.964,73
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>					
Gastos de Administración	\$ 26.224,04	\$27.535,24	\$28.912,00	\$30.357,60	\$31.875,48
Depreciación	\$ 6.184,95	\$6.494,20	\$6.818,91	\$7.159,85	\$7.517,85
Gastos de Venta	\$ 5.640,00	\$5.922,00	\$6.218,10	\$6.529,01	\$6.855,46
Total Gastos Operativos	\$ 38.048,99	\$39.951,44	\$41.949,01	\$44.046,46	\$46.248,79
Utilidad de Operación	<b>\$ 50.773,86</b>	\$53.312,56	\$55.978,18	\$58.777,09	\$61.715,95
Utilidad antes de impuestos	\$ 50.773,86	\$53.312,56	\$55.978,18	\$58.777,09	\$61.715,95
Participación Trabajadores 15%	\$ 7.616,08	\$7.996,88	\$8.396,73	\$8.816,56	\$9.257,39
Utilidad Antes de Impuesto Renta	\$ 43.157,78	\$45.315,67	\$47.581,46	\$49.960,53	\$52.458,56
Impuestos 23%	\$ 9.926,29	\$10.422,60	\$10.943,73	\$11.490,92	\$12.065,47
Utilidad Neta	<b>\$ 33.231,49</b>	<b>\$34.893,07</b>	<b>\$36.637,72</b>	<b>\$38.469,61</b>	<b>\$40.393,09</b>

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez, 2016.

### 5.4.3 FLUJO DE CAJA

Este estado nos ayuda a registrar los orígenes y el movimiento del dinero durante un periodo determinado, se usa para explicar los cambios del dinero, las fuentes de las que proviene y el uso del efectivo, además está dividido en tres secciones:

Flujo de caja de actividades de explotación. - Son las fuentes de dinero que genera la empresa y que provendrán de la actividad principal de la empresa.

Flujo de caja de actividades de inversión. - Se refiere la adquisición de cualquier activo nuevo y los ingresos por la venta del mismo.

Flujo de caja por actividades de financiación. - Estos son los fondos obtenidos mediante la financiación a largo plazo y fondos provenientes de los accionistas. (Breitner, 2010)

En otras palabras el estado de flujo de efectivo es el vinculo que une el estado de resultados con el efectivo que se muestra en el balance general, explicando de esta manera el porque de la utilidad neta. (Horngren, Harrison Jr., & Oliver, 2010)

El balance general junto con el flujo de caja nos ayudaran a determinar la liquidez de la empresa, para determinar si es viable o no.

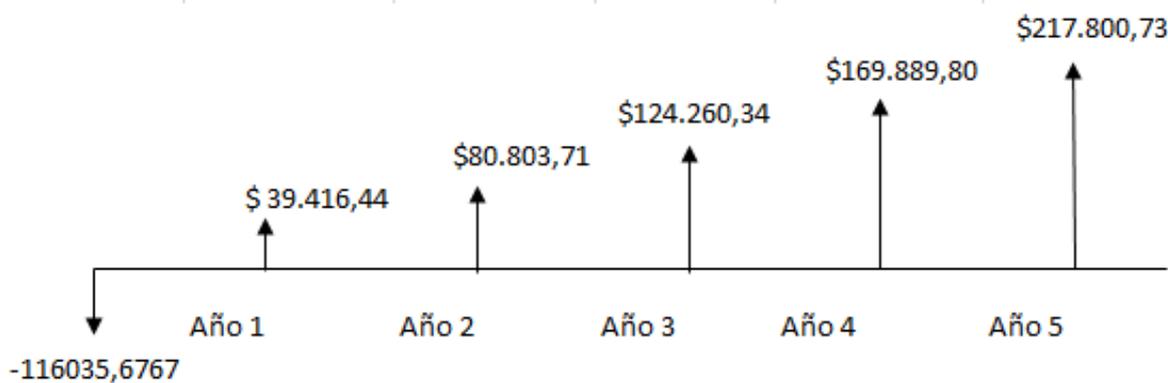
Es importante para fines de inversión y de crédito ya que señala de qué manera el efectivo de la empresa cambio dentro de un periodo determinado, el efectivo recibido de los ingresos, el efectivo pagado por gastos, siento esto de gran interés para los futuros inversionistas. (Meigs, Williams, Haka, & Bettner, 2000)

**TABLA 18. FLUJO DE EFECTIVO**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Saldo inicial	0	\$ 39.416,44	\$80.803,71	\$124.260,34	\$169.889,80
<b><u>INGRESOS</u></b>					
	\$	\$	\$		
Ventas	1.062.622,93	1.115.754,08	1.171.541,78	\$1.230.118,87	\$1.291.624,82
	\$	\$	\$		
<b>Total de ingresos</b>	<b>1.062.622,93</b>	1.155.170,52	1.252.345,49	\$1.354.379,21	\$1.461.514,61
<b><u>DESEMBOLSOS</u></b>					
Compras	\$ 973.800,08	\$1.022.490,08	\$1.073.614,59	\$1.127.295,32	\$1.183.660,08
Gastos administrativos	\$ 26.224,04	\$27.535,24	\$28.912,00	\$30.357,60	\$31.875,48
Gastos de Venta	\$ 5.640,00	\$5.922,00	\$6.218,10	\$6.529,01	\$6.855,46
Impuestos 15%	\$ 7.616,08	\$7.996,88	\$8.396,73	\$8.816,56	\$9.257,39
Impuesto a la renta	\$ 9.926,29	\$10.422,60	\$10.943,73	\$11.490,92	\$12.065,47
	\$				
<b>Total desembolsos</b>	<b>1.023.206,49</b>	\$1.074.366,81	\$1.128.085,15	\$1.184.489,41	\$1.243.713,88
<b>Saldo final de Caja</b>	<b>\$ 39.416,44</b>	<b>\$80.803,71</b>	<b>\$124.260,34</b>	<b>\$169.889,80</b>	<b>\$217.800,73</b>

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

**GRÁFICO 23. FLUJO DE CAJA PROYECTADO**



Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

#### 5.4.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuando la capacidad productiva está en un 43% se alcanza el punto de equilibrio en la empresa. Se aprecia que la fórmula del punto de equilibrio operativo indica que será necesario vender más de \$455,195.12 en el primer año para que le empresa recién comience a generar utilidades, según se demuestra a continuación:

**TABLA 19. PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>VENTAS</b>	\$1.062.622,93	\$1.115.754,08	\$1.171.541,78	\$1.230.118,87	\$1.291.624,82
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$38.048,99	\$39.951,44	\$41.949,01	\$44.046,46	\$46.248,79
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$973.800,08	\$1.022.490,08	\$1.073.614,59	\$1.127.295,32	\$1.183.660,08
<b>COSTOS TOTALES</b>	\$1.011.849,07	\$1.062.441,52	\$1.115.563,60	\$1.171.341,78	\$1.229.908,87
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	<b>\$455.195,12</b>	<b>\$477.954,88</b>	<b>\$501.852,62</b>	<b>\$526.945,25</b>	<b>\$553.292,52</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO %</b>	43%	43%	43%	43%	43%

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

#### 5.4.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Según los cálculos estimados la VAN, es el valor presente neto del proyecto resulta positivo, con una rentabilidad esperada de \$412,557.22 mientras que la TIR del proyecto es de un 68% y el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 1 año y once meses, lo que equivale casi 2 años.

**TABLA 20. TIR, VAN, PAYBACK**

<b>TIR</b>	68%
<b>VAN</b>	\$412.557,22
<b>PAYBACK</b>	1 Año 11 meses

Elaborado por: Kristhel Cesarella Rubio Funez,2016.

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1 CONCLUSIONES**

Como conclusión del presente estudio podemos decir que la zona de San Juan, es un lugar estratégico para la distribución de insumos agrícolas debido a que se encuentra ubicado en medio de Babahoyo y de Pueblo Viejo, además de esto es la parroquia con mayor número de habitantes dentro del cantón Pueblo Viejo y la mayoría de los recintos que pertenecen a él frecuentan San Juan para adquirir los bienes necesarios para uso propio como para sus cultivos, esto quiere decir que fuere cual fuere el caso la mayoría de ellos pasa por San Juan incluso cuando desea ir hacia otro lugar como Ventanas o Babahoyo, debido a que la agricultura es uno de los mayores ingresos dentro de las actividades económicas de la provincia de Los Ríos. Además, se observó que la mayoría de los agricultores ecuatorianos poseen pocos conocimientos sobre los productos agrícolas de mayor rendimiento y de las maneras óptimas de utilizarlos, la causa de esto es que los agricultores manejan sus cultivos por costumbres o tradiciones familiares y con poco asesoramiento por parte de los agro-servicios que visitan para adquirir los productos que necesitan.

Todos estos factores nos indican que es necesario crear un punto de venta y distribución de agroquímicos dentro de la parroquia San Juan, en donde los agricultores reciban una excelente asesoría en cuanto a sus cultivos, les brinden productos de calidad que aumente el rendimiento de sus cultivos. De esta manera cuando logren ser distribuidos los productos químicos agrícolas incrementará la producción de cultivos de ciclo corto dentro de la parroquia San Juan, además de esto el rendimiento de los mismos.

Finalmente damos por conclusión que el presente proyecto es rentable, mediante el estudio y análisis de los índices financieros desarrollados, incluyendo la TIR y la VAN. El resultado proporcionado por la TIR es de 68% con una participación dentro del mercado de un 5% de unidades de producción (UDP), además se puede ver que cuando el Supermercado, alcanza el 43% de su capacidad, es el punto donde se equilibra nuestro negocio, tendría un nivel óptimo de aceptación.

## 7.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda como principal fuente de aceptación y captación de clientela ofrecer un asesoramiento completo a los agricultores, realizado por los técnicos de la empresa con la finalidad de darles a conocer toda la variedad de productos necesarios para sus cultivos de ciclo corto.

Realizar servicio a domicilio a los agricultores, con un porcentaje bajo adicional a la compra, debido a que no todos cuentan con vehículo, pero si con la capacidad adquisitiva de alquilar uno, para que sus productos lleguen en óptimas condiciones a los diferentes recintos, parroquias o cantones de donde provengan.

Además de esto se recomienda organizar demostraciones y charlas sobre otros cultivos de ciclo corto para que en la temporada baja los agricultores se motiven a sembrar, frejol, soya, etc.

Por otro lado, las realizar promociones especialmente en temporadas bajas es decir temporadas en la que hay escasez de lluvias, en donde el agricultor pueda obtener productos a un precio más económico.

A largo plazo se recomienda aceptar las cosechas como parte de pago, debido a que se puede emprender actividades de compra y venta de cacao, maíz, arroz, etc., para esto serían necesarios silos de almacenamiento y de esta manera garantizaríamos que los agricultores tengan una fuente de ingresos una vez terminen sus cosechas.

## REFERENCIAS

- Lutz, R. J., & Weitz, B. A. (2010). *Posicionamiento de marca* (Vol. 3). (P. Navarro, Ed.)  
Barcelona: Bresca Editorial, SL.
- Agro-Agrocalidad, Agencia ecuatoriana de aseguramiento de calidad del. (22 de Junio de 2016). *BASE LEGAL*. Obtenido de LEY DE COMERCIALIZACION Y EMPLEO DE PLAGUICIDAS:  
<http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/Agrocalidad/Contenido/Tramites-ciudadano/Documentos/boletin/lotaip/ARCHIVOS/InfoLegal/BASELEGALLOT AIPAGROCALIDAD.pdf>
- Alvarez, C. E. (2012). *METODOLOGIA* (cuarta ed.). Mexico D.F, Mexico: Limusa S.A.
- Bengochea, B. P. (2002). *Direccion de marketing y ventas*. MADRID: Cultural. SA.
- Breitner, L. K. (2010). *CURSO DE MBA*. (P. Navarro, Ed., & C. Ganzinelli, Trad.)  
Barcelona: Bresca Editorial.
- Campos, E. B. (2010). *Ventaja competitiva*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Cuesta, I. (2015). Cultivo De Arroz. *APCSA En Accion*, 32 - 33.
- Desarrollo, S. -S. (23 de agosto de 2016). *SI – DIRECCIÓN DE MÉTODOS, ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN*. Obtenido de Ficha de cifras generales:  
[http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1204\\_PUEBLOVIEJO\\_LOS%20RIOS.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1204_PUEBLOVIEJO_LOS%20RIOS.pdf)
- FUNCIONAMIENTO, R. S. (2016). REGLAMENTO SUSTITUTIVO PARA OTORGAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO . *REGLAMENTO SUSTITUTIVO PARA OTORGAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO* . Ecuador.
- H. Garrison, R., & W.Noreen, E. (2010). *Mnagerial Accounting*. (P. Navarro, Ed., & C. Ganzinelli, Trad.) Barcelona: Bresca Editorial.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2008). *Metodologia de la investigacion* (cuarta ed.). Mexico D.F, Mexico: Ultra.

Horngren, C., Harrison Jr., W., & Oliver, M. (2010). *CONTABILIDAD* (Octava ed.). (G. D. Chávez, Ed.) Naucalpán de Juárez, México: Pearson Educación.

jardineria, D. d. (2013). *insumos agricolas*.

Justino, C. (23 de agosto de 2016). *GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON PUEBLOVIEJO*. Obtenido de PLAN DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON SAN FRANCISCO DE PUEBLOVIEJO: [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1260006340001\\_Diagnostico%20PDOT-PUEBLOVIEJO\\_15-01-2015\\_13-25-26.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1260006340001_Diagnostico%20PDOT-PUEBLOVIEJO_15-01-2015_13-25-26.pdf)

Kanunk, L. L. (s.f.). *Comportamiento del consumidor*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing*. (P. M. Rosas, Ed.) Mexico: Pearson Education.

Ley de compañías, c. d. (1999). Ley de compañías, codificación del Ecuador. Ecuador.

L'Organisation Francaise (CNOF). (s.f.). Commission de Distribucion .

Lozano, J. (2005). *Gurús del marketing*. Lima, Perú: Editora Palomino E.I.R.L.

Meigs, R., Williams, J., Haka, S., & Bettner, M. (2000). *CONTABILIDAD*. (E. A. Herrera, Ed., & G. A. Medina, Trad.) Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill International.

Monteros Guerrero, A. (20 de agosto de 2016). *Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca*. Obtenido de Cordinacion general del sistema de informacion nacional: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/amaranto>

Nevarez, A. L. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial* . Obtenido de [https://qqxehg.dm2303.livefilestore.com/y3meejDODeOw04PSEBhSMkGzkP\\_SMzvFeyVgTb9BA0juwl-L4BN6qAP34F8bMfldTfnx\\_8xFKeF1G2hnD9-tZd5cwjTsF0B24Vb7\\_XKC5ltkC45e7FXq\\_rruwSdiBVI3NJiZiwDRrJXnWj3y4bOne0eag/informacion%20de%20san%20juan.pdf?psid=1](https://qqxehg.dm2303.livefilestore.com/y3meejDODeOw04PSEBhSMkGzkP_SMzvFeyVgTb9BA0juwl-L4BN6qAP34F8bMfldTfnx_8xFKeF1G2hnD9-tZd5cwjTsF0B24Vb7_XKC5ltkC45e7FXq_rruwSdiBVI3NJiZiwDRrJXnWj3y4bOne0eag/informacion%20de%20san%20juan.pdf?psid=1)

- Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva*. (E. B. Campos, Ed., & M. E. Sánchez, Trad.) Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Porter, M. E. (2013). *Ser Competitivo* (sexta ed.). España: Deusto Grupo Planeta.
- Reyes Catañeda, P., Reyes Méndez, C. A., & Reyes Mendez, F. E. (2002). *Introducción a la agricultura* (primera ed.). D.F., Mexico: Trillas. S.A.
- Salvatore, D. (2009). *Microeconomía* (cuarta ed.). (H. V. Chacon, Trad.) Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Interamericana.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Microeconomía* . Mexico: Mc Graw Hill international.
- Spulber, D. F. (2010). *Estrategia de Gestión* (Vol. 1). (P. Navarro, Ed., & C. Ganzinelli, Trad.) Barcelona: Bresca Editorial.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de marketing* (Decimotercera ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill interamericana.
- Stettinius, W., Robley Wood. Jr, D., Doyle, J., & Colley Jr., J. (2009). *Plan de negocio*. Barcelona: Bresca Editorial, S.L.
- Vivienda, E. T. (23 de Agosto de 2016). *RESULTADOS DEL CENSO 2010*. Obtenido de FASCÍCULO PROVINCIAL LOS RÍOS: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/los\\_rios.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/los_rios.pdf)
- Zapata Sánchez, P. (2011). *Contabilidad General* (séptima. ed.). (L. S. Arévalo., Ed.) Bogotá, Colombia: Mc Graw-Hill-Interamericana.

## GLOSARIO

**Equilibrio.** - Condición del mercado que una vez alcanzado tiende a mantenerse.

**Hipótesis.** - Preposición “si-entonces” que suele obtenerse a partir de una observación causal del mundo real.

**Mercado.** - Lugar o conjunto de lugares donde se compran y venden bienes, servicios y recursos.

## ANEXOS

### Productos necesarios para una hectárea de arroz.

ARROZ				
CANT	PRODUCTO	COSTO	PVP	TOTAL
2	Arroz 14 Interoc	\$ 42,95	\$ 50,00	\$ 100,00
3	Abono 10-30-10 Zamagro	\$ 19,75	\$ 21,50	\$ 64,50
9	Abono Zamagro Especial	\$ 20,30	\$ 22,00	\$ 198,00
20	Urea Zamagro Gr	\$ 15,60	\$ 16,50	\$ 330,00
25	Crash ND	\$ 1,80	\$ 2,30	\$ 57,50
1	Match LT	\$ 48,56	\$ 51,00	\$ 51,00
1	Engeo LT	\$ 83,92	\$ 86,00	\$ 86,00
1	Greenmaster LT	\$ 8,24	\$ 9,25	\$ 9,25
1	Terranova LT	\$ 8,43	\$ 11,00	\$ 11,00
2	Ned Combi	\$ 2,06	\$ 3,00	\$ 6,00
2	Eco-hormonas 1/4	\$ 5,15	\$ 6,50	\$ 13,00
1	Cargo LT	\$ 10,29	\$ 12,00	\$ 12,00
2	Orrizal 100 cc	\$ 9,58	\$ 13,00	\$ 26,00
2	Malban 18 Gr	\$ 3,14	\$ 4,00	\$ 8,00
2	Diabolo LT	\$ 6,70	\$ 7,50	\$ 15,00
2	Fenix LT	\$ 9,80	\$ 11,00	\$ 22,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.009,25</b>

## Productos necesarios para una hectárea de maíz.

<b>MAÍZ</b>				
CANT	PRODUCTO	COSTO	PVP	TOTAL
1	Maíz Insignia 105	\$ 215,00	\$ 220,00	\$ 220,00
1	Semeprid	\$ 16,00	\$ 19,80	\$ 19,80
3	Abono 10-30-10 Zamagro	\$ 19,75	\$ 21,50	\$ 64,50
9	Abono zamagro especial	\$ 20,30	\$ 22,00	\$ 198,00
20	Urea Zamagro Gruesa	\$ 15,60	\$ 16,50	\$ 330,00
25	Crash ND	\$ 1,80	\$ 2,30	\$ 57,50
1	Match LT	\$ 48,56	\$ 51,00	\$ 51,00
1	Engeo LT	\$ 83,92	\$ 86,00	\$ 86,00
2	Greenmaster LT	\$ 8,24	\$ 9,25	\$ 18,50
1	Terranova complex LT	\$ 8,43	\$ 11,00	\$ 11,00
2	Ned Combi	\$ 2,06	\$ 3,00	\$ 6,00
2	Eco-hormonas 1/4	\$ 5,15	\$ 6,50	\$ 13,00
1	Cargo LT	\$ 10,29	\$ 12,00	\$ 12,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.087,30</b>

**LISTADO DE PRODUCTOS**

ITEMS	PRODUCTOS	EMPRESA	P.V.P.	COSTO	STOCK	TOTAL
1	AB ZAMAGRO ESPECIAL	ZAMAGRO S.A.	\$22.00	\$20.30	20	\$ 406.00
2	ABONO 8-20-20 AGRIP	AGRIPAC	\$22.00	\$21.22	3	\$ 63.66
3	ABONO 10-30-10 AGRIP	AGRIPAC	\$22.50	\$20.96	4	\$ 83.84
4	ABONO 10-30-10 ZAMAGRO	ZAMAGRO S.A.	\$21.50	\$19.75	34	\$ 671.50
5	ABONO BALANCE	DEL MONTE	\$26.00	\$24.10	1	\$ 24.10
6	ABONO 8-20-20 ZAMAGRO	ZAMAGRO S.A.	\$21.50	\$19.30	39	\$ 752.70
7	ACCEENT 16GR	NO DEFINIDA	\$6.50	\$6.09	8	\$ 48.71
8	ACEFATO 200GR	AGRIPAC	\$3.50	\$2.93	8	\$ 23.44
9	ACE NEOPRID	NEDERAGRO	\$5.00	\$4.14	12	\$ 49.68
10	ACETAMIPRID 100GR ND	NEDERAGRO	\$5.00	\$4.12	6	\$ 24.72
11	ACIDO HÚMICO LT EQ	ECUAQUIMICA	\$3.95	\$3.37	32	\$ 107.84
12	AGARIS-CALCIO LT	AGARISMAL S.A.	\$6.00	\$4.36	91	\$ 396.31
13	AGARIS-PLUS LT	AGARISMAL S.A.	\$6.00	\$4.00	71	\$ 283.82
14	AGRONATE 100GR	NO DEFINIDA	\$2.00	\$1.55	11	\$ 17.05
15	AGROSTEMIN 200G	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.47	6	\$ 38.82
16	ALGASOIL 20KL EQ	ECUAQUIMICA	\$25.00	\$23.43	6	\$ 140.58
17	ALGASER LT	NO DEFINIDA	\$8.00	\$6.80	28	\$ 190.26
18	ALTO 1/4 EQ	ECUAQUIMICA	\$18.00	\$10.00	19	\$ 190.00
19	AMINA GL MT	DEL MONTE	\$11.50	\$10.18	12	\$ 122.16
20	AMINA 720 LT FM	FARMAGRO	\$3.75	\$3.09	11	\$ 33.99
21	AMINA 6 LT MT	DEL MONTE	\$3.50	\$2.68	72	\$ 192.96
22	AMINAMONT 1/2	DEL MONTE	\$2.00	\$1.34	23	\$ 30.82
23	AMINANED 1/2	NEDERAGRO	\$2.00	\$1.55	10	\$ 15.50
24	AMINA CN MT	DEL MONTE	\$57.50	\$50.88	1	\$ 50.88
25	ARNES LT	ECUAQUIMICA	\$13.80	\$12.81	3	\$ 38.43
26	ARRASADOR CN	INTEROC	\$72.00	\$68.49	3	\$ 205.47
27	ARRASADOR GL	INTEROC	\$14.75	\$13.03	31	\$ 403.93
28	ARRASADOR LT	INTEROC	\$4.50	\$3.43	107	\$ 367.01
29	ARRASADOR KL	FARMAGRO	\$9.50	\$7.84	44	\$ 344.96
30	ARROZ 14 AGRIP	AGRIPAC	\$50.00	\$46.80	2	\$ 93.61
31	ARROZ 14 INTEROC	INTEROC	\$50.00	\$42.95	7	\$ 300.65

32	ATRAZINA 900 MT	DEL MONTE	\$6.50	\$5.39	124	\$ 668.36
33	ATTAKIL 1KL	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.45	9	\$ 49.05
34	ATTAKILL 500G	NO DEFINIDA	\$3.75	\$3.15	8	\$ 25.20
35	AURA + DAS EQ	ECUAQUIMICA	\$45.00	\$41.31	9	\$ 371.79
36	AURA + DAS EQ LT	ECUAQUIMICA	\$86.00	\$80.93	5	\$ 404.65
37	AZUFRE MICRO 1KL EQ	ECUAQUIMICA	\$3.50	\$2.70	7	\$ 18.90
38	BALA LT EQ	ECUAQUIMICA	\$14.90	\$13.97	6	\$ 83.82
39	BALA 1/2 EQ	ECUAQUIMICA	\$7.90	\$6.79	5	\$ 33.95
40	BALANCEADO ALCON FINAL	NO DEFINIDA	\$29.00	\$27.27	1	\$ 27.27
41	BOMBA JACTO FM	FARMAGRO	\$73.00	\$70.00	4	\$ 280.00
42	BOMBA DIMA	NO DEFINIDA	\$18.50	\$14.94	0	\$ -
43	BONANZA FLOR-REF-DES	FARMAGRO	\$2.50	\$2.26	18	\$ 40.71
44	BOQUILLAS VARIAS	NO DEFINIDA	\$1.29	\$1.07	3	\$ 3.21
45	BOQUILLA REGULABLE	NO DEFINIDA	\$1.51	\$1.13	1	\$ 1.13
46	BORONED LT	NEDERAGRO	\$5.50	\$4.71	2	\$ 9.42
47	BURKO 1/2	NO DEFINIDA	\$25.00	\$21.84	1	\$ 21.84
48	BUTARROZ 9.5 AGRIP	AGRIPAC	\$48.00	\$44.00	0	\$ -
49	BUTACHLOR GL	DEL MONTE	\$18.50	\$16.36	6	\$ 98.16
50	BUTACHLOR LT MT	DEL MONTE	\$5.00	\$4.38	18	\$ 78.84
51	CACAO PLUS ZAMAGRO	ZAMAGRO S.A.	\$23.50	\$20.30	36	\$ 730.80
52	CALIZAS	NO DEFINIDA	\$4.00	\$2.00	39	\$ 78.00
53	CAMINADOR LT	NO DEFINIDA	\$23.50	\$21.00	12	\$ 252.00
54	CARACOLERO 100GR	AGARISMAL S.A.	\$7.25	\$6.57	108	\$ 709.99
55	CARACOLERO TARRO 300 GRMS	AGARISMAL S.A.	\$21.50	\$18.54	160	\$ 2,967.04
56	CARBIN 200 CC	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.54	0	\$ -
57	CARBELAQ 1/2	NEDERAGRO	\$6.00	\$4.64	9	\$ 41.76
58	CARBELAQ 250CC ND	NEDERAGRO	\$3.00	\$2.57	25	\$ 64.25
59	CARBELAQ LT	NEDERAGRO	\$11.00	\$9.27	0	\$ -
60	CARGO LT	INTEROC	\$12.00	\$10.29	60	\$ 617.40
61	CERILLO GL	ECUAQUIMICA	\$28.50	\$27.26	5	\$ 136.30
62	CERILLO LT	ECUAQUIMICA	\$7.50	\$6.82	39	\$ 265.98
63	CIGARAL 35 SC 100CC	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.97	9	\$ 53.73
64	CIGARAL 250 CC FM	NO DEFINIDA	\$14.50	\$13.39	5	\$ 66.95

65	CIPERNED LT	NEDERAGRO	\$8.00	\$7.21	39	\$ 281.19
66	CIPERME AGRIN LT MT	DEL MONTE	\$8.00	\$7.21	1	\$ 7.21
67	CIPERME AGRIN 1/2 MT	DEL MONTE	\$4.50	\$3.92	6	\$ 23.52
68	CIPERNED 1/2 ND	NEDERAGRO	\$4.00	\$3.61	8	\$ 28.88
69	CIPERNED 100C	NEDERAGRO	\$1.25	\$1.09	8	\$ 8.72
70	CIPERNED 1/4	NEDERAGRO	\$2.50	\$1.96	4	\$ 7.84
71	CLAXUS SUPRA 1/2	NO DEFINIDA	\$7.50	\$6.28	3	\$ 18.84
72	CLINCHER LT	FARMAGRO	\$55.00	\$53.56	3	\$ 160.68
73	CLINCHER 250CC	FARMAGRO	\$16.50	\$15.45	0	\$ -
74	COMBO CACAO	NO DEFINIDA	\$15.00	\$12.87	10	\$ 128.70
75	COMPLEFOL CACAO	NEDERAGRO	\$3.50	\$3.09	9	\$ 27.82
76	COMPUESTO ARROCERO	NO DEFINIDA	\$7.40	\$6.65	15	\$ 99.75
77	COMPLEFOL ESPECIAL	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.57	0	\$ -
78	COMPLEFOL LT	NEDERAGRO	\$5.00	\$3.80	36	\$ 136.80
79	CORSARIO 1/2 ND	NO DEFINIDA	\$5.00	\$4.42	10	\$ 44.20
80	CRASH ND	NEDERAGRO	\$2.30	\$1.80	103	\$ 185.40
81	CRYSTAL PYR GL	NO DEFINIDA	\$26.50	\$24.82	4	\$ 99.28
82	CRYSTAL PYR LT	NO DEFINIDA	\$9.50	\$8.86	11	\$ 97.46
83	CUPROFIX 500GR	NO DEFINIDA	\$4.50	\$3.00	42	\$ 126.00
84	CUPROSPOR LT	NO DEFINIDA	\$38.50	\$24.10	32	\$ 771.26
85	CUPROSPOR 1/4	NO DEFINIDA	\$9.75	\$7.74	46	\$ 355.81
86	CUPROSPOR 1/2	NO DEFINIDA	\$19.50	\$14.24	23	\$ 327.41
87	CURACRON 1/4	NO DEFINIDA	\$8.00	\$7.39	6	\$ 44.34
88	CURACRON LT	DEL MONTE	\$21.00	\$19.16	6	\$ 114.96
89	CUSTOM LT	NO DEFINIDA	\$19.00	\$17.51	14	\$ 245.14
90	CYMOHELM 500GR	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.58	17	\$ 77.86
91	CYTOKIN 1/4 EQ	ECUAQUIMICA	\$7.00	\$6.06	3	\$ 18.18
92	CYTOKIN LT EQ	ECUAQUIMICA	\$24.50	\$23.16	3	\$ 69.48
93	DACOCIDA LT EQ	NO DEFINIDA	\$6.75	\$6.13	18	\$ 110.34
94	DACONIL LT	NO DEFINIDA	\$14.50	\$13.21	23	\$ 303.83
95	DACONIL 1/2	NO DEFINIDA	\$7.00	\$5.87	9	\$ 52.83
96	DACONIL ULTREX 450GR	NO DEFINIDA	\$12.00	\$10.13	4	\$ 40.52
97	DACONIL ULTRA 250GR	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.26	3	\$ 15.78

98	DESMANCHE 1/4	NO DEFINIDA	\$15.00	\$12.25	31	\$ 379.75
99	DETAFLOR 1/2 MT	DEL MONTE	\$5.00	\$4.49	3	\$ 13.47
100	DETAFLOR LT MT	DEL MONTE	\$9.50	\$8.64	7	\$ 60.48
101	DIABOLO 1/2	NO DEFINIDA	\$4.00	\$3.55	9	\$ 31.95
102	DIABOLO LT	NO DEFINIDA	\$7.50	\$6.70	20	\$ 134.00
103	DIABOLO 1/4	NO DEFINIDA	\$2.25	\$1.67	21	\$ 35.07
104	DIAZOL LT	NO DEFINIDA	\$10.50	\$9.72	6	\$ 58.32
105	DIAZOL 1/4	NO DEFINIDA	\$5.00	\$4.34	6	\$ 26.04
106	DOMINAL GL 720	NO DEFINIDA	\$12.50	\$11.54	8	\$ 92.32
107	ECO MAIZ DESARROLLO	NO DEFINIDA	\$23.50	\$21.00	16	\$ 336.00
108	ECO-HORMONA LT	NO DEFINIDA	\$22.00	\$20.60	2	\$ 41.20
109	ECO-HORMONA 500CC	NO DEFINIDA	\$11.80	\$10.55	1	\$ 10.55
110	ECO-HORMONAS 1/4	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.15	6	\$ 30.91
111	ECO HUN CAL BO LT	NO DEFINIDA	\$9.00	\$7.93	3	\$ 23.79
112	ECO-SULF LT	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.38	20	\$ 87.60
113	ENGEO LT	NO DEFINIDA	\$86.00	\$83.92	2	\$ 167.84
114	ENGEO 100C	NO DEFINIDA	\$11.00	\$9.55	4	\$ 38.20
115	ENGEO 1/4	DEL MONTE	\$23.00	\$21.72	7	\$ 152.04
116	ENGROSAL LT	NO DEFINIDA	\$6.00	\$4.58	24	\$ 109.98
117	ESPIGOL LT ND	NO DEFINIDA	\$13.00	\$11.40	2	\$ 22.80
118	FELCOR	DEL MONTE	\$15.00	\$11.85	10	\$ 118.50
119	FENIX LT	NO DEFINIDA	\$11.00	\$9.80	0	\$ -
120	FERTINED 10-20-30	NO DEFINIDA	\$2.50	\$1.80	0	\$ -
121	FIJADOR LT ND	NEDERAGRO	\$3.00	\$1.80	13	\$ 23.40
122	FIJAFIX 100C	AGRIPAC	\$1.20	\$0.50	37	\$ 18.50
123	FOLEX	NO DEFINIDA	\$22.50	\$17.75	54	\$ 958.50
124	FORTALEZA MAX LT	NO DEFINIDA	\$18.00	\$16.34	16	\$ 261.46
125	FOSSIL 1KG	NO DEFINIDA	\$2.90	\$2.38	47	\$ 111.86
126	FUNGITEX 250 GR	NO DEFINIDA	\$5.00	\$3.29	39	\$ 128.31
127	GRAMOXONE LT	AGRIPAC	\$7.50	\$6.95	0	\$ -
128	GASTOXIN 30	NO DEFINIDA	\$4.50	\$3.86	7	\$ 27.02
129	GESAPRIN 90 EQ	ECUAQUIMICA	\$8.50	\$8.12	16	\$ 129.92
130	GLIFOSATO GL FM	FARMAGRO	\$11.00	\$9.79	5	\$ 48.95

131	GLIFOSATO CN MT	DEL MONTE	\$54.00	\$48.93	8	\$ 391.44
132	GLIFOMAT CN	DEL MONTE	\$66.00	\$62.62	2	\$ 125.24
133	GLIFOMAT GL	DEL MONTE	\$13.75	\$12.53	15	\$ 187.95
134	GLIFOSATO GL MT	DEL MONTE	\$11.00	\$9.79	9	\$ 88.11
135	GLIFOSATO GL ND	NEDERAGRO	\$11.00	\$9.79	10	\$ 97.90
136	GLIFOMAT LT	DEL MONTE	\$3.90	\$3.29	9	\$ 29.61
137	GLIFOMAT 10LT MT	DEL MONTE	\$38.00	\$32.75	9	\$ 294.75
138	GLIFOSATO 1/2 MT	DEL MONTE	\$1.90	\$1.32	13	\$ 17.16
139	GLIFOSATO 10LT MT	DEL MONTE	\$26.50	\$24.46	4	\$ 97.84
140	GLIFOSATO LT MT	DEL MONTE	\$3.50	\$2.58	66	\$ 170.28
141	GLIFOSATO 1/2 ND	NEDERAGRO	\$1.90	\$1.55	21	\$ 32.55
142	GLIFOSATO LT ND	NEDERAGRO	\$3.00	\$2.57	45	\$ 115.65
143	GRAMILAT 9.50 AGRIPAC	AGRIPAC	\$73.00	\$69.65	0	\$ -
144	GRAZON	NO DEFINIDA	\$13.50	\$12.97	3	\$ 38.91
145	GREEN MASTER 250CC	NEDERAGRO	\$3.00	\$2.06	2	\$ 4.13
146	GREEN MASTER 500CC	NEDERAGRO	\$5.00	\$4.12	1	\$ 4.12
147	GREENMASTER LT	NEDERAGRO	\$9.25	\$8.24	14	\$ 115.36
148	GUSANOL LT	ADAMA	\$27.00	\$24.50	23	\$ 563.50
149	GUSAMIN	DEL MONTE	\$2.30	\$1.85	48	\$ 88.80
150	GUSANOL 250CC	ADAMA	\$7.50	\$6.75	12	\$ 81.00
151	HALIZAN 500GR	NO DEFINIDA	\$3.50	\$2.88	116	\$ 334.08
152	HELIX 60CC	ECUAQUIMICA	\$16.80	\$15.76	12	\$ 189.12
153	HERVAX CN	DEL MONTE	\$75.00	\$68.50	1	\$ 68.50
154	HERVAX GL	DEL MONTE	\$15.00	\$13.76	12	\$ 165.12
155	HERVAX LT	DEL MONTE	\$4.50	\$3.60	6	\$ 21.60
156	HERVAX 10LT	DEL MONTE	\$44.00	\$40.70	1	\$ 40.70
157	HERVAX 1/2	DEL MONTE	\$2.90	\$1.80	31	\$ 55.80
158	HORMONAGRO 100GR	NO DEFINIDA	\$4.00	\$3.66	3	\$ 10.98
159	HORMONAGRO 1/4 EQ	ECUAQUIMICA	\$9.00	\$8.35	3	\$ 25.05
160	HUMILID LT	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.20	18	\$ 93.60
161	HUMUS CA-B 27% LT	NEDERAGRO	\$6.50	\$5.17	6	\$ 31.02
162	HUMUS 12,5 LT	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.12	18	\$ 74.16
163	HUMUS CA-B 27% 1/2	NEDERAGRO	\$3.50	\$2.58	9	\$ 23.22

164	IHUYMIX 1KL	NO DEFINIDA	\$2.50	\$2.06	6	\$ 12.36
165	JABON ASUNTOL	NO DEFINIDA	\$3.50	\$2.73	1	\$ 2.73
166	JISAMAR LT	NO DEFINIDA	\$18.50	\$14.60	18	\$ 262.80
167	JISAQUEL POTACIO	DEL MONTE	\$9.00	\$7.21	4	\$ 28.84
168	KALUMIN LT	NO DEFINIDA	\$5.00	\$3.80	10	\$ 38.00
169	KILLER LT	AFECOR	\$5.50	\$4.83	13	\$ 62.79
170	KILLER CN	AFECOR	\$80.00	\$75.86	3	\$ 227.58
171	KILLER GL	AFECOR	\$17.60	\$16.56	8	\$ 132.48
172	KILLER 1/2	AFECOR	\$3.50	\$2.60	24	\$ 62.40
173	KRESKO 15 GR	DEL MONTE	\$4.00	\$3.09	35	\$ 108.15
174	LANXHOR 1/2	NO DEFINIDA	\$7.50	\$6.08	5	\$ 30.40
175	LANCHERO 500GR	NO DEFINIDA	\$10.00	\$8.83	3	\$ 26.49
176	LANXHOR SEAWEEED LT	NO DEFINIDA	\$12.90	\$10.63	6	\$ 63.78
177	LIBAMIN MIX LT	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.00	6	\$ 36.00
178	LIMPIADOR 1/2	DEL MONTE	\$5.00	\$3.16	0	\$ -
179	LORSBAN LT	FARMAGRO	\$13.50	\$12.46	10	\$ 124.60
180	LORSBAN 250CC	FARMAGRO	\$4.00	\$3.60	4	\$ 14.40
181	LUFENURON LT	NO DEFINIDA	\$24.75	\$23.69	4	\$ 94.76
182	LUFENURON 1/4	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.18	0	\$ -
183	MAGNIFIC LT	DEL MONTE	\$11.50	\$10.25	6	\$ 61.50
184	MAIZ DAS 3383 FM	FARMAGRO	\$165.00	\$162.74	1	\$ 162.74
185	MAIZ 2B-688	NO DEFINIDA	\$210.00	\$203.36	1	\$ 203.36
186	MAIZ ADV 9313 FM	FARMAGRO	\$225.00	\$212.10	0	\$ -
187	MAIZ 105 LB	NO DEFINIDA	\$6.50	\$0.00	-1.5	\$ -
188	MAIZ 551 MONSEMILLA	NO DEFINIDA	\$36.00	\$30.90	0	\$ -
189	MAIZ 505 INDIA + CRUISER	NO DEFINIDA	\$133.00	\$133.00	0	\$ -
190	MAIZ 105 INSIGNIA	INTEROC	\$220.00	\$215.00	8	\$ 1,720.00
191	MAIZ 3041 PIONEER	NO DEFINIDA	\$136.50	\$132.82	1	\$ 132.82
192	MAIZ PEPA	NO DEFINIDA	\$18.50	\$15.00	1	\$ 15.00
193	MAIZ TRUENO	AGRIPAC	\$99.50	\$97.00	0	\$ -
194	MAIZ AGRI-104	NO DEFINIDA	\$100.00	\$95.00	0	\$ -
195	MAIZ SOMMA EQ	NO DEFINIDA	\$159.00	\$152.77	1	\$ 152.77
196	MAIZ SOMMA 45000	NO DEFINIDA	\$130.00	\$126.23	1	\$ 126.23

197	MALATHION 50% 100GR	NO DEFINIDA	\$1.10	\$0.90	9	\$ 8.10
198	MALATHION 50% 500GR	NO DEFINIDA	\$6.00	\$2.00	11	\$ 22.00
199	MALATHION 100 GR AGRO	NO DEFINIDA	\$1.00	\$0.78	5	\$ 3.90
200	MALATHION 50% 250G	NO DEFINIDA	\$3.25	\$3.66	8	\$ 29.28
201	MALATHION 25% 500G AGR	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.58	0	\$ -
202	MALBAN 18GR	INTEROC	\$4.00	\$3.14	112	\$ 351.23
203	MASHI	LA COLINA	\$18.50	\$16.00	25	\$ 400.00
204	MAS RAIZ LT ND	NEDERAGRO	\$5.50	\$4.37	5	\$ 21.85
205	MAS RAIZ 1/2 ND	NEDERAGRO	\$3.00	\$2.32	6	\$ 13.92
206	MATABABOSA	ECUAQUIMICA	\$2.50	\$2.16	123	\$ 265.68
207	MATCH 1/4	ECUAQUIMICA	\$13.70	\$12.69	13	\$ 164.97
208	MATCH LT	ECUAQUIMICA	\$51.00	\$48.56	14	\$ 679.84
209	MAYRON	NO DEFINIDA	\$3.80	\$3.09	4	\$ 12.36
210	MEDIDORES PLASTICOS	NO DEFINIDA	\$1.00	\$0.83	36	\$ 29.88
211	MENOREL ABONO	DEL MONTE	\$2.50	\$2.06	138	\$ 284.28
212	MENOREL SUPER	DEL MONTE	\$2.50	\$2.06	35	\$ 72.10
213	METSUL 18 GR	FARMAGRO	\$4.00	\$3.09	0	\$ -
214	MITERRA 250CC	NO DEFINIDA	\$15.00	\$13.90	0	\$ -
215	MOLUX 6 GB	NO DEFINIDA	\$4.00	\$3.39	40	\$ 135.60
216	MULTIMIX 10KL EQ	ECUAQUIMICA	\$14.00	\$12.00	14	\$ 168.00
217	MURIATO DE POTACIO	AGRIPAC	\$21.00	\$19.16	26	\$ 498.16
218	NATURAM	NO DEFINIDA	\$6.00	\$4.12	61	\$ 251.32
219	NED COMBI	NEDERAGRO	\$3.00	\$2.06	22	\$ 45.32
220	NED ALAY	NO DEFINIDA	\$5.50	\$3.21	7	\$ 22.47
221	NEDVERDOL 500CC ND	NEDERAGRO	\$4.50	\$3.80	2	\$ 7.60
222	NEDVERDOL LT ND	NEDERAGRO	\$7.50	\$6.18	3	\$ 18.54
223	NED ZIN LT	NEDERAGRO	\$5.50	\$4.70	27	\$ 126.90
224	NEWFOL BORO LT	ECUAQUIMICA	\$9.00	\$8.19	3	\$ 24.57
225	NEWFOL CAL 250C	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.30	0	\$ -
226	NEW ROBUST	DEL MONTE	\$1.50	\$1.00	51	\$ 51.00
227	NICOSTAR 16GR	NEDERAGRO	\$4.00	\$3.12	66	\$ 205.92
228	NIKOSAN 16GR EQ	ECUAQUIMICA	\$6.50	\$6.22	8	\$ 49.76
229	NINJA LT	ECUAQUIMICA	\$28.00	\$26.83	5	\$ 134.15

230	NITRONED LT	NEDERAGRO	\$4.50	\$3.09	4	\$ 12.36
231	NOCKEO 1/4	DEL MONTE	\$16.50	\$14.61	7	\$ 102.27
232	NOCKEO LT	NO DEFINIDA	\$55.00	\$51.50	5	\$ 257.50
233	NOSTOC 16 GR	INTEROC	\$4.50	\$4.12	0	\$ -
234	NOWEED	ECUAQUIMICA	\$18.00	\$16.77	1	\$ 16.77
235	NUTRIKEL ENGROSE LT	NO DEFINIDA	\$7.50	\$6.19	56	\$ 346.75
236	NUTRIKEL CAL-BOR	NO DEFINIDA	\$9.00	\$6.37	38	\$ 242.06
237	NUTRI JISA MT LT	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.20	0	\$ -
238	NUTRIKEL POTASIO LT	NO DEFINIDA	\$9.00	\$6.37	30	\$ 191.19
239	OLIGOMIX X 100GR	NO DEFINIDA	\$3.50	\$2.82	19	\$ 53.58
240	ORRIZAL 100CC	AGARISMAL S.A.	\$13.00	\$9.58	65	\$ 622.44
241	OXITHANE	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.76	7	\$ 33.32
242	PANTERA LT	ECUAQUIMICA	\$26.00	\$23.43	23	\$ 538.89
243	PARTNER LT (FOMEXA)	NO DEFINIDA	\$22.50	\$18.50	11	\$ 203.50
244	PASTISAL LT MT	DEL MONTE	\$24.00	\$22.58	8	\$ 180.64
245	PEKA LT	NO DEFINIDA	\$7.25	\$6.62	3	\$ 19.86
246	PELION 10LT MT	DEL MONTE	\$67.00	\$63.60	0	\$ -
247	PELION LT	DEL MONTE	\$7.30	\$6.70	20	\$ 134.00
248	PERMIT 250C	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.55	7	\$ 38.85
249	PERMATEC 250C FM	FARMAGRO	\$7.00	\$5.45	12	\$ 65.40
250	PERMATEC LT FM	FARMAGRO	\$25.00	\$21.11	8	\$ 168.88
251	PERMIT LT	NO DEFINIDA	\$25.00	\$22.80	4	\$ 91.20
252	PH NED 250C	NEDERAGRO	\$2.50	\$1.85	2	\$ 3.70
253	PHYTON 1/4 EQ	ECUAQUIMICA	\$11.50	\$10.65	3	\$ 31.95
254	PILARBEN 100G FM	FARMAGRO	\$2.60	\$2.10	1	\$ 2.10
255	PILARBEN 100G ND	NEDERAGRO	\$2.60	\$2.10	5	\$ 10.51
256	PILOTO 1/4	DEL MONTE	\$3.50	\$2.61	12	\$ 31.32
257	PIRESTAR 100C FM	AGRIPAC	\$3.00	\$2.16	2	\$ 4.32
258	PIRESTAR 250CC FMC	NO DEFINIDA	\$7.00	\$5.99	7	\$ 41.93
259	PIVOT LT	ECUAQUIMICA	\$33.00	\$30.85	30	\$ 925.50
260	POLIVERDOL 1/2	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.90	4	\$ 19.60
261	POLIVERDOL LT FM	FARMAGRO	\$10.50	\$9.79	0	\$ -
262	PROCLAIM 100 GR	NO DEFINIDA	\$17.90	\$16.75	29	\$ 485.75

263	PROPANIL LT INC	NO DEFINIDA	\$7.50	\$6.88	5	\$ 34.40
264	PROPANIL GL INC	NO DEFINIDA	\$27.00	\$25.75	0	\$ -
265	PROWL LT	NO DEFINIDA	\$8.75	\$8.04	13	\$ 104.52
266	PUÑAL 1/4	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.43	28	\$ 68.04
267	PUÑAL LT	DEL MONTE	\$11.50	\$8.09	10	\$ 80.90
268	PUÑETE 1/4 EQ	ECUAQUIMICA	\$3.80	\$3.00	24	\$ 72.00
269	PUÑETE LT EQ	ECUAQUIMICA	\$12.50	\$10.78	5	\$ 53.90
270	PUÑETE 1/2 EQ	ECUAQUIMICA	\$6.25	\$5.55	8	\$ 44.40
271	QUEMAX LT	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.68	8	\$ 37.44
272	QUIMIFOL P 680 PLUS 1KL	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.00	2	\$ 12.00
273	QUIMIFOL 600 PLUS 1KL	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.50	2	\$ 11.00
274	QUIMIFOL N 510 PLUS 1KL	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.08	2	\$ 10.16
275	RADIANT SC	NO DEFINIDA	\$15.00	\$13.72	135	\$ 1,852.20
276	RAIZ PLANT LT FM	NO DEFINIDA	\$8.00	\$7.33	9	\$ 65.97
277	RANGER GL EQ	NO DEFINIDA	\$23.50	\$21.32	4	\$ 85.28
278	RANGER LT	ECUAQUIMICA	\$6.00	\$5.10	9	\$ 45.90
279	REYQUEMANTE CN ND	NO DEFINIDA	\$80.00	\$76.32	0	\$ -
280	REYQUAT LT ND	NEDERAGRO	\$4.80	\$4.01	24	\$ 96.24
281	REYQUAT GL	NO DEFINIDA	\$16.50	\$15.27	6	\$ 91.60
282	RIDOMIL 500GR	NO DEFINIDA	\$15.00	\$14.32	10	\$ 143.20
283	ROSASOL 1KL	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.37	114	\$ 270.18
284	ROZZO 1/4 MT	NO DEFINIDA	\$6.50	\$5.58	8	\$ 44.64
285	ROZZO LT	NO DEFINIDA	\$19.00	\$17.30	0	\$ -
286	RUGBY 10G KG FMC	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.39	0	\$ -
287	SADDLER 100CC Q	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.58	16	\$ 41.28
288	SADDLER 250 ML	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.18	4	\$ 24.72
289	SEAWEED LT	ECUAQUIMICA	\$5.00	\$4.15	20	\$ 83.00
290	SEMEPRI INTEROC	INTEROC	\$19.80	\$16.00	6	\$ 96.00
291	SEMILLAS VARIAS	NO DEFINIDA	\$1.30	\$0.95	19	\$ 18.05
292	SICARIO KL	NO DEFINIDA	\$9.50	\$8.24	4	\$ 32.96
293	SILIC	NO DEFINIDA	\$9.00	\$7.00	47	\$ 329.00
294	SOLARIS 60GR	NO DEFINIDA	\$15.50	\$14.25	24	\$ 342.00
295	SOLUGRO 1KL	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.34	8	\$ 34.72

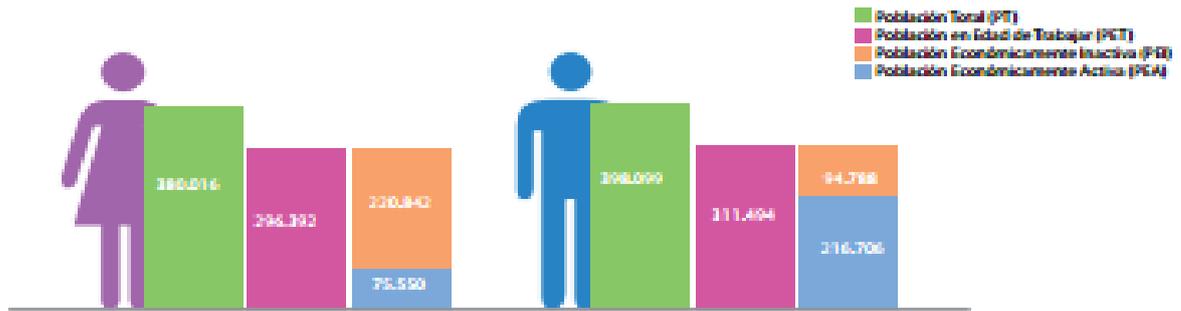
296	SOPRANO LT	ECUAQUIMICA	\$24.00	\$21.89	6	\$ 131.34
297	SPRAY AIDE	NO DEFINIDA	\$1.90	\$1.61	5	\$ 8.05
298	STARLITE LT	NO DEFINIDA	\$4.50	\$3.49	14	\$ 48.86
299	SUKO 1/4	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.50	1	\$ 2.50
300	SULFATO GRANULADO F	DELCORP	\$13.50	\$13.00	0	\$ -
301	SUPER K60	NEDERAGRO	\$6.00	\$5.15	7	\$ 36.05
302	TALCO PERRO	NO DEFINIDA	\$3.50	\$2.79	1	\$ 2.79
303	TANKE LT	FARMAGRO	\$7.30	\$6.70	0	\$ -
304	TASK LT	NO DEFINIDA	\$23.00	\$19.50	1	\$ 19.50
305	TASPA 1/4	ECUAQUIMICA	\$24.00	\$21.98	7	\$ 153.86
306	TERRANOVA MULT LT	INTEROC	\$11.00	\$8.43	11	\$ 92.73
307	TERRANOVA COMPLEX LT	INTEROC	\$11.00	\$8.43	9	\$ 75.87
308	THIODI 200 CC	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.74	0	\$ -
309	THIODI LT	NO DEFINIDA	\$25.00	\$20.60	0	\$ -
310	TIL LT	ECUAQUIMICA	\$27.00	\$24.54	7	\$ 171.78
311	TIL 250CC	ECUAQUIMICA	\$8.00	\$6.81	2	\$ 13.62
312	TORDON LT FM	FARMAGRO	\$14.00	\$13.22	10	\$ 132.20
313	TORDON 1/2	FARMAGRO	\$7.50	\$6.91	5	\$ 34.55
314	TRYCLAN 100GR	NO DEFINIDA	\$5.00	\$4.09	28	\$ 114.52
315	UREA FERTIANDINO FINA	DELCORP	\$20.50	\$19.85	4	\$ 79.40
316	UREA FERPAFIF FINA	NO DEFINIDA	\$17.00	\$16.50	11	\$ 181.50
317	UREA MIX ZAMAGRO FINA	ZAMAGRO S.A.	\$16.50	\$15.50	0	\$ -
318	UREA AGRIPAC FINA	AGRIPAC	\$16.75	\$16.40	149	\$ 2,443.60
319	UREALINA	NO DEFINIDA	\$18.00	\$17.00	0	\$ -
320	UREA MIX ARROZ	ZAMAGRO S.A.	\$21.00	\$19.00	72	\$ 1,368.00
321	UREA ZAMAGRO GR	NO DEFINIDA	\$16.50	\$15.60	31	\$ 483.60
322	UREA FERTIANDINO GRUESA	DELCORP	\$20.00	\$19.50	3	\$ 58.50
323	VERDIC 250CC FM	FARMAGRO	\$7.20	\$6.65	13	\$ 86.45
324	VERDIC LT FM	NEDERAGRO	\$26.50	\$24.72	22	\$ 543.84
325	VERDUGO LT	DEL MONTE	\$9.00	\$8.30	4	\$ 33.20
326	VITAFOL VERDE KL	ECUAQUIMICA	\$2.50	\$2.04	30	\$ 61.20
327	VITAVAX 100GR	NO DEFINIDA	\$4.00	\$3.11	0	\$ -
328	VOLTAJE LT	DEL MONTE	\$24.00	\$22.67	11	\$ 249.37

329	VOLTAJE 1/4	DEL MONTE	\$6.75	\$5.67	3	\$ 17.01
330	VOLTAJE 1/2	DEL MONTE	\$12.00	\$11.33	9	\$ 101.97
331	YARA VITA CROPLIFT	NO DEFINIDA	\$5.50	\$4.75	45	\$ 213.75
332	YOKE 500C	NO DEFINIDA	\$13.50	\$12.15	6	\$ 72.90
333	ZASS RATICIDA ND	NO DEFINIDA	\$0.82	\$0.82	8	\$ 6.56
334	ZEAMAX FM	FARMAGRO	\$8.25	\$7.73	7	\$ 54.11
335	ZERO 100CC	NO DEFINIDA	\$3.00	\$2.60	9	\$ 23.40
336	ZERO 250CC	NO DEFINIDA	\$7.00	\$6.18	26	\$ 160.68
337	ZEUS LT	NO DEFINIDA	\$23.50	\$20.00	21	\$ 420.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 50,100.69</b>

# 03

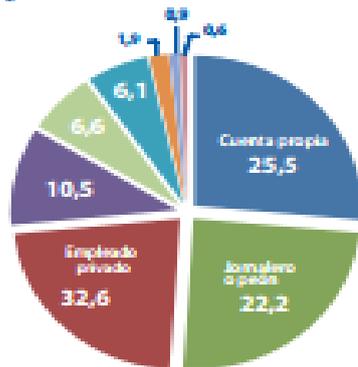
## Actividades económicas de la población

### ¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA?



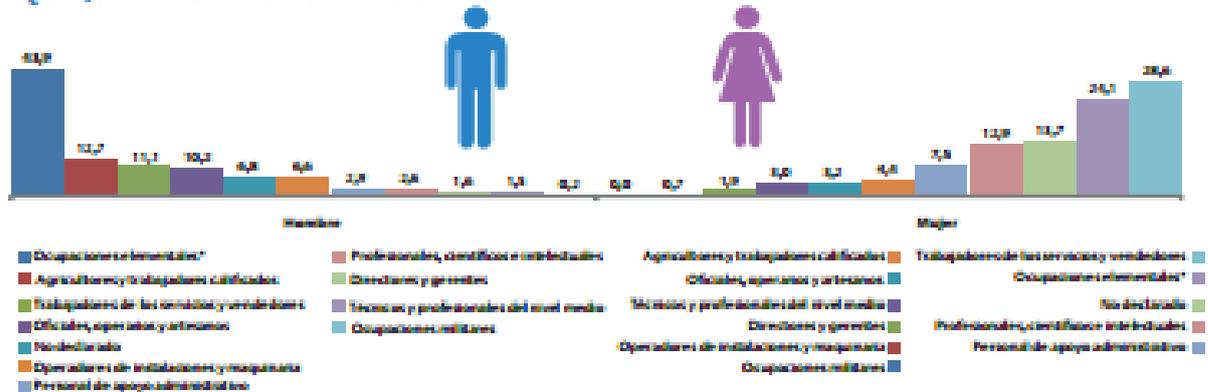
\* La Población en Edad de Trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

### ¿EN QUÉ TRABAJAN LOS FLUMINENSES?



Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	49.241	19.842
Cuenta propia	90.709	19.809
Jornalero a jornal	85.782	9.641
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	11.888	10.718
No declarado	8.786	6.600
Empleado doméstico	881	8.218
Patrona	3.884	1.498
Trabajador no remunerado	1.812	809
Socio	998	548
Total	287.204	94.698

### ¿DE QUÉ TRABAJAN LOS FLUMINENSES?



\*Se refiere a limpiadores, cocineros domésticos, vendedores ambulantes, peones agrícolas, pescadores de mariscos, etc.

Fuente: Instituto nacional de estadística y censo, 2010.

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rubio Funez Kristhel Cesarella**, con C.C: # **1206424358** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad económica para la comercialización de agroquímicos en la parroquia San Juan** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de septiembre del 2016.

f. \_\_\_\_\_



**Nombre:** Rubio Funez Kristhel Cesarella

**C.C:** 1206424358



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Estudio de factibilidad económica para la comercialización de agroquímicos en la parroquia San Juan.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Rubio Funez Kristhel Cesarella		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Martínez Ramírez Johnny Roberto		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Gestión Empresarial Internacional		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	19 de septiembre del 2016.	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	102
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comercio, Finanzas, Mercadotecnia.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Factibilidad, Distribución, Agroquímicos, Los Ríos, San Juan.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): El presente estudio fue realizado mediante una investigación de mercado en la provincia de Los Ríos, en el Cantón Pueblo Viejo específicamente en la parroquia San Juan, ya que es la que cuenta con mayor número de habitantes del cantón. Esta provincia se destaca por la actividad de la agricultura, sus suelos son óptimos para cultivos de ciclo largo como corto, dentro del cantón San Francisco de Pueblo Viejo existe mayor número de cultivos de ciclo corto que largo pero en la parroquia San Juan a pesar de ser la que cuenta con mayor número de habitantes no existe un Agro-servicio que les ofrezca todos los productos necesarios para cultivos de ciclo corto a un buen precio de mercado y con una buena asesoría al cliente sobre el uso de los mismos, motivo por el cual los agricultores realizan sus actividades empíricamente o por tradición familiar sin conocer a ciencia cierta el uso de muchos de los productos químicos, lo cual genera un menor rendimiento de sus cultivos o la pérdida en su totalidad de los mismos. Se determinó que el Agro-servicio estará ubicado dentro de San Juan debido al número de habitantes que posee y a que está ubicado en un lugar estratégico, es decir entre Babahoyo y Pueblo Viejo. La extensión del agro-servicio es de 600 m <sup>2</sup> necesarios para áreas de bodega, servicio al cliente y oficinas administrativas, la estructura organizacional será conforme al organigrama planteado, según el perfil del cargo de los colaboradores de la misma. El punto decisivo de este proyecto es el estudio financiero realizado, en el cual se ha determinado que él se logrará abarcar el 5% del mercado, los balances han sido proyectados a 5 años y el análisis de los mismos determinó factibilidad del proyecto.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>SI</b>	<input type="checkbox"/> <b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: +593-9-81293016		<b>E-mail:</b> chesitarubio_15@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	Nombre: Roman Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-9-84228698		
	E-mail: <a href="mailto:cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec">cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO</b> (en base a datos):			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):			