



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
COMERCIALIZADORA DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN EL SECTOR  
QUITUMBA GRANDE, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI,  
PROVINCIA IMBABURA.”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA:**

MARÍA CRISTINA ARIAS ESPINOZA

**DIRECTOR:**

ING. MARCELO VALLEJOS

**IBARRA**

**FEBRERO 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

“**Almacén Agrícola CRISSA**” es el nombre que se le da a la comercializadora, esta es una microempresa que se dedica a la venta de insumos agrícolas, químicos y fertilizantes foliares a los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande, se proveerá los insumos de almacenes grandes del Ecuador, para satisfacer todos los requerimientos de los productores de la zona, aportando esto a que los clientes fidelicen y tengan confianza con los insumos que se ofertan en este negocio. Además que se trabajará de forma similar a los almacenes agrícolas que más expenden en la provincia, esto en cuanto a precios e insumos; al igual estos son cualidades positivas para que el cliente se fidelice con el negocio. Este proyecto se lo realiza en la comunidad de Quitumba debido a que en este sector no existe ningún negocio similar que expendan insumos agrícolas, además se implantará porque la mayoría de la población rural se dedica a la agricultura y se ve como una necesidad para ellos, para que puedan adquirir los insumos cuando ellos lo requieran y en el momento oportuno. Además la implantación de este negocio es viable porque las demás comunidades igualmente se dedican a la agricultura, lo que quiere decir que la oferta crecerá a gran escala. Las condiciones para el desarrollo del proyecto son óptimas, es decir; cuenta con espacio suficiente para transportar la mercadería, talento humano competente, proveedores calificados y con el capital suficiente (propio y financiado), para mantener en pie al proyecto. Para que el proyecto se dé a conocer y funcione correctamente se realizara estrategias de mercado que la competencia no lo hace, además para asegurar el funcionamiento se trabajará legalmente obedeciendo a las leyes del gobierno actual. La comercialización de los insumos se realizará de forma similar al de la competencia, con la diferencia que el talento humano es capacitado en la rama, además dará asesoría técnica correcta y personalizada a los potenciales clientes.

## ABSTRACT

"Agricultural Warehouse Crissa" is the name given to the marketer, this is a small business that is dedicated to the sale of agricultural inputs, chemical and foliar fertilizers to farmers in the Quitumba Grande neighborhood, the marketer will provide the merchandise of warehouses Greatest Ecuador, to satisfy all requirements of the farmers in the area, to bringing this to customers have loyalty and confidence with the agricultural inputs that are offered in this business. In addition that will work of similar form to those agricultural stores that more expend in the province, as soon as to inputs and prices like that these are positive qualities to the customer loyal to the business. This project is done in the Quitumba neighborhood because in this place no exist any similar business that expend agricultural inputs, in addition will implant because the majority of the rural population to dedicate to agriculture and this seen as a necessity for them, so that they may to get inputs when they need it and in the timely moment. In addition the implantation of this business is viable because other communities also as dedicate to the agriculture, which means that offer will grow on a large scale. The conditions for the project's development are optimal, is tell; have enough space to transport the merchandise, competent human talent, qualified suppliers and with capital enough (own and finance) to support the project. For the project to be made known and work properly, to will realize market's strategies that does not competition, in addition to secure it the functioning legally will work obedience to the laws of the present government. The marketing of inputs as will realize similar form to the competition, with the difference that human talent are specialice, in addition in the future will give techniques legal advice correct and personalized to customers potential.

## AUTORÍA

Yo **MARÍA CRISTINA ARIAS ESPINOZA** declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente trabajo de grado de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de mi autoría, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional, además en todos los contenidos tomados de varias fuentes se hace constar las respectivas citas bibliográficas.



.....  
María Cristina Arias Espinoza

C.I. 100333689-6

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la egresada María Cristina Arias Espinoza, para optar el título de Ingeniera Comercial, cuyo título es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN EL SECTOR QUITUMBA GRANDE, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA IMBABURA.**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 25 días del mes de julio del 2014

Firma



Ing. Com. Marcelo Vallejos Orbe

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A**  
**FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo María Cristina Arias Espinoza con cédula de identidad N° 100333689-6 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6; en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN EL SECTOR QUITUMBA GRANDE, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

María Cristina Arias Espinoza  
C.I. 100333689-6

Ibarra, a los 25 días del mes de febrero de 2015



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100333689-6		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Arias Espinoza María Cristina		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Cantón Cotacachi, Parroquia Imantag, Comunidad de Quitumba Grande, vía a Peribuela.		
<b>EMAIL:</b>	mcriss111@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	-	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0994604797 0989898239

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN EL SECTOR QUITUMBA GRANDE, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA IMBABURA.
<b>AUTOR (ES):</b>	Arias Espinoza María Cristina
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2015-02-25
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería Comercial en Administración de Empresas
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Ing. Marcelo Vallejos

#### 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo María Cristina Arias Espinoza con cédula de identidad N° 100333689-6, en calidad de autora y titular de los derechos

patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de febrero de 2015

#### LA AUTORA



---

María Cristina Arias Espinoza  
C.I. 100333689-6

#### ACEPTACIÓN



---

Ing. Betty Chávez  
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## DEDICATORIA

*A Dios porque cada día me permite vivir y gracias a él he superado los obstáculos y alcanzar mis metas propuestas.*

*A mis padres y familiares por su apoyo incondicional que con sus principios y valores me enseñaron a ser una persona de bien.*

*Cristina Arias*

## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a los docentes que con sus bases académicas contribuyeron a mi formación profesional, ampliando así mis conocimientos para culminar con mí carrera profesional en Administración de Empresas.*

*A mis padres, hermanos y demás familiares que me aconsejaron y me guiaron por el camino del bien.*

*Al Ing. Marcelo Vallejos director de tesis, quien con su paciencia y más que todo conocimiento me supo dirigir mi trabajo de grado para culminar.*

*Cristina Arias*

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una comercializadora dedicada a la venta de insumos agrícolas, químicos y fertilizantes foliares a los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande ubicado en la parroquia Imantag del Cantón Cotacachi.

En el **Capítulo I**, se presenta el Diagnostico Situacional en el cual se muestra la matriz de relación diagnóstica, información recopilada a través de instrumentos de investigación para posteriormente llegar al análisis de variables e indicadores objeto de estudio. Además se presenta la matriz AOOD y seguidamente analizar los aspectos internos y externos al proyecto.

En el **Capítulo II**, se detalla el Marco Teórico describiendo todos los términos que se involucran con el estudio del presente trabajo de grado, estos son: conceptos de productos y servicio, conceptos legales, aspectos contables, tributarios, técnicos, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estructura organizacional.

En el **Capítulo III**, se determina el Estudio de Mercado, información obtenida de las entrevistas y encuestas aplicadas a los dueños de almacenes agrícolas y agricultores de la comunidad de Quitumba Grande, además se obtuvo información de fuentes de entidades gubernamentales para establecer y analizar la oferta y demanda para luego determinar el pronóstico de mercado.

En el **Capítulo IV**, se puntualizan el Estudio Técnico detallando los aspectos técnicos, como la localización, el tamaño e ingeniería del proyecto, además se presenta el flujograma de procesos y el presupuesto técnico necesario para la puesta en marcha del proyecto.

En el **Capítulo V**, se presenta el Estudio Financiero donde se detallan los ingresos por las ventas, rubros de mano de obra, gastos administrativos y todos los rubros financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Así como también indicadores como el VAN y la TIR que ayudan a conocer la factibilidad del proyecto.

En el **Capítulo VI**, se muestra la Estructura Organizativa especificando la base legal, misión, visión, valores, tipo de empresa, estructura organizacional y descripción de funciones del talento humano que laborará en este negocio.

En el **Capítulo VII**, se indica los Impactos que ocasionará en la creación de la comercializadora y el análisis relacionando con el entorno donde se implantará esta, estos son: social, ambiental y económico; impactos que influirán en el desarrollo de presente proyecto.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
ABSTRACT.....	III
AUTORÍA.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VII
DEDICATORIA .....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXI
JUSTIFICACIÓN.....	XXII
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XXIII
OBJETIVO GENERAL .....	xxiii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	xxiii
METODOLOGÍA UTILIZADA.....	XXIV
CAPÍTULO I.....	25
DIAGNÓSTICO.....	25
1.1 Antecedentes .....	25
1.2 Objetivos diagnósticos .....	27
1.2.1 Objetivo General .....	27
1.2.2 Objetivos Específicos.....	27
1.3 Matriz de relación diagnóstica.....	28
1.4 Mecánica operativa.....	30

1.4.1 Identificación de la población .....	30
1.4.2 Instrumentos.....	30
1.4.3 Información primaria.....	30
1.4.4 Información secundaria .....	31
1.5 Análisis de la información.....	31
1.5.1 Ficha de observación .....	34
1.5.2 Información bibliográfica.....	37
1.6 Matriz AOOD .....	39
1.7 Determinación de la oportunidad de inversión .....	42
CAPÍTULO II .....	43
MARCO TEÓRICO.....	43
2.1 Objetivo .....	43
2.1.1 Objetivo General .....	43
2.2 Productos .....	43
2.3 Definición de servicio .....	55
2.4 Aspectos legales .....	56
2.4.1 Obligaciones tributarias.....	56
2.4.2 Situación legal .....	58
2.4.3 Requisitos legales de constitución y funcionamiento de la empresa .....	63
2.4.4 Aspectos Contables .....	65
2.5 Aspectos técnicos-términos.....	66
2.5.1 La pequeña empresa .....	66
2.5.2 Empresa de servicio .....	67
2.6 Estudio de mercado .....	67
2.6.1 Definición de Oferta:.....	68
2.6.2 Definición de demanda:.....	68
2.7 Estudio técnico .....	68
2.7.1 Definición:.....	68
2.7.2 Tamaño de proyecto.....	68
2.7.3 Localización del proyecto .....	69

2.7.4 Ingeniería del proyecto .....	69
2.7.5 Análisis administrativo .....	69
2.8 Estudio financiero .....	70
2.8.1 Definición: .....	70
2.9 Estructura organizacional.....	70
2.9.1 Definición: .....	70
CAPÍTULO III .....	73
ESTUDIO DE MERCADO.....	73
3.1 Objetivos.....	73
3.1.1 Objetivo general.....	73
3.1.2 Objetivos específicos .....	73
3.2 Presentación de los productos y servicio .....	73
3.3 El mercado.....	74
3.4 Matriz de mercado .....	75
3.5 Mecánica operativa.....	77
3.5.1 Identificación de la población .....	77
3.5.2 Cálculo de la muestra .....	77
3.5.3 Técnicas e instrumentos .....	78
3.5.4 Tabulación y análisis de la información .....	79
3.6 Análisis de la competencia.....	93
3.7 Análisis de la demanda .....	94
3.7.3 Proyección de la demanda.....	95
3.8 Análisis de la Oferta.....	97
3.8.1 Oferta Actual .....	97
3.8.2 Proyección de la Oferta.....	99
3.9 Demanda insatisfecha .....	101
3.10 Análisis de los precios.....	103
3.10.1 Precios.....	104
3.10.2 Precios para proveer la compra de insumos.....	104
3.10.3 Proyección de precios.....	105
3.11 Comercialización.....	107

CAPÍTULO IV .....	109
ESTUDIO TÉCNICO .....	109
4.1 Localización.....	109
4.1.1 Factores de localización .....	109
4.2 Tamaño del proyecto.....	111
4.2.1 Distribución de la comercializadora .....	111
4.3 Operación del proyecto .....	114
4.3.1 Flujograma .....	114
4.4 Ingeniería del proyecto .....	117
4.4.1 Proceso de comercialización (inventario inicial) .....	117
4.4.2 Terreno.....	118
4.4.3 Infraestructura .....	118
4.4.4 Equipos informáticos .....	119
4.4.5 Muebles y enseres .....	119
4.4.6 Equipo y materiales de oficina.....	120
4.4.7 Vehículo (Segunda Mano).....	120
4.4.8 Presupuesto técnico .....	121
CAPÍTULO V .....	127
ESTUDIO FINANCIERO .....	127
5.1. Objetivo .....	127
5.2. Determinación de Ingresos Proyectados.....	127
5.3 Determinación de Egresos Proyectados .....	129
5.3.1 Compras.....	129
5.3.2 Gastos administrativos .....	131
5.3.3 Gastos de Venta.....	133
5.3.4 Amortización.....	134
5.3.5 Amortización de diferidos .....	135
5.3.6 Depreciación de Activos Fijos .....	135
5.3.7 Estado de situación financiera.....	136
5.3.8 Estado de resultados.....	137
5.3.9 Flujo de caja .....	138

5.4 Evaluadores financieros.....	139
5.4.1 Costo de oportunidad (Tasa de redescuento).....	139
5.4.2 Tasa de rendimiento medio (TRM) .....	139
5.4.3 Valor Actual Neto (VAN) .....	139
5.4.4 Tasa interna de retorno (TIR).....	142
5.4.5 Período de recuperación.....	142
5.4.6 Rentabilidad del proyecto.....	143
5.4.7 Punto de equilibrio .....	144
CAPÍTULO VI.....	147
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	147
6.1 Objetivo.....	147
6.2 La empresa .....	147
6.2.1 Base Legal .....	147
6.2.2 Nombre o razón social .....	148
6.2.3 Misión.....	148
6.2.4 Visión .....	149
6.2.5 Políticas .....	149
6.2.6 Valores.....	150
6.3 Titularidad de propiedad de la empresa.....	150
6.4 Tipo De Empresa .....	151
6.5 Estructura organizacional (ALMACÉN AGRÍCOLA CRISSA) .....	151
6.6 Descripción de funciones.....	152
CAPÍTULO VII.....	157
IMPACTOS .....	157
7.1 Objetivo.....	157
7.2.1 Nivel de impactos.....	157
7.2.2 Impacto social .....	158
7.2.3 Impacto ambiental.....	159
7.2.4 Impacto económico .....	160
CONCLUSIONES .....	161

RECOMENDACIONES .....	162
BIBLIOGRAFÍA .....	163
ANEXOS .....	165
ANEXO N° 1 PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	166
ANEXO 2 GUÍA DE OBSERVACIÓN.....	167
ANEXO N° 3 ENCUESTA A AGRICULTORES.....	168
ANEXO N° 4 ENTREVISTA A PROVEEDORES .....	170
ANEXO 5 FICHAS DE OBSERVACIÓN DE PRECIOS DE LOS BIENES.....	172

### **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica .....	28
Cuadro 2 Ficha de observación.....	34
Cuadro 3 Población de la Parroquia Imantag.....	38
Cuadro 4 Matriz AORR .....	39
Cuadro 5 Matriz de mercado.....	75
Cuadro 6 Pregunta 1 .....	80
Cuadro 7 Pregunta 2 .....	81
Cuadro 8 Pregunta N° 3 .....	82
Cuadro 9 Pregunta N°4 .....	84
Cuadro 10 Pregunta N° 5 .....	85
Cuadro 11 Pregunta N° 6 .....	86
Cuadro 12 Pregunta N° 7 .....	88
Cuadro 13 Pregunta N° 8 .....	90
Cuadro 14 Análisis de la competencia .....	93
Cuadro 15 Demanda Actual .....	95
Cuadro 16 Proyección de la Demanda.....	96
Cuadro 17 Oferta Actual Parroquia Imantag .....	97
Cuadro 18 Representación de la Población en porcentaje .....	98
Cuadro 19 Oferta Actual.....	99
Cuadro 20 Proyección de la Oferta .....	100
Cuadro 21 Demanda Insatisfecha .....	101

Cuadro 22 Demanda a Cubrir .....	102
Cuadro 23 Demanda vs Oferta Globales .....	102
Cuadro 24 Precios de la competencia y la comercializadora.....	104
Cuadro 25 Precios del proveedor .....	105
Cuadro 26 Proyección de Precios.....	106
Cuadro 27 Matriz de ponderación para la Micro localización.....	110
Cuadro 28 Simbología .....	114
Cuadro 29 Inventario Mercadería Primer Trimestre.....	117
Cuadro 30 Terreno.....	118
Cuadro 31 Costo de infraestructura .....	118
Cuadro 32 Equipos Informáticos.....	119
Cuadro 33 Muebles y Enseres.....	119
Cuadro 34 Equipo y materiales de oficina .....	120
Cuadro 35 Vehículo .....	121
Cuadro 36 Inversiones Fijas .....	121
Cuadro 37 Gastos Diferidos.....	122
Cuadro 38 Capital de Trabajo .....	122
Cuadro 39 Talento Humano.....	123
Cuadro 40 Materiales de oficina .....	123
Cuadro 41 Materiales de aseo .....	123
Cuadro 42 Servicios Básicos .....	124
Cuadro 43 Publicidad.....	124
Cuadro 44 Inversión Inicial del Proyecto.....	125
Cuadro 45 Financiamiento .....	125
Cuadro 46 Ingresos proyectados.....	128
Cuadro 47 Total ingresos por ventas .....	128
Cuadro 48 Compras.....	129
Cuadro 49 Resumen de Compras .....	130
Cuadro 50 Sueldo Personal Administrativo .....	131
Cuadro 51 Sueldos Administrativos con rubros .....	131
Cuadro 52 Materiales de Oficina.....	132
Cuadro 53 Materiales de Aseo.....	132

Cuadro 54 Servicios Básicos.....	132
Cuadro 55 Resumen de Gastos Administrativos.....	133
Cuadro 56 Sueldo Personal de Ventas .....	133
Cuadro 57 Sueldos de Ventas con Rubros .....	133
Cuadro 58 Gasto publicidad-Radial.....	134
Cuadro 59 Resumen de Gastos de Venta.....	134
Cuadro 60 Amortización .....	134
Cuadro 61 Amortización de diferidos .....	135
Cuadro 62 Depreciación de Activos Fijos.....	135
Cuadro 63 Estado de Situación Financiera .....	136
Cuadro 64 Estados de Resultados.....	137
Cuadro 65 Flujo de caja .....	138
Cuadro 66 Costo de Oportunidad.....	139
Cuadro 67 Tasa de Rendimiento Medio.....	139
Cuadro 68 VAN Positivo.....	140
Cuadro 69 VAN Negativo .....	141
Cuadro 70 Cálculo de la TIR .....	142
Cuadro 71 Periodo de Recuperación .....	142
Cuadro 72 Recuperación de la Inversión .....	143
Cuadro 73 Punto de Equilibrio en USD .....	144
Cuadro 74 Punto de Equilibrio en unidad.....	145
Cuadro 75 Manual de funciones del Gerente .....	152
Cuadro 76 Manual de funciones del (a) Contador (a) .....	153
Cuadro 77 Manual de funciones del Vendedor .....	154
Cuadro 78 Nivel de impactos .....	157
Cuadro 79 Impacto Social .....	158
Cuadro 80 Impacto Ambiental .....	159
Cuadro 81 Impacto Económico .....	160

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 División parroquial del Cantón Cotacachi.....	37
Gráfico 2 Población de Cotacachi.....	38
Gráfico 3 Tipo de productos.....	80
Gráfico 4 Frecuencia de Compra.....	81
Gráfico 5 Efectivo que destina para la compra de Insumos.....	82
Gráfico 6 Forma de Pago.....	84
Gráfico 7 Facilidad de encuentro de Insumos.....	85
Gráfico 8 Lugares de compra de Insumos.....	86
Gráfico 9 Satisfacción de Insumos en la aplicación de cultivos.....	88
Gráfico 10 Creación de un centro o Almacén Agrícola.....	90
Gráfico 11 Macro localización.....	109
Gráfico 12 Mapa de la Parroquia de Imantag.....	111
Gráfico 13 Croquis Terreno-Quitumba.....	111
Gráfico 14 Plano-Determinación de las Áreas de Trabajo.....	113
Gráfico 15 Flujograma del Almacén Agrícola “CRISSA”.....	115
Gráfico 16 Flujograma del Cliente-Agricultor.....	116
Gráfico 17 Nombre y slogan Comercial.....	148
Gráfico 18 Organigrama Estructural.....	151

## JUSTIFICACIÓN

**Las razones por las cuales es importante esta investigación son:**

- ☞ En razón de que en la actualidad no existen ningún tipo de comercializadora en este sector, el presente estudio de factibilidad es brindar insumos agrícolas a los productores de Quitumba Grande y a los lugares cercanos a este, como fungicidas, químicos, fertilizantes agrícolas e insumos necesarios que utilicen para cultivar los productos.
- ☞ Debido a que es imprescindible el Centro de Acopio, éste tiene como objetivo principal satisfacer la necesidad de muchos productores y por ende optimizar recursos al encontrar una comercializadora más cercana, esto hace que los potenciales consumidores ahorren tiempo y recursos en adquirirlos.
- ☞ Por cuanto la idea de impulsar el negocio en este sector es favorable para todos los pobladores y comunidades aledañas, ofreciendo los productos agrícolas a precios accesibles y de acuerdo a la necesidad de cada uno de los futuros clientes.

Los beneficiarios directos del negocio serán en primer lugar los productores, por cuanto podrán aplicar fungicidas, químicos, fertilizantes agrícolas en su producción, luego podrán cosechar y comercializar sus productos a precios justos en el Mercado Mayorista evitando la presencia de los intermediarios.

Por otro lado se beneficiaran los dueños de las haciendas, quienes podrán concurrir a este sitio a adquirir los insumos necesarios. Los beneficiarios indirectos serán los clientes y consumidores, quienes dispondrán de productos frescos y sanos a precios justos y accesibles.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de insumos agrícolas en el sector de Quitumba Grande, Parroquia Imantag, Cantón Cotacachi, Provincia Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. Realizar un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades del proyecto.
2. Conocer las bases teóricas que servirán para la realización del proyecto.
3. Realizar un estudio de mercado que analice la oferta y determine la demanda de los productos y servicio que ofrece el proyecto.
4. Elaborar un estudio técnico que determine el tamaño óptimo de la planta, la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.
5. Realizar un estudio financiero que determine la factibilidad para la ejecución del proyecto.
6. Determinar una adecuada propuesta estratégica para el desarrollo del proyecto.
7. Determinar los impactos que genere el proyecto en la comunidad de Quitumba Grande.

## **METODOLOGÍA UTILIZADA**

Para la recolección de información se ha utilizado métodos, técnicas e instrumentos metodológicos, que ha servido para analizar la información pertinente y poder plasmar estos datos en el proyecto final, los métodos son inductivo, deductivo analítico y sintético; las técnicas son de observación y encuesta y los instrumentos son ficha de observación, entrevista y cuestionario. Además estos permitieron obtener datos confiables que sustenten la validez de la información y por ende generar condiciones reales para el estudio de factibilidad que es la creación de una comercializadora de insumos agrícolas en el sector de Quitumba Grande, Parroquia Imantag, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

Por tanto el proyecto se enfoca en la necesidad primordial que tienen los agricultores del sector, en comercializar insumos agrícolas considerados importantes para obtener una buena producción y puedan vender sus productos a precios razonables en el mercado mayorista.

Mediante las técnicas e instrumentos se recopiló información donde los agricultores dictaron información veraz de los insumos de uso más frecuentes, las condiciones, los montos y períodos de compra y mediante los métodos se analizó la información para plasmar en la tesis.

Además se obtuvo información lincográfica como el INEC, IESS, Ministerio de Relaciones Laborales, GAD de Cotacachi, MAGAP, entre otras instituciones gubernamentales del país.

# **CAPÍTULO I**

## **DIAGNÓSTICO**

### **1.1 Antecedentes**

Quitumba Grande es una comunidad ubicada en la parroquia de Imantag cantón Cotacachi, cuya población es de 482 habitantes; se caracteriza por ser eminentemente agrícola, se cultiva productos como papas, maíz, arvejas, habas, tomate de árbol y riñón, cebada, trigo, hortalizas, entre otros productos.

La distancia a la ciudad de Ibarra es de 30 Km aproximadamente, la cual resulta difícil a los pobladores salir a la ciudad, debido a que no existe muchos transportes urbanos que entre a esta localidad, lo que implica que muchos tengan que pagar carros particulares para ir a adquirir los insumos agrícolas (insecticidas, fungicidas y químicos compuestos).

Sus costumbres son:

La danza tradicional: que es el San Juan que se efectúa en el mes de junio de cada año, donde todas las personas o comunidades de la Parroquia Imantag acuden a participar con su diferente folklore y presentación a fin de dar realce a la parroquia y las personas que observan su cultura.

Sus artesanías: la gran mayoría de mujeres imanteñas son indígenas y se dedican al bordado de blusas con sus diferentes diseños y modelos, para consecuentemente comercializar al por mayor en mercados grandes

y al por menor dentro de la localidad; con la finalidad de crecer y ser creativas en sus diseños.

Imantag cuentan con los siguientes servicios:

Iglesia Central, Centro de Salud Imantag, Escuela Centro Educativo Matriz Imantag, Escuela y Colegio El Milenio, además cuenta con servicios básicos como alcantarillado, energía eléctrica, agua potable teléfono e internet.

El problema más acuciante a la comunidad es la presencia de intermediarios pequeños que ofrecen productos como: fungicidas, químicos, fertilizantes agrícolas, entre otros; esto hace que las personas no puedan adquirirlos con gran facilidad, debido a que la gran mayoría de pobladores son de escasos recursos y su nivel de educación a nivel general es mínimo, por lo que muchos tienden a migrar hacia la capital del país.

Ante esta realidad es necesario, la creación de un centro de acopio que comercialice insumos agrícolas a precios accesibles, donde todos puedan adquirirlos con facilidad y por ende puedan aplicarlo en su producción y así mejorar sus productos siendo estos calidad, por consiguiente puedan vender al mercado mayorista. Para que se pueda ejecutar este estudio es necesario realizar investigaciones de campo y definir los beneficios que traería a todos.

## **1.2 Objetivos diagnósticos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades de la comercializadora de insumos agrícolas.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1. Conocer aspectos geográficos, políticos, étnicos y socioeconómicos de la comunidad de Quitumba Grande.
2. Determinar los servicios básicos con los que cuenta la comunidad de Quitumba Grande.
3. Determinar qué tipo de productos agrícolas se producen en la comunidad.

### 1.3 Matriz de relación diagnóstica

**Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO	PUBLICO META
Conocer aspectos geográficos, políticos, étnicos y socioeconómicos de la comunidad de Quitumba Grande.	Aspectos geográficos, políticos, étnicos y culturas.	Ubicación geográfica	Primaria	Ficha de observación	Comunidad de Quitumba Grande
		Población comunal	Primaria	Entrevista	Sr. Cristian Cifuentes Vicepresidente de la comunidad.
		Población cantonal y parroquial	Secundaria	Documental	INEC
		Costumbres indígenas	Primaria	Entrevista	Sr. Cristian Cifuentes Vicepresidente de la comunidad.
		Reglamento comunal	Secundaria	Documental	Presidente comunal
Determinar los servicios básicos con los que cuenta la	Servicios básicos	Cuentan con los servicios básicos.	Primaria	Entrevista Guía de observación	Vicepresidente de la comunidad Pobladores de la zona.

comunidad de Quitumba Grande.					
Determinar qué tipo de productos agrícolas se producen en la comunidad.	Producción Agrícola	Utilización de implementos de seguridad. Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos.	Primaria	Guía de observación	Productores de la zona.
		Volumen de producción Tipo de productos. Costumbres alimenticias.	Primaria	Entrevista	Vicepresidente de la comunidad.
<b>Autor:</b> Cristina Arias					
<b>Año:</b> 2014					

## **1.4 Mecánica operativa**

### **1.4.1 Identificación de la población**

La población objeto de investigación específicamente son los productores de la comunidad de Quitumba Grande, perteneciente a la parroquia Imantag del Cantón Cotacachi.

En el cantón Cotacachi según datos del INEC tiene una población de 40.036 habitantes, mientras que la Población Económicamente Activa de la parroquia Imantag entre hombres y mujeres son 1.533 habitantes. Además de sacarán datos lincográficos de la página web del INEC.

### **1.4.2 Instrumentos**

Como instrumentos para recopilar información se utilizaron; entrevista con el vicepresidente de la comunidad y fichas de observación directamente en los sectores productivos.

Además la información recopilada presenta datos relevantes, que sin duda ayudaron a dar un buen análisis acerca de la situación actual, por la que se mantienen los productores y agricultores de la comunidad.

### **1.4.3 Información primaria**

La mayoría de los productores de la comunidad se dedican a la agricultura, siendo una población total de 482 habitantes. Información obtenida de la entrevista que se aplicó al vicepresidente de la comunidad de Quitumba Grande.

Las fichas de observación se aplicaron directamente a los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande en los sectores productivos.

#### **1.4.4 Información secundaria**

De la página del INEC se bajó cifras estadísticas de los productores del Cantón Cotacachi y de la población en general del Cantón y de la parroquia donde se va a implantar el proyecto.

#### **1.5 Análisis de la información**

La entrevista fue dirigida para el presidente pero porque no se encontraba por situaciones personales, la entrevista se la hizo al vicepresidente.

Entrevista aplicada al Vicepresidente de la comunidad de Quitumba Grande Sr. Marcelo Cifuentes el día sábado 03 de mayo del 2014 a las 10:30 de la mañana.

**Entrevista:** Dirigida al Vicepresidente de la comunidad de Quitumba Grande, Marcelo Cifuentes, el día sábado 03-05-2014 a las 10:30 a.m., para conocer la población que se beneficiará del proyecto que se pretende implantar en la comunidad.

**Objetivo:** Conocer algunos aspectos para poder analizar información y concluir con el diagnóstico como parte del proyecto.

## CUESTIONARIO

### **1. ¿Cuántos habitantes son en la comunidad?**

Según el último censo planificado por los dirigentes de la comunidad que se realizó a inicios de este año son 482 habitantes

### **2. ¿Cuántas personas se dedican a la agricultura?**

De la población total un 75% se dedican a la agricultura y ganadería.

### **3. Sabe Ud., de que todos los usuarios o pobladores de la comuna poseen servicios básicos.**

Igual según el censo realizado todos los pobladores poseen por lo menos 2 servicios básicos que son el agua potable y energía eléctrica.

### **4. ¿Poseen un reglamento comunal? ¿Hace que tiempo viene funcionando?**

Si, este reglamento se dio a conocer a la población en una reunión extraordinaria efectuada en el mes de febrero, donde todos acordamos a que inicie su ejecución.

### **5. En algún artículo del reglamento comentan algo sobre la no contaminación al ambiente.**

Si, en el artículo 23 del reglamento que es derechos de los comuneros en literal a comenta que todos los usuarios deben gozar y disfrutar de los servicios pero sin afectar al medio ambiente.

### **6. Los pobladores hacen uso de esta ley y cumplen lo que está escrito.**

Si, hasta el momento y como recién se empezó a ejecutar el reglamento no ha existido contrariedades de ninguna parte.

**7. ¿Con respecto a las costumbres comunales que opina Ud.?**

Al igual, sobre tradiciones y fiestas comunales está dentro del reglamento que dice que todos los ciudadanos deben participar y gozar de las fiestas comunales.

**8. ¿Cómo ve Ud. la iniciativa de impulsar un negocio que se dedique a la prestación de servicios de venta de insumos agrícolas en la comunidad. Como son las fungicidas, insecticidas y herbicidas?**

En primer lugar me parece muy interesante ya que en este sector no existe ningún negocio parecido, además; que beneficiará a todos los pobladores y demás comunidades cercanas. Pero también está lo opuesto que es, debido al uso de estos productos se contaminará al ambiente.

Pero como opinión propia aconsejaría a que el nuevo negocio incentive a los clientes a ser más sensibles con el ambiente y contribuyan a no contaminar.

**Análisis:**

De acuerdo a la entrevista realizada se llegó a la conclusión de que un porcentaje mayor son agricultores, que se dedican a producir fréjol, maíz, frutas, tomate, entre otros productos. Y de acuerdo a la última pregunta respondió que le parece beneficioso que se cree un negocio porque ahorraría tiempo, recursos y obtendría los productos al alcance y cuando lo requieran.

Además si existe un número razonable de pobladores, quienes podrían ser los potenciales clientes para este nuevo proyecto. Finalmente por ser un proyecto y único que se implantaría en este sector, tendría

mayor acogida por los agricultores de la zona y demás comunidades cercanas, beneficiando así a cada uno de ellos, además que estará cerca al lugar de trabajo disminuyendo costos y tiempo, es lo tiene por objeto este por proyecto de factibilidad.

### 1.5.1 Ficha de observación

La Ficha de observación se aplicó a los agricultores y productores de la Comunidad de Quitumba Grande día sábado, 22 de marzo del 2014, obteniendo como resultado información pertinente para presentar un buen análisis del caso.

**Cuadro 2 Ficha de observación**

ASPECTO A OBSERVAR	CALIFICACIÓN			OBSERVACIÓN
	BUENO	REGULAR	MALO	
Cuidado del ambiente		X		
Tiempo para adquirir el producto			X	La distancia para adquirir los productos es lejos.
Uso de implementos de seguridad para trabajar		X		Muy pocos utilizan los implementos de seguridad.
Manipulación de desechos orgánicos e inorgánicos		X		Pocas son las personas que están instruidas para la manipulación de los desechos.
Sitios para comprar productos.		X		Almacenes agrícolas de la provincia.
Necesidad de crear la comercializadora.	X			Indispensable e importante la creación.

**Autor:** Cristina Arias

**Año:** 2014

## **Análisis:**

En el campo se observa que las personas que utilizan productos químicos, insecticidas, fungicidas se dedican a quemar la basura o a recoger en una funda para depositar al basurero, esto lo hacen por falta de conocimiento de normas, reglamentos, políticas ambientales y nadie los orienta para no contaminar el ambiente.

Además muchas personas que trabajan y se dedican a la agricultura, se ha visto y en muchos casos se ha conversado con las personas, que salen a Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi, Urcuquí a comprar los insumos agrícolas, lo que les dificulta continuar con las labores diarias porque se demoran como mínimo unas cuatro horas solo en ir a comprar y regresar a la casa, a más de que no existe transportes públicos para salir, lo que hacen es esperar a carros particulares a que los lleven a la ciudad o pagan carrera a un vehículo particular pero también el costo es un poco elevado. Entonces para comprar los insumos agrícolas se ve que es difícil, pierden mucho tiempo y gastan recursos.

Sin embargo Se observó en el campo que muchos agricultores no utilizan los implementos de seguridad únicamente se ponen botas de caucho y se cubren el rostro, lo que hace que puedan atraer enfermedades temporales o en muchos casos permanentes. Entonces la gran mayoría no utiliza por falta de costumbre, por incomodidad y el desinterés de la salud.

En los almacenes agrícolas muy pocos son los que instruyen en este aspecto, porque varias veces he asistido a estos lugares y nunca han comentado o mencionado sobre este tema. Entonces es falta de cultura organizacional por parte de los almacenes y centros agrícolas.

Con todas las observaciones es necesario crear un almacén agrícola en el sector de Quitumba Grande, porque así evitarían perder tiempo y recursos, obteniendo los productos al alcance, con las recomendaciones necesarias para su uso y aplicación.

De acuerdo a lo observado la mayoría de pobladores acuden a las ciudades a adquirir estos productos. La mayoría de productores recopilan los desechos para enviar al basurero o simplemente lo queman. Además no todos hacen uso de implementos de seguridad lo que podrían atraer enfermedades temporales o permanentes. También los almacenes no les instruyen a los clientes, en cómo deben manejar los desechos inorgánicos; considerando como falta de cultura organizacional. Finalmente se considera indispensable, necesario crear un almacén agrícola porque se beneficiarían todos los pobladores del sector de Quitumba Grande y comunidades aledañas.

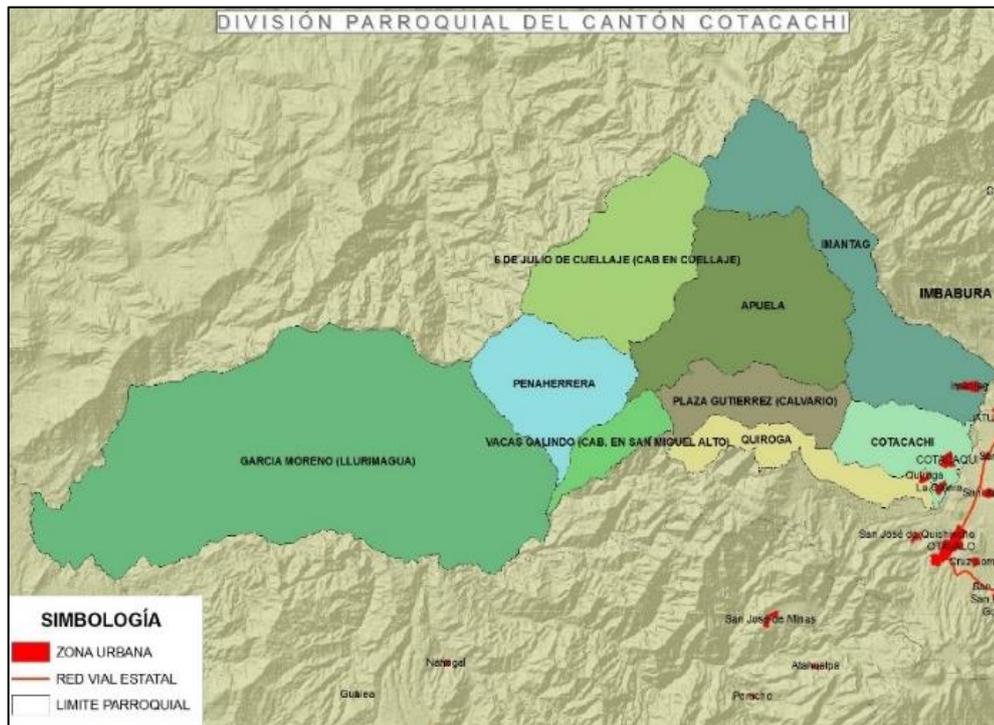
Con esta información se puede analizar a fondo de todos los aspectos que podrían ser beneficios para el proyecto, donde esta pueda sensibilizar a la gente para que hagan lo correcto y no causen daño al ambiente.

Es por ello que en base a la guía de observación aplicada, se considera que el proyecto es factible en este sector, porque hay aspectos que se consideran necesarios ser investigados y más que todo satisface la necesidad de los potenciales clientes. Mediante el instrumento utilizado se recopiló información real que se considera básica para crear la comercializadora.

## 1.5.2 Información bibliográfica

### POBLACIÓN DE COTACACHI SEGÚN CENSO 2010

Gráfico 1 División parroquial del Cantón Cotacachi



Fuente: INEC 2010

AÑO: 2014

En la imagen se puede observar que Cotacachi está dividido por nueve parroquias. Dentro de la parroquia Imantag está la comunidad de Quitumba Grande, comunidad que se beneficiará de este proyecto, además que la gran mayoría de población representa un aliado para el proyecto porque se dedican a la agricultura y serán los potenciales clientes.

## Gráfico 2 Población de Cotacachi



Fuente: INEC 2010

Año: 2014

Según el último censo el Cantón Cotacachi tiene una población de 40.036 habitantes. Además que tiene hasta el 2010 la tasa de crecimiento ha disminuido en 0.81% en comparación con los años anteriores.

## POBLACIÓN DE IMANTAG SEGÚN EDAD Y SEXO

Cuadro 3 Población de la Parroquia Imantag

AREA # 100353	IMANTAG		
	Sexo		Total
Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	
De 0 a 14 años	980	1,023	2,003
De 15 a 64 años	1,270	1,254	2,524
De 65 años y más	174	240	414
<b>Total</b>	<b>2,424</b>	<b>2,517</b>	<b>4,941</b>

Fuente: INEC 2010

Autor: Cristina Arias

Año: 2014

Según último censo (INEC, 2010) la parroquia de Imantag perteneciente al Cantón Cotacachi, tiene una población de 4941 habitantes, que entre ellos están las 9 comunidades, donde Quitumba Grande es la comunidad factible para plantear el proyecto.

En una entrevista con el vicepresidente de la comunidad de Quitumba Grande aplicada el 03 de mayo del 2014 a las 10:30 am., mencionó que según el censo realizado por la directiva de la comunidad, Quitumba posee una población total de 482 habitantes, conformado por hombres y mujeres, niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

En una última entrevista con la secretaria de la comunidad comento que 100 personas exactamente son quienes residen en Quitumba y se dedican a la agricultura, demás personas solo poseen tierras pero no viven en este sector.

Dato que se tomara en cuenta en el tercer capítulo del proyecto que es el estudio de mercado.

## 1.6 Matriz AORR

**Cuadro 4 Matriz AORR**

<b>Aliados</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Insumos agrícolas al alcance de los agricultores.</li> <li>▪ Precios de insumos accesibles para los productores.</li> <li>▪ Insumos agrícolas garantizados.</li> <li>▪ Buena atención al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alianzas estratégicas con comercializadoras grandes.</li> <li>▪ Asociación con instituciones para dar confianza.</li> <li>▪ Insumos agrícolas garantizados.</li> <li>▪ Capacidad instalada.</li> <li>▪ Cuenta con terreno propio.</li> </ul>

<p>potencial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gran variedad de Oferta de insumos.</li> <li>▪ La comercializadora posee personal competente.</li> <li>▪ Implementación de materiales y equipos.</li> </ul>	
<b>Oponentes</b>	<b>Riesgos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Propietarios de almacenes similares.</li> <li>▪ Ambientalistas.</li> <li>▪ Ministerio de Ambiente</li> <li>▪ Población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inflación.</li> <li>▪ Cambios en la política del gobierno actual.</li> <li>▪ Falta de recursos económicos.</li> <li>▪ Normas ambientales</li> </ul>

**Autor:** Cristina Arias

**Año:** 2014

## **Análisis**

### **Aliados:**

En la matriz indica que los insumos estarán al alcance de los clientes y cuando ellos lo requieran, ofreciendo calidad y variedad de insumos agrícolas y excelente servicio a los potenciales clientes, a decir que la demanda aumentaría debido que la comercializadora será única en el lugar además de ofrecer productos de necesidad para los agricultores de la comunidad.

Además contratara personal altamente capacitado e implementará todo lo necesario para que el cliente fidelice el lugar. En la actualidad no existe ningún tipo de negocio similar por el sector, el negocio más cercano

esta como a 10 km, por lo que la mayoría de demandantes acuden a la ciudad de Ibarra, esto también tiene que ver con los precios porque mencionaron en la investigación que los precios de los almacenes cercanos son un poco elevados; entonces los agricultores acuden a la ciudad a adquirir por la variedad de insumos, calidad, precios y más que todo pueden comprar en cantidad para que les sea más conveniente.

### **Oportunidad:**

Se efectuarán alianzas estratégicas con los almacenes agrícolas más conocidos de la provincia de Imbabura, para así, ganar a la competencia, además se pretende que todos los insumos sean garantizados y de calidad. Existe la factibilidad de crear la comercializadora debido a que se cuenta con terreno propio y la capacidad instalada será el apropiado para el talento humano.

### **Oponentes:**

Existe la probabilidad de que puedan crearse más negocios similares que se dediquen a la misma actividad, entonces si ocurriera se pretende que este negocio trabaje conjuntamente con los agricultores garantizando calidad y confianza para que prefieran lo nuestro, además si se presentan normas ambientales en contra del negocio, se tratará de cumplir todo lo indispensable en cuanto a lo legal.

### **Riesgos:**

Existe un riesgo probable que puede afectar bastante la economía del agricultor que es la inflación, esto depende de la economía del país y el

manejo de aspectos políticos del gobierno actual, pero se pretende cumplir todos los aspectos legales de esta constitución para no tener situaciones negativas con el nuevo proyecto.

### **1.7 Determinación de la oportunidad de inversión**

Mediante la Matriz AOOD se llega a la conclusión de que el proyecto es factible porque como fortaleza es que se tiene a los agricultores y población en general, lo que hace que ellos son los beneficiarios directos del proyecto y ayuda al desarrollo de la población en general, además que se ofertara gran variedad de insumos, precios accesibles y excelente servicio.

Por lo tanto se considera que el proyecto es factible porque a más de la necesidad satisface a todos los pobladores, porque encontrarían los productos en el tiempo preciso y cuando lo requieran. Además con el proyecto se pretende dar solución a la gran necesidad que tienen los pobladores de la comunidad de Quitumba Grande y demás comunidades cercanas que es la venta de insumos agrícolas para la aplicación en los cultivos.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Objetivo

#### 2.1.1 Objetivo General

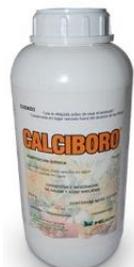
Conocer las bases teóricas que servirán para la realización del proyecto.

### 2.2 Productos

**Definiciones:**

#### AGROQUÍMICOS-INSECTICIDAS

**\* CALCIBORO (CORRECTOR E INTEGRADOR DE CALCIO Y BORO QUELATOS).**



**Calciboro** es un fertilizante completamente soluble en agua, compuesto de Calcio y Boro recomendado para la nutrición foliar y para fertirrigación orientado a corregir las deficiencias por carencia de estos elementos en las plantas.

**Calciboro** aplicado en los cultivos previene las deficiencias de calcio y boro en las diferentes etapas fenológicas de la planta como son: vegetativa o crecimiento, floración y fructificación.

## **COMPOSICIÓN**

Óxido de Calcio (CaO) soluble en agua.....11 %p/v

Boro (B) soluble en agua..... 2 %p/v

## **COMPATIBILIDAD**

**Calciboro** no debe ser mezclado con aceites minerales o productos que contengan azufre, polisulfuros.

## **PRESENTACIONES**

- Envase de 250 cc.
- Envase de 500 cc.
- Envase de 1 litro.
- Tambor de 210 litros.

## **RECOMENDACIONES:**

El producto es estable a temperaturas comprendidas entre +5° C y +35° C. Almacenar el producto en lugar ventilado, fresco y seco, lejos de fuentes de calor, protegido de los rayos solares directos y fuera del alcance de niños y animales.

## **PRINCIPALES FUNCIONES DE CADA NUTRIENTE:**

**Principales funciones que desempeña cada nutriente de Calciboro dentro del metabolismo vegetal.**

### **Calcio:**

El calcio es un elemento inmóvil, que interviene en los procesos de división celular, respiración, transpiración, metabolismo del nitrógeno, reproducción celular, es parte esencial en la activación de la elongación celular, e interviene en la creación de membranas. Provee de energía a las células y regula el flujo de nutrientes hacia ellas.

Cumple funciones claves dentro de la planta estimulando el desarrollo de raíces y de hojas, fortalece la estructura de la planta al formar compuestos que son parte de las paredes celulares.

El calcio, además ayuda como desintoxicante al neutralizar los ácidos orgánicos que se forman en las plantas, es un activador enzimático en el metabolismo vegetal, influye sobre el balance hídrico de las plantas. Consolida la masa vegetal dándole una mayor consistencia a la pulpa del fruto.

### **Boro:**

El boro es un elemento que se absorbe de manera fácil a través de las hojas y raíces pero su desplazamiento interior es lento.

El boro, además de tener una acción de sinergismo con el calcio, es un componente esencial en la división celular, en la formación de raíces,

floración y fructificación. También es necesario para la síntesis de proteínas.

Es esencial para la fertilidad de los granos de polen, el crecimiento del tubo polínico y un mejor cuajado de frutos, favorece a una mayor concentración de azúcares y grasas en los órganos de reserva ya que aumenta la permeabilidad de las membranas y facilita el transporte de carbohidratos.

El boro es un elemento que favorece la formación y desarrollo más rápido de las yemas. Es un componente básico de las paredes celulares y regula la relación potasio–calcio en las plantas.

#### **EFICACIA:**

Calciboro previene las carencias nutritivas de calcio y boro de las plantas en los momentos de crecimiento, floración, cuaje y maduración de los frutos

#### **INSTRUCCIONES DE USO**

**Cultivo:** Banano, Cacao, Mango, Cítricos, Café, Maracuyá

**Recomendaciones:** Realizar máximo 6 aplicaciones entre el inicio de la floración y fructificación, para asegurar un mejor amarre y ganar peso en el fruto. Usar la dosis alta con síntomas fuertes de deficiencias.

**Cultivo:** Frutales: Manzano, Pera, Uva, etc.

**Recomendaciones:** Realizar de 3 a 5 aplicaciones entre inicio de floración y llenado de frutos con frecuencia de 15 días.

**Cultivo:** Tomate, Pimiento, Berenjena, Melón, Sandía y Pepino

**Recomendaciones:** Realizar 2 aplicaciones cada 15 días entre crecimiento y floración. Durante el desarrollo de frutos realizar de 2 o 3 aplicaciones para mejorar la consistencia y vida post-cosecha.

**Cultivo:** Ajo y Cebolla

**Recomendaciones:** Realizar 2 aplicaciones cada 15 días desde el inicio de la formación del bulbo.

**Cultivo:** Arveja, Haba, Fréjol, Maní y Soya.

**Recomendaciones:** Realizar hasta tres aplicaciones durante la etapa de floración, llenado de vaina y los últimos 15 días después.

**Cultivo:** Hortalizas: Col, Coliflor, Brócoli, Zanahoria, Lechuga, Apio, etc.

**Recomendaciones:** Es importante su aplicación en este tipo de cultivos durante el período vegetativo cuando las plantas tienen entre 4 a 5 hojas. Realizar hasta 3 aplicaciones con frecuencia de 15 días.

**Cultivo:** Rosas y Ornamentales

**Recomendaciones:** En rosas realizar una aplicación mensual o según necesidad del cultivo en dosis de 2.0 a 4.0 cm<sup>3</sup> por litro de agua. En ornamentales realizar aplicaciones cada 15 días durante el ciclo del cultivo en dosis de 2.0 a 4.0 cm<sup>3</sup> por litro de agua.

**Cultivo:** Piña

**Recomendaciones:** Realizar las aplicaciones durante la etapa vegetativa del cultivo hasta antes de la inducción floral. Máximo 6 aplicaciones.

### **Efecto sobre el cultivo**

Induce a una mejor floración y amarre de frutos. Asegura una mayor consistencia de tejidos y de la pulpa, así como una mayor concentración de azúcares mejorando su post-cosecha y comercialización.

### **\*ALPHACOR 100 CE**



**Alphacor® 100 CE**, es un insecticida piretroide que posee una notable acción de contacto e ingestión sobre larvas de lepidópteros y además tiene una apreciable acción ovicida y de repelencia a adultos, manteniendo un prolongado efecto residual.

**Alphacor 100 CE**, puede ser utilizado dentro de un programa de manejo integrado de control en varios cultivos y de sus respectivas plagas.

### **Principales funciones de cada nutriente:**

#### **Ventajas:**

- No presenta efectos fitotóxicos a los cultivos.
- Es compatible con propaniles en arroz.
- Es eficaz para el control de todo tipo de plaga, en un gran número de cultivos.
- No es tóxico para las aves.

- Resistente al lavado, debido a su baja solubilidad en agua y capacidad de adherencia a las ceras de las hojas.
- Estable a diferentes rangos de pH, no se descompone en condiciones de pH neutro o ácido, se hidroliza en condiciones alcalinas.
- Prolonga acción residual, aún con dosis bajas.
- Mínimo impacto ambiental por la baja concentración del producto.

## **COMPATIBILIDAD**

**Alphacor 100 CE** es compatible con la mayoría de plaguicidas de uso agrícola. Es compatible con propaniles en arroz. Deben evitarse mezclas con productos de reacción alcalina y fertilizantes foliares a base de calcio, magnesio y potasio.

## **Presentaciones**

- Envase de 100 cc.
- Envase de 250 cc.
- Envase de 500 cc.
- Envase de 1 litro.
- Tambor 200 litros.

## **MODO DE EMPLEO**

**Recomendaciones:** El producto es estable a temperaturas comprendidas entre +5° C y +35° C. Almacenar el producto en lugar ventilado, fresco y seco, lejos de fuentes de calor, protegido de los rayos solares directos y fuera del alcance de niños y animales.

## **EFICACIA:**

**Calciboro** previene las carencias nutritivas de calcio y boro de las plantas en los momentos de crecimiento, floración, cuaje y maduración de los frutos.

Es esencial en los procesos de floración y cuajado de frutos, favorece a una mayor concentración de azúcares y grasas en los órganos de reserva. Asegura una notable acción para consolidar la masa vegetal dándole una mayor consistencia a la pulpa del fruto, permite una mejor conservación post-cosecha, por lo tanto influye en el rendimiento cuantitativo y cualitativo de las plantas.

## **MODO DE EMPLEO**

Los mejores resultados se logran cuando se lo usa antes de que las poblaciones de insectos alcancen los más altos niveles de infestación. Las aplicaciones deben realizarse con la presencia de la plaga, debido a que **Alphacor® 100 CE** no es sistémico ni de acción translaminar.

Se puede aplicar ya sea por vía aérea o terrestre, procurando una buena cobertura, especialmente cuando las plagas se encuentran en la mitad inferior de las plantas. Para aplicaciones aéreas se recomienda usar de 30 - 50 litros de agua/ha y en las aplicaciones terrestres volúmenes que van de 300 a 500 litros de agua.

## **INSTRUCCIONES DE USO**

**Cultivo:** Banano, Cacao, Mango, Cítricos, Café, Maracuyá

**Recomendaciones:** Realizar máximo 6 aplicaciones entre el inicio de la floración y fructificación, para asegurar un mejor amarre y ganar peso en el fruto. Usar la dosis alta con síntomas fuertes de deficiencias.

**Cultivos frutales:** Manzano, Pera, Uva, etc.

**Recomendaciones:** Realizar de 3 a 5 aplicaciones entre inicio de floración y llenado de frutos con frecuencia de 15 días.

**Cultivo:** Tomate, Pimiento, Berenjena, Melón, Sandía y Pepino

**Recomendaciones:** Realizar 2 aplicaciones cada 15 días entre crecimiento y floración. Durante el desarrollo de frutos realizar de 2 o 3 aplicaciones para mejorar la consistencia y vida post-cosecha.

**Cultivo:** Ajo y Cebolla

**Recomendaciones:** Realizar 2 aplicaciones cada 15 días desde el inicio de la formación del bulbo.

**Cultivo:** Arveja, Haba, Fréjol, Maní y Soya.

**Recomendaciones:** Realizar hasta tres aplicaciones durante la etapa de floración, llenado de vaina y los últimos 15 días después.

**Cultivo de Hortalizas:** Col, Coliflor, Brócoli, Zanahoria, Lechuga, Apio, etc.

**Recomendaciones:** Es importante su aplicación en este tipo de cultivos durante el período vegetativo cuando las plantas tienen entre 4 a 5 hojas. Realizar hasta 3 aplicaciones con frecuencia de 15 días.

**Cultivo:** Rosas y Ornamentales

**Recomendaciones:** En rosas realizar una aplicación mensual o según necesidad del cultivo en dosis de 2.0 a 4.0 cm<sup>3</sup> por litro de agua. En ornamentales realizar aplicaciones cada 15 días durante el ciclo del cultivo en dosis de 2.0 a 4.0 cm<sup>3</sup> por litro de agua.

**Cultivo:** Piña

**Recomendaciones:** Realizar las aplicaciones durante la etapa vegetativa del cultivo hasta antes de la inducción floral. Máximo 6 aplicaciones.

#### **Efecto sobre el cultivo**

Induce a una mejor floración y amarre de frutos. Asegura una mayor consistencia de los tejidos y de la pulpa de los frutos, así como a una mayor concentración de azúcares mejorando su post-cosecha y comercialización

#### **\*CARBOFURAN 4F**



**Carbofuran 4F** es un insecticida en suspensión que actúa por contacto y por vía sistémica dentro de las plantas. Protege los cultivos ampliamente, ya que abarca la gran mayoría de plagas de mayor importancia económica.

Inicialmente **Carbofuran 4F** actúa por contacto, para luego ser absorbido por las raíces de las plantas, protegiéndolas eficazmente contra las plagas foliares. Se lo aplica al suelo incorporándolo.

**MECANISMO: Carbofuran 4F** controla las plagas interfiriendo con el funcionamiento del sistema nervioso. Inhibe la acción de la enzima acetilcolinesterasa, la cual regula los impulsos nerviosos de los músculos y glándulas. Al inhibirse la enzima los músculos y glándulas de los insectos permanecen estimulados y estos no pueden relajarse. El insecto continúa en un constante estado de agitación hasta que le provoca la muerte.

**Modo de acción:** A más de la acción sistémica que posee el producto. Carbofuran 4F controla insectos y nemátodos de varias maneras:

- Actúa por contacto sobre insectos comedores de follaje y algunos nemátodos que habitan en el suelo.
- Tiene efecto de repelencia contra determinados nemátodos que viven en el suelo.
- Envenena por ingestión a insectos que se alimentan del follaje y de las raíces.

**Preparación de la mezcla:** El Carbofuran 4F es un producto en suspensión que no requiere de una preparación especial en el momento de la aplicación.

**Presentaciones:**

- Envase de 100 cc.
- Envase de 250 cc.
- Envase de 500 cc.
- Envase de 1 litro.
- Tambor de 200 litros.

## RECOMENDACIONES DE USO

**Cultivo:** Papa

**Plagas:** Gusano blanco, Nemátodo dorado

**Dosis l/ha:** 2.0 5.8 – 6.0

**Aplicación:** A la siembra, germinación y aporque.

**Cultivo:** Arroz

**Plagas:** Novia del arroz, Barrenadores

**Dosis l/ha:** 1.5 2.0

**Aplicación:** A los 14 – 21 días.

**Cultivo:** Hortalizas

**Plagas:** Nemátodo agallador

**Dosis l/ha:** 6.0

**Aplicación:** Aplicado a la siembra.

\*En el cultivo de la papa, para el control de gusano blanco usar 2.0 l/ha en cada aplicación y para el control de nemátodos usar la dosis completa al momento de la siembra.

## **PRECAUCIONES Y ADVERTENCIAS DE USO**

- Este producto es venenoso si se inhala, si se ingiere o se absorbe por la piel. Use equipo de protección adecuado (botas, guantes, máscara, ropa de mangas largas, delantal, etc.).
- Evite el contacto con la piel, los ojos y la ropa. Lavéese muy bien con abundante agua y jabón antes de comer, beber o fumar, cambiéese de ropa una vez terminada la jornada de trabajo. Lávela antes de volverla a usar.
- Durante la aplicación no comer, beber o fumar.
- Si el producto cae en los ojos, lávelos con agua limpia y corriente por lo menos durante 15 minutos.
- Si se contamina cualquier parte del cuerpo, lávese inmediatamente la parte afectada.
- Aplique el producto a favor del viento, no inhale los vapores de la aspersión, use equipos en buen estado. Mantenga el producto alejado de los niños.
- No destape boquillas con la boca siempre use guantes para sus labores.

**Fuente:** Vademécum agrícola 2014

**Año:** 2014

### **2.3 Definición de servicio**

Según (Thompson, 2007); Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de

una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

## **2.4 Aspectos legales**

### **2.4.1 Obligaciones tributarias**

Según él (SRI, 2014) publica el código tributario donde mencionan:

**Art. 15.- Concepto.-** Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

**Art. 24.- Sujeto pasivo.-** Es la persona natural o jurídica que, según la ley, está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como contribuyente o como responsable.

**Art. 25.- Contribuyente.-** Contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas.

**Art. 26.- Responsable.-** Responsable es la persona que sin tener el carácter de contribuyente debe, por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a éste.

Toda obligación tributaria es solidaria entre el contribuyente y el responsable, quedando a salvo el derecho de éste de repetir lo pagado en

contra del contribuyente, ante la justicia ordinaria y en juicio verbal sumario.

**Art. 59.- Domicilio de las personas naturales.-** Para todos los efectos tributarios, se tendrá como domicilio de las personas naturales, el lugar de su residencia habitual o donde ejerzan sus actividades económicas; aquel donde se encuentren sus bienes, o se produzca el hecho generador.

## **DEBERES FORMALES DEL CONTRIBUYENTE O RESPONSABLE**

**Art. 96.- Deberes formales.-** Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;

c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,

e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.
4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente.

#### **2.4.2 Situación legal**

Según la publicación del (IEES, 2013) en el portal menciona que empleador es aquel que crea uno o varios puestos de trabajo y los ofrece con el fin de que sean ocupados por trabajadores bajo su mando, y a través de un contrato de trabajo. Está obligado a registrar o registrarlos en el IESS desde el primer día de trabajo.

La Constitución de la República del Ecuador en su Art. 34 y el Código del Trabajo en su Art. 4 determinan que los derechos de los trabajadores a la Seguridad Social son irrenunciables. La Ley de Seguridad Social establece que deben afiliarse al Seguro General Obligatorio, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella.

Según la publicación del (Ministerio de Trabajo y Empleo, 2005)

**Art. 10.- Concepto de empleador.-** La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

**Art. 15.- Contrato a prueba.-** En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por

primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes.

**Art. 42.- Obligaciones del empleador.-** Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;
5. Establecer escuelas elementales en beneficio de los hijos de los trabajadores, cuando se trate de centros permanentes de trabajo ubicados a más de dos kilómetros de distancia de las poblaciones y siempre que la población escolar sea por lo menos de veinte niños, sin perjuicio de las obligaciones empresariales con relación a los trabajadores analfabetos;
6. Si se trata de fábricas u otras empresas que tuvieran diez o más trabajadores, establecer almacenes de artículos de primera necesidad para suministrarlos a precios de costo a ellos y a sus familias, en la cantidad necesaria para su subsistencia. Las empresas cumplirán esta obligación directamente mediante el establecimiento de su propio

comisariato o mediante la contratación de este servicio conjuntamente con otras empresas o con terceros.

El valor de dichos artículos le será descontado al trabajador al tiempo de pagársele su remuneración.

Los empresarios que no dieren cumplimiento a esta obligación serán sancionados con multa de 4 a 20 dólares de los Estados Unidos de América diarios, tomando en consideración la capacidad económica de la empresa y el número de trabajadores afectados, sanción que subsistirá hasta que se cumpla la obligación;

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;

8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

9. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones;

10. Respetar las asociaciones de trabajadores;

11. Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a que pertenezcan, siempre que ésta dé aviso al empleador con la oportunidad debida.

Los trabajadores comisionados gozarán de licencia por el tiempo necesario y volverán al puesto que ocupaban conservando todos los derechos derivados de sus respectivos contratos; pero no ganarán la remuneración correspondiente al tiempo perdido;

12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;

13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;

14. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

Cuando el trabajador se separare definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:

a) El tiempo de servicio; b) La clase o clases de trabajo; y, c) Los salarios o sueldos percibidos;

**Art. 44.- Prohibiciones al empleador.-** Prohíbese al empleador:

a) Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado;

b) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;

c) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;

d) Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;

e) Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;

f) Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a que vote por determinada candidatura;

g) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;

h) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;

i) Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;

j) Inferir o conculcar el derecho al libre desenvolvimiento de las actividades estrictamente sindicales de la respectiva organización de trabajadores;

k) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren; y,

l) Recibir en trabajos o empleos a ciudadanos remisos que no hayan arreglado su situación militar. El empleador que violare esta prohibición, será sancionado con multa que se impondrá de conformidad con lo previsto en la Ley de Servicio Militar Obligatorio, en cada caso.

**Art. 45.- Obligaciones del trabajador.-** Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código.

**Art. 46.- Prohibiciones al trabajador.-** Es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;
- b) Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- h) Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga; e,
- i) Abandonar el trabajo sin causa legal.

#### **2.4.3 Requisitos legales de constitución y funcionamiento de la empresa**

Este negocio estará conformado por los principales directivos que estarán a cargo y serán los responsables del funcionamiento de la misma, por ser una comercializadora de insumos agrícolas pero maneja todos los de ley al igual que una empresa, es por ello que a continuación detalla los requisitos legales para constituir una empresa.

- **Nombre de la Empresa.-** Se debe seleccionar el nombre de la empresa de forma adecuada que se relacione y sea compatible con el producto y/o servicio que se va a ofrecer; este deberá ser original,

descriptivo, llamativo, visible, positivo y agradable para lograr transmitir una idea clara de lo que se pretende vender a los clientes.

- **Minuta de Constitución.-** La elaboración de la Minuta es redactada por un Abogado, en la que consta los datos de los socios que conforman la empresa, el aporte que hacen cada uno de ellos, se describe la finalidad de la empresa, se elaboran los estatutos, se designan los representantes y el tiempo de duración de los cargos, se define los aspectos legales que tendrá dentro de la empresa.
- **Escritura Pública.-** Es el documento público que se hace constar ante un Notario Público los actos y contratos de las partes sobre la declaración de voluntad de la realización de la empresa, autorizado por un fedatario público quien dará fe de la capacidad jurídica de los otorgantes, el contenido del mismo y la fecha en que se realizó; documento que estará redactado de acuerdo a las leyes pertinentes.
- **Afiliación a las Cámaras.-** La afiliación a las Cámaras la realizan los empresarios sean estos personas naturales o jurídicas, que desarrollan cualquier actividad productiva, servicio, comercio, etc., solicitando voluntariamente su afiliación para obtener servicios preferentes.
- **Patente Municipal.-** La patente Municipal es la inscripción de un negocio en los registros de la Municipalidad, deben obtener la patente todas las personas naturales o jurídicas que deseen iniciar una actividad comercial, empresarial, industrial, etc.
- **Registro Mercantil.-** Las empresas tienen como obligación de comunicar una serie de información que se considera esencial para el tráfico jurídico, y el Registro Mercantil permite la publicidad de dicha información para mayor seguridad jurídica y económica.

- **Obtención del RUC.-** El Registro Único de Contribuyentes es el padrón tributario al que deben inscribirse todas las personas naturales o jurídicas que ejercen algún tipo de actividad económica, instituciones públicas, organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades naturales o extranjeras; documento que se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas.
  
- **Obtener Permisos de Funcionamiento.-** Se deben tener los permisos respectivos para el funcionamiento de la empresa, tales como: El Permiso de Funcionamiento que lo emite el Cuerpo de Bomberos a todos los locales enmarcados dentro de su actividad; y el Permiso Sanitario de Funcionamiento que es otorgado por el Ministerio de Salud a través de sus respectivas direcciones provinciales.
  
- **Inscripción al IESS.-** La Empresa deberá inscribirse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social como empleador, para garantizar los derechos de los trabajadores a la seguridad social, ya que estos son irrenunciables de acuerdo al Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y el Art. 4 del Código de Trabajo.

#### **2.4.4 Aspectos Contables**

“La Contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable” (Bravo, 2009, pág. 1)

La situación contable de una empresa debe ser clara, concisa, entendible, confiable, que permita el análisis oportuno de los Estados Financieros, para la toma de decisiones en su momento dado. Los

Estados Financieros comprende: Balance General, Estado de Ganancias y Pérdidas, Estado de Cambios en el Patrimonio Neto, Estado de Flujo de Efectivo, notas, otros estados y material explicativo, que se identifica como parte de los estados financieros.

**Balance General:** muestra la situación financiera de la empresa en su conjunto en lo que se refiere a los activos, pasivos y patrimonio en una fecha determinada.

**Estado de Pérdidas y Ganancias:** refleja la situación operacional de la empresa en lo que se refiere a los movimientos de ingresos y egresos reflejando la utilidad o pérdida del ejercicio económico.

**Estado de Flujo del Efectivo:** refleja todos los movimientos relacionados con entradas, salidas del efectivo y sus equivalentes de efectivo en una fecha determinada, estos datos nos ayudan para determinar el VAN si es positivo o negativo.

**Estado de Situación Patrimonial:** refleja los cambios realizados en el Patrimonio de la Empresa tanto positivamente como negativamente.

## **2.5 Aspectos técnicos-términos**

### **2.5.1 La pequeña empresa**

"Una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones,

realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad." (Thompson, 2007)

### **2.5.2 Empresa de servicio**

"Empresa de servicio es aquella que se dedica a prestar servicios a la comunidad." (Anzola, 2010, pág. 19)

### **2.3.1. Empresas Comerciales**

<http://www.monografias.com/trabajos26/tipos-empresas/tipos-empresas.shtml>, "las empresas comerciales se dedican o realizan el comercio, y su función principal es la compra-venta de productos terminados en la cual interfieren dos intermediarios que son el productor y el consumidor." (Larrondo, 2005)

### **2.6 Estudio de mercado**

#### **Definición:**

El estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y demanda puede obtenerse de fuentes de información secundaria en algunos productos pero es recomendable la investigación de fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de datos. (Baca, 2008)

### **2.6.1 Definición de Oferta:**

“La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”  
(Baca, 2008, pág. 43)

### **2.6.2 Definición de demanda:**

La demanda representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson, 2007)

## **2.7 Estudio técnico**

### **2.7.1 Definición:**

El estudio Técnico puede subdividirse en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo. (Baca, 2008)

### **2.7.2 Tamaño de proyecto**

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. (Baca, 2008)

En otras aplicaciones puede definirse por indicadores indirectos como el monto de su inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía.

### **2.7.3 Localización del proyecto**

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado), u obtener el costo mínimo (criterio social). El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta. (Baca, 2008)

### **2.7.4 Ingeniería del proyecto**

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. (Baca, 2008)

### **2.7.5 Análisis administrativo**

El análisis administrativo en algunos de los aspectos no se analiza con profundidad, son el organizativo, el administrativo y el legal. Esto, se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza, merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. (evaluación de proyectos apuntes.blog spot.com, 2009)

## **2.8 Estudio financiero**

### **2.8.1 Definición:**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, Estudio Financiero, 2012)

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad.

## **2.9 Estructura organizacional**

### **2.9.1 Definición:**

Según la publicación de (Abaud, 2011): La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

También se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por Función, por producto/mercado o en forma de matriz.



## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Objetivos**

##### **3.1.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado que analice la oferta y determine la demanda de los productos y servicio que ofrece el proyecto.

##### **3.1.2 Objetivos específicos**

- Determinar la oferta de productos químicos en el sector de Quitumba grande.
- Determinar la demanda potencial de la comercializadora de insumos agrícolas.
- Determinar el grado de aceptación de la comercializadora en Quitumba Grande.

#### **3.2 Presentación de los productos y servicio**

El almacén o comercializadora agrícola ofertará insumos agrícolas como insecticidas, fungicidas, herbicidas y fertilizantes foliares, todo esto como productos químicos que ofertará a los potenciales clientes de la comunidad de Quitumba.

A pesar de que este proyecto será el único en este sector ofertara variedad de insumos, todo en beneficio de los productores. Por otro lado el principal servicio que oferta la comercializadora es la venta y distribución de insumos agrícolas, a los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande; por lo tanto significa y como será única en este sector, brindará un servicio de calidad, proveerá los insumos necesarios y brindará buen trato a los potenciales clientes.

A continuación se determinará los potenciales clientes que serán los agricultores que se hará mediante el cálculo de la muestra, que servirá para determinar a los potenciales clientes.

### **3.3 El mercado**

El mercado se determina entre la oferta y demanda de un producto y/o servicio, en este caso la oferta está determinada por el número de almacenes agrícolas a los cuales acuden los clientes a adquirir los insumos, el lugar al cual acuden se determina a Ibarra por ser más grande ciudad de la provincia y porque cuenta con un número elevado de comercializadoras que ofertan los insumos.

Y en cuanto a la demanda son todos los agricultores que poseen tierras y producen gran variedad de productos agrícolas y son todos los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande y comunidades cercanas.

### 3.4 Matriz de mercado

**Cuadro 5 Matriz de mercado**

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Fuente	Instrumento	Público meta
Determinar la oferta de productos químicos en el sector de Quitumba grande.	Oferta	Nivel de oferta	Primaria	Entrevista	Dueños de almacenes agrícolas.
		Calidad de productos	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Capacidad de abastecimiento de insumos	Primaria	Encuesta	Agricultores.
				Entrevista	Dueños de almacenes agrícolas.
		Satisfacción de clientes	Primaria	Encuesta	Agricultores.
		Frecuencia de compra en almacenes agrícolas	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Formas de pago	Primaria	Encuesta	Agricultores
Determinar la demanda	Demanda	Diversificación de	Primaria	Encuesta	Agricultores

potencial de la comercializadora de insumos agrícolas.		insumos			
		Presupuestos	Primaria	Encuesta	Agricultores
Determinar el grado de aceptación de la comercializadora en Quitumba Grande.	Comercialización	Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	Agricultores
		Servicios adicionales	Primaria	Encuesta	Agricultores
<p><b>Autor:</b> Cristina Arias  <b>Año:</b> 2014</p>					

### 3.5 Mecánica operativa

#### 3.5.1 Identificación de la población

La población objetivo de investigación y para el cálculo de la muestra se consideró al número de agricultores de Quitumba Grande que son una población de 100 productores en su totalidad. Porque la población económicamente activa son 482 pobladores datos recopilados de una entrevista con el Sr. Vicepresidente de la comunidad, pero únicamente se considera al sector agrícola que son los 100 agricultores.

#### 3.5.2 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra de la población a investigar se determina la siguiente fórmula y en base a estos datos a continuación se hace el cálculo:

#### FÓRMULA:

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{e^2 (N - 1) + z^2 \delta^2}$$

#### En donde,

n= número de encuestas a levantar.

N= población a investigar.

Z= nivel de confianza, sugerencia trabajar al 95% (1,96).

$\delta^2$ = Varianza

e= error, se sugiere 5%, error y confianza deben cuadrar

(N-1)= correcciones para mayores de treinta

Muestra= n/N % distribución de frecuencia

**Cálculo:**

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{e^2(N - 1) + z^2 \delta^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 * (0,50^2) * 100}{0,05^2(100 - 1) + 1,96^2 * (0,50^2)}$$
$$n = 79,51$$
$$n = \mathbf{80 \textit{ Agricultores}}$$

El número de encuestas a aplicar son a 80 agricultores de la comunidad de Quitumba Grande.

### **3.5.3 Técnicas e instrumentos**

La información para el desarrollo del presente proyecto productivo se ha recopilado en base a las técnicas de investigación de campo, que a continuación se describe cada una de las técnicas aplicadas.

#### **3.5.3.1 Información primaria**

**ENTREVISTA:** las entrevistas se las aplicó a los dueños de almacenes agrícolas de la ciudad de Ibarra porque la gran mayoría de agricultores de la comunidad acuden a esta ciudad para adquirir los insumos agrícolas. Luego de haber realizado las encuestas se considera de acuerdo a la pregunta N° 6 de la encuesta tomar en cuenta al almacén que frecuentan más, es por ello que en primer lugar se considera al Almacén Agrícola San Blas dirigido por el Propietario administrador, Almacén Campo Fértil dirigido por el Sr. Remigio Flores, Centro Agrícola Urcuquí dirigido por el Sr. Juan Carlos Saltos y Centro Agrícola Imantag dirigido por el Sra. Laura Salazar

**ENCUESTAS:** Las encuestas se las aplicaron a productores o agricultores de la comunidad de Quitumba Grande que se dedican a la producción de leguminosas, legumbres, hortalizas y árboles frutales.

### **3.5.3.2 Información secundaria**

En cuanto a información secundaria se ha tomado datos de varias fuentes como libros, tesis, internet, Lincografía de entidades públicas y empresas privadas, entre otros; todos estos instrumentos son de gran ayuda para el desarrollo del proyecto.

### **3.5.4 Tabulación y análisis de la información**

#### **3.5.4.1 Encuesta aplicada a los agricultores de la Comunidad de Quitumba Grande.**

Encuesta aplicada a los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande siendo este un total de 100 productores por ser una comunidad rural del Cantón Cotacachi, que a través de la fórmula de la muestra dio un total de 80 encuestas, a continuación se indica los análisis respectivos.

## ENCUESTA

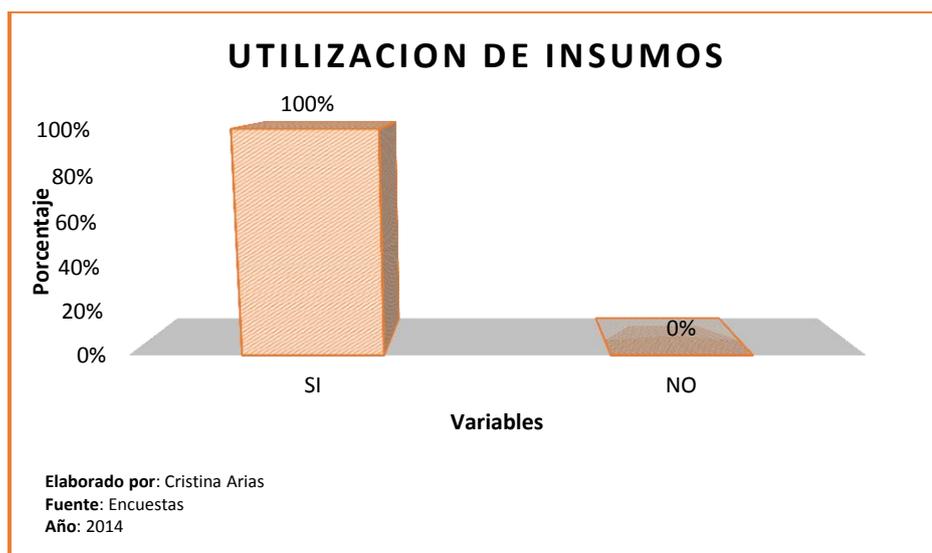
**Indicador:** Diversificación de insumos

**Pregunta N° 1:** ¿Qué tipo de productos utiliza Ud.?

**Cuadro 6 Pregunta 1**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
SI	80	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 3 Tipo de productos**



### Descripción e interpretación de datos

El total de encuestados respondieron que los insumos que utilizan son fungicidas, herbicidas, insecticidas y fertilizantes foliares y bioestimulantes, esto porque debido a los cambios climáticos y temporadas de cultivos, todos se ven obligados a adquirir todo tipo de insumos; para así evitar enfermedades agrícolas y tener una buena producción.

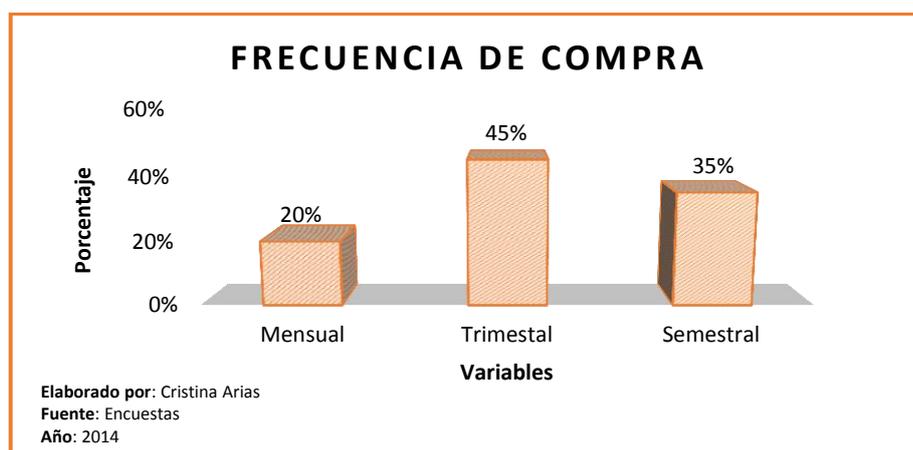
**Indicador:** Frecuencia de compra en almacenes agrícolas

**Pregunta N° 2:** ¿Con qué frecuencia realiza la compra de insumos agrícolas?

**Cuadro 7 Pregunta 2**

Variables	frecuencia	porcentaje
Mensual	16	20%
Trimestral	36	45%
Semestral	28	35%
<b>total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 4 Frecuencia de Compra**



### **Descripción e interpretación de datos**

Casi la mitad de encuestados acuden trimestralmente a adquirir los insumos agrícolas, porque los cultivos se producen más o menos cada trimestre, más de la cuarta parte acuden semestralmente a adquirir los insumos, esto debido a que los cambios climáticos presentan varias enfermedades que requieren ser tratadas, y menos de la cuarta parte acuden a comprar los insumos mensualmente por la misma porque existen enfermedades que muchas veces son contaminadas por los demás cultivos, y por ende requieren utilizar estos productos para evitar más daño a los productos agrícolas.

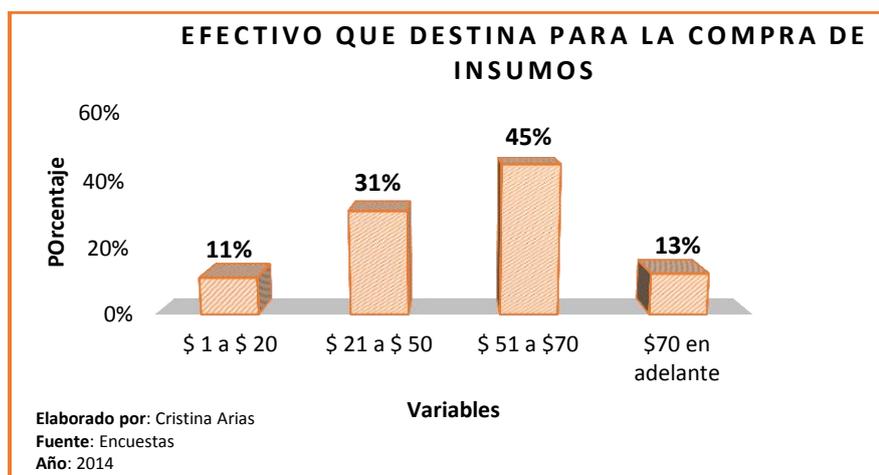
**Indicador:** Presupuesto

**Pregunta N° 3:** ¿Cuánto de efectivo destina para la compra de los insumos?

**Cuadro 8 Pregunta N° 3**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
\$ 1 a \$ 20	9	11%
\$ 21 a \$ 50	25	31%
\$ 51 a \$70	36	45%
\$70 en adelante	10	13%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5 Efectivo que destina para la compra de Insumos**



### **Descripción e interpretación de datos**

Casi la mitad de encuestadas con un 45% mencionan que de entre \$ 51 a \$70 dólares destinan para la compra de los insumos porque concurren más de 3 veces a comprar en los almacenes, más de la cuarta parte con un 31% respondieron que de entre \$21 a \$50 dólares destinan para la compra de los insumos porque máximo incurren a comprar 3 veces al mes, mientras que menos de la cuarta parte de agricultores con un 13%

destina de \$70 dólares en adelante para comprar los insumos porque acuden más de 4 veces al mes y porque las enfermedades agrícolas se presentan de forma imprevista y menos de la cuarta con un 11% de entre \$1 a \$20 dólares, destinan para comprar insumos y gastan menos porque solo van 1 a 2 veces al mes a comprar.

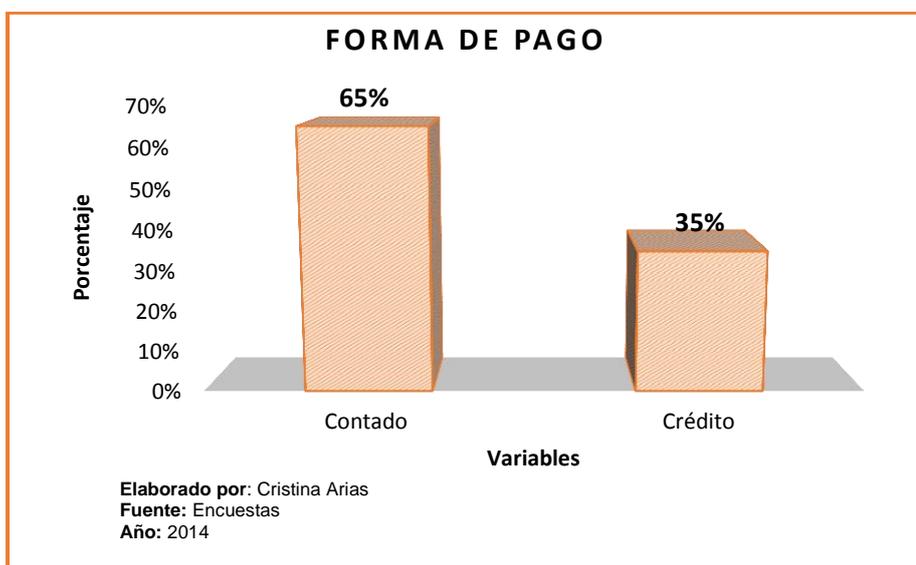
**Indicador:** Forma de pago

**Pregunta N° 4:** La forma de pago lo hace:

**Cuadro 9 Pregunta N°4**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Contado	52	65%
Crédito	28	35%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 6 Forma de Pago**



### **Descripción e interpretación de datos**

Más de la mitad de los agricultores investigados con un 65% respondieron que la forma de pago en los almacenes lo hacen al contado porque nos les dan facilidad y porque no son clientes fijos y más de la cuarta parte de encuestados con un 35% respondieron que la forma de pago lo hacen a crédito porque ya son clientes fijos, son responsables en los pagos y por la confianza que mutuamente tienen entre agricultores y dueños de almacenes agrícolas.

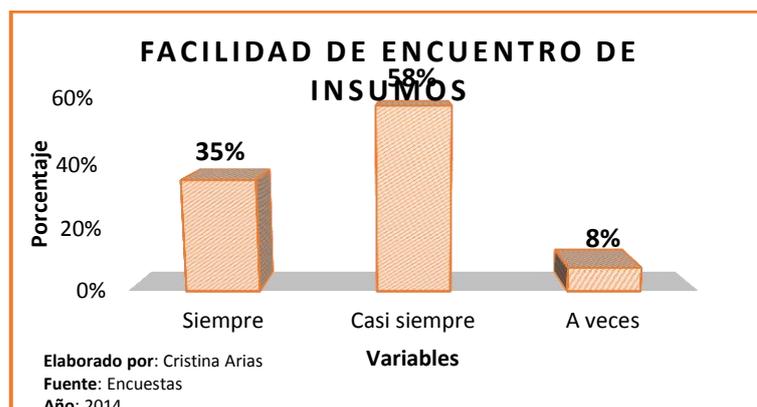
**Indicador:** Capacidad de abastecimiento de insumos y nivel de oferta.

**Pregunta N° 5:** ¿Los productos químicos que utiliza los encuentra?

**Cuadro 10 Pregunta N° 5**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	28	35%
Casi siempre	46	58%
A veces	6	8%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 7 Facilidad de encuentro de Insumos**



### **Descripción e interpretación de datos**

Más de la mitad de personas encuestadas con un 58% respondieron que casi siempre encuentran los insumos agrícolas porque si no encuentran en un almacén agrícola van a otro y así hasta encontrar el insumo necesario para su producción, más de la cuarta parte de agricultores con un 35% respondieron que siempre encuentran los insumos porque ya tienen un lugar fijo donde siempre consiguen los insumos y menos de la cuarta parte de encuestados con un 8% respondieron que a veces encuentran los insumos es por ello que van de almacén en almacén hasta conseguir el insumo.

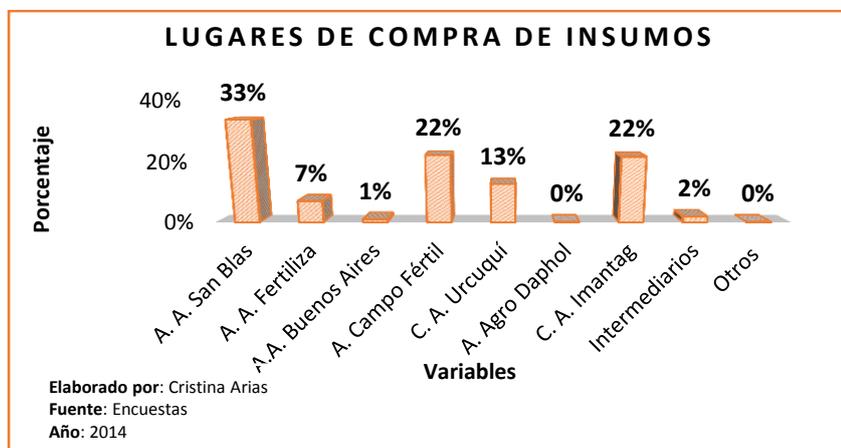
**Indicador:** Frecuencia de compra y nivel de oferta.

**Pregunta N° 6:** ¿En qué almacenes agrícolas adquiere estos insumos?

**Cuadro 11 Pregunta N° 6**

VARIABLES	Frecuencia	N.A.	Porcentaje
Almacén Agrícola San Blas (Ibarra)	71	27	33%
Almacén Agrícola Fertiliza (Ibarra)	15	6	7%
Almacén Agrícola Buenos Aires (Ibarra)	2	1	1%
Almacén Campo Fértil (Ibarra)	47	18	22%
Centro Agrícola Urcuquí (Urcuquí)	27	10	13%
Almacén Agro Daphol (Urcuquí)	0	0	0%
Centro Agrícola Imantag (Imantag)	46	17	22%
Intermediarios directos	4	2	2%
Otros	0	0	0%
<b>Total</b>	<b>212=80</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 8 Lugares de compra de Insumos**



## **Descripción e interpretación de datos**

Los encuestadas respondieron que frecuentan más de 3 almacenes agrícolas, pero al almacén Agrícola San Blas frecuentan un 33% porque según encuestas comentaron que esta posee variedad de insumos, da confianza, acceso a créditos y porque los insumos son de calidad, por consiguiente Almacén Campo Fértil y Centro Agrícola Imantag con un 22% adquieren en estos lugares porque es cerca para coger el bus que se encuentra en la Terminal Terrestre y porque es la parroquia más cercana donde existe un almacén agrícola, luego Centro Agrícola Urcuquí con un 13% al igual porque más cerca a la comunidad; Almacén Fertiliza con un 7% compran en este lugar porque es cercano al Terminal Terrestre y porque encuentran los insumos que necesitan y por último los intermediarios con un 2% y almacén agrícola Buenos Aires con 1%, , mencionaron que adquieren en estos medios porque son conocidos y les dan credibilidad para pagar a plazos.

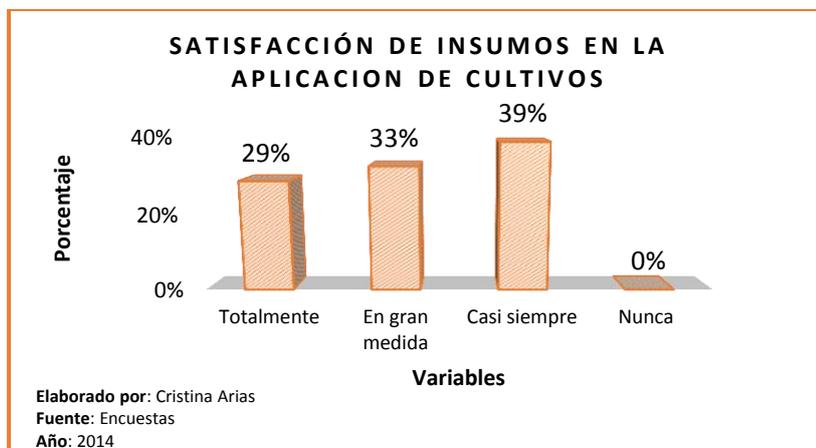
**Indicador:** Calidad de productos y satisfacción de clientes.

**Pregunta N° 7:** ¿Los productos en los lugares que Ud. compra en qué medida le satisfacen para la aplicación de sus cultivos?

**Cuadro 12 Pregunta N° 7**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente	23	29%
En gran medida	26	33%
Casi siempre	31	39%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 9 Satisfacción de Insumos en la aplicación de cultivos**



### **Descripción e interpretación de datos**

Del levantamiento de encuestas casi la mitad con un 39% responde que casi siempre satisfacen en la aplicación de los cultivos porque cuando varían las estaciones existen diferentes tipos de enfermedades lo que constantemente tienen que estar comprando los insumos para combatir las enfermedades, en cambio más de la cuarta parte con un 33%

responde que en gran medida satisface debido a los cambios climáticos y más de la cuarta parte con un 29% responden que totalmente le satisfacen porque siempre están pendientes de las enfermedades que se presentan y rápidamente buscan insumos agrícolas para prevenir y combatir las enfermedades agrícolas.

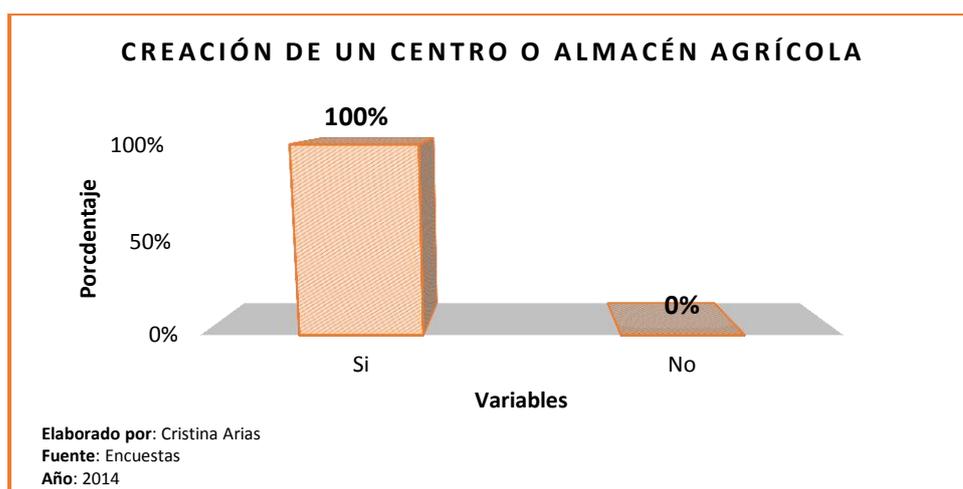
**Indicador:** Nivel de aceptación, Nivel de oferta y Servicios adicionales

**Pregunta N° 8:** Le gustaría que exista un Centro de Comercialización o Almacén Agrícola en Quitumba Grande.

**Cuadro 13 Pregunta N° 8**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10 Creación de un centro o Almacén Agrícola**



### Descripción e interpretación de datos

De las encuestas recopiladas claramente se puede observar en el gráfico que la totalidad de los agricultores con un 100% respondieron que si les gustaría que se cree un almacén agrícola en la Comunidad de Quitumba Grande, porque sería bueno y beneficioso para todos los agricultores es más comentaron que podrían comprar a la hora que ellos quieran porque está cerca. Además ya no estarían pagando carreras a camionetas particulares; todo esto quiere decir que los productores ahorrarían tiempo y recursos.

### **3.5.4.2 Entrevista aplicada al administrador de Agrícola San Blas AGROSER CIA LTDA**

Entrevista aplicada al administrador de Agrícola San Blas AGROSER CIA LTDA, se consideró único en la entrevista, ya que es la empresa donde el proyecto se ha basado en cuanto a precios e insumos agrícolas y por ser el almacén Agrícola donde más concurren los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande.

#### **ENTREVISTA**

**Indicador:** Capacidad de abastecimiento

##### **1. ¿Hace cuánto tiempo está en funcionamiento el almacén?**

- 1 a 2 años .....
- 3 a 5 años .....
- 6 o más ..X..

**Indicador:** Capacidad de abastecimiento

##### **2. ¿Cuántas veces al mes provee los insumos agrícolas?**

Esto varía debido a que hay temporadas donde se vende más o se vende menos, entonces más o menos al mes se provee de 2 a 3 veces. También se debe a los cambios climáticos es donde más incurren a comprar debido que los agricultores mencionan la incurrencia de plagas, insectos y enfermedades a las platas.

**Indicador:** Capacidad de abastecimiento

##### **3. Los insumos son:**

- a. Nacionales ..X..
- b. Extranjeros ..X..

**Indicador:** Nivel de oferta

**4. ¿A cuántos agricultores de la comunidad de Quitumba Grande vende sus insumos?**

No se sabe con exactitud cuántos clientes existen pero son algunos los que poseen créditos y más, algunos realizan compras de contado pero si existe un porcentaje máximo de clientes.

**Indicador:** Capacidad de abastecimiento

**5. ¿Estaría en capacidad la distribuidora en abastecer los productos a una comercializadora pequeña?**

Totalmente	.....
Siempre	..X..
A veces	.....
Nunca	.....

**Indicador:** Nivel de oferta

**6. Alguna vez ha tenido inconvenientes con los proveedores**

No porque la provisión se hace con anticipación y lo guardan en la bodega que se encuentra ubicado cerca la terminal terrestre de Ibarra.

**Indicador:** Capacidad de abastecimiento

**7. ¿Dentro de la distribuidora posee de un sistema de control de inventarios?**

Si poseen un sistema de control.

**Indicador:** Capacidad de abastecimiento

**8. ¿Tienen convenios con empresas extranjeras para tener los insumos justo a tiempo?**

Parte del inventario que posee el Almacén si pertenece a una comercializadora extranjera pero la mayoría proveen insumos de empresas ecuatorianas.

## **Análisis**

Los datos expuestos son recopilados en la entrevista con el señor propietario del Almacén San Blas y prácticamente es información dictada por el señor y en base a esto se llega al análisis de que este almacén puede ser el aliado principal para proveer los insumos agrícolas ya que la mayoría de clientes del sector de Quitumba Grande trabajan con los productos que ofrece el almacén San Blas. Y esta es la única entrevista que se efectuó porque se obtuvo datos de los insumos del almacén antes mencionado.

### **3.6 Análisis de la competencia**

En la provincia de Imbabura existen varias comercializadoras de insumos agrícolas, por tanto se toma como objeto de estudio a los almacenes agrícolas que más han sido frecuentados por los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande, a continuación se mencionará el orden de almacenes de acuerdo al porcentaje de la tabulación de las encuestas que consta en la pregunta 6, considerando el almacén con máximo porcentaje hasta el almacén que tenga mínimo porcentaje.

**Cuadro 14 Análisis de la competencia**

Almacén	%
Almacén Agrícola San Blas	33%
Almacén Campo Fértil	22%
Centro Agrícola Imantag	22%
Centro Agrícola Urcuquí	13%
Almacén Agrícola Fertiliza	7%
Intermediarios	2%
Almacén Agrícola Buenos Aires	1%

Pero las entrevistas aplicadas únicamente se las realizó a los propietarios de los cuatro primeros almacenes que de acuerdo a las entrevistas y lo que se pudo observar a esto poseen algunas cualidades que los clientes consideran importante:

- a) Variedad de insumos
- b) Calidad
- c) Precios accesibles
- d) Acceso a créditos
- e) Facilidad de entregas
- f) Almacenes manejan precios y calidad similar en los insumos

### **3.7 Análisis de la demanda**

Los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande utilizan masivamente los químicos e insumos agrícolas, por lo que cada vez se ven obligados a adquirir estos insumos por los cambios climáticos que se presenta en nuestra región la cual traen varias enfermedades que muchas veces provocan pérdidas en los cultivos de los agricultores.

Además la demanda de los insumos se viene dando desde hace años atrás, esto porque debido a la utilización de los mismos químicos la tierra se ha vuelto infértil y todos los productores se ven en la obligación de comprar para que los cultivos sean de calidad y lo hacen aplicando esto, además; esto ayuda al ingreso familiar y a la economía del país.

#### **3.7.2 Demanda actual**

Para determinar la demanda actual se consideró a los almacenes que más frecuentan los agricultores, y en base a esto se entrevistó a cada uno

de los propietarios, cuanto demandan en unidad de insumo, únicamente los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande. En base a la entrevista realizada cada uno mencionó lo siguiente:

**Cuadro 15 Demanda Actual**

<b>N°</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>DEMANDA MENSUAL</b>	<b>DEMANDA TRIMESTRAL</b>	<b>DEMANDA SEMESTRAL</b>	<b>TOTAL</b>
1	Cipermetrina	26	65	44	<b>135</b>
2	Mocap 15 G	31	79	54	<b>165</b>
3	Alphacor 100 EC.	28	71	49	<b>148</b>
4	Mocap Gel	28	72	49	<b>150</b>
5	Gramaxone	26	65	44	<b>135</b>
6	Flex	28	72	49	<b>149</b>
7	Ecuamina 6	28	70	48	<b>146</b>
8	Rambo 48	32	81	55	<b>168</b>
9	Ridomil	29	75	51	<b>155</b>
10	Fitoraz	30	75	51	<b>156</b>
11	Curathane	31	78	53	<b>162</b>
12	Cobre	28	71	49	<b>148</b>
13	Rodin	29	74	50	<b>153</b>
14	Matababosa 5% CEBO	28	70	48	<b>145</b>
15	Escore	31	79	54	<b>165</b>
16	Abono Alemán Azul	36	90	62	<b>188</b>
17	Abono Fórmula Triple 15	36	91	62	<b>189</b>
18	Abono Fórmula 10-30-10	34	86	59	<b>179</b>
19	Abono Fórmula 18-46-0	34	86	59	<b>178</b>
20	Toor (Insec.-Acaric)	26	66	45	<b>138</b>
<b>TOTAL</b>		<b>598</b>	<b>1517</b>	<b>1037</b>	<b>3152</b>

**Fuente:** Entrevista a Competidores

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

### 3.7.3 Proyección de la demanda

Para el cálculo del crecimiento de la demanda de insumos agrícolas se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de Imantag que es el 0,65%, la cual para la proyección de la demanda se aplica la siguiente formula:

Fórmula:  $D_n = D_o (1 + i)^n$

Donde;

- D<sub>n</sub>= Demanda futura
- D<sub>o</sub>= demanda determinada en las encuestas
- i= Tasa de crecimiento
- n= año proyectada

**Cuadro 16 Proyección de la Demanda**

N°	INSUMOS	2015	2016	2017	2018	2019
1	Cipermetrina	136	137	138	139	139
2	Mocap 15 G	166	167	168	169	170
3	Alphacor 100 EC.	149	150	151	152	153
4	Mocap Gel	151	152	153	154	155
5	Gramaxone	136	137	138	139	139
6	Flex	150	151	152	153	154
7	Ecuamina 6	147	148	149	150	151
8	Rambo 48	169	170	171	172	174
9	Ridomil	156	157	158	159	160
10	Fitoraz	157	158	159	160	161
11	Curathane	163	164	165	166	167
12	Cobre	149	150	151	152	153
13	Rodin	154	155	156	157	158
14	Matababosa 5% CEBO	146	147	148	149	150
15	Escore	166	167	168	169	170
16	Abono Alemán Azul	189	190	192	193	194
17	Abono Fórmula Triple 15	190	191	193	194	195
18	Abono Fórmula 10-30-10	180	181	183	184	185
19	Abono Fórmula 18-46-0	179	180	181	183	184
20	Toor (Insec.-Acaric)	139	140	141	142	143
<b>TOTAL</b>		<b>3172</b>	<b>3193</b>	<b>3214</b>	<b>3235</b>	<b>3256</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 3.8 Análisis de la Oferta

EL análisis de la oferta comprende en identificar a los principales competidores que comercializan insumos agrícolas, químicos y fertilizantes foliares. A los competidores se determina según el rango más visitado por agricultores en el año 2014 que en el cuadro N° 14 Análisis de los competidores, se establece la competencia. Para determinar la oferta se considera a los cuatro primeros almacenes que tienen más concurrencia los agricultores de la parroquia de imantag y entre esta parroquia esta la comunidad de Quitumba; estos son: Almacén Agrícola San Blas, Almacén Campo Fértil, Centro agrícola Imantag y Centro Agrícola Urcuquí.

#### 3.8.1 Oferta Actual

Para la realización del análisis de la oferta se toma la información proporcionada en las entrevistas a los dueños de almacenes agrícolas antes mencionados.

**Cuadro 17 Oferta Actual Parroquia Imantag**

N°	INSUMOS	A.A. San Blas	A.A. Campo Fértil	C.A. Imantag	C.A. Urcuqui	Total/ Año 2014
		CANT.	CANT.	CANT.	CANT.	
1	Cipermetrina	102	75	43	58	<b>278</b>
2	Mocap 15 G	75	86	39	65	<b>265</b>
3	Alphacor 100 EC.	65	55	32	40	<b>192</b>
4	Mocap Gel	86	65	42	47	<b>240</b>
5	Gramaxone	75	76	36	46	<b>233</b>
6	Flex	89	48	35	44	<b>216</b>
7	Ecuamina 6	99	44	25	45	<b>213</b>
8	Rambo 48	45	43	33	44	<b>165</b>
9	Ridomil	86	55	35	35	<b>211</b>
10	Fitoraz	94	65	45	42	<b>246</b>
11	Curathane	70	74	30	43	<b>217</b>
12	Cobre	85	48	28	41	<b>202</b>

13	Rodin	79	43	35	45	<b>202</b>
14	Matababosa 5% CEBO	75	45	35	34	<b>189</b>
15	Escore	89	89	45	39	<b>262</b>
16	Abono Alemán Azul	98	79	28	43	<b>248</b>
17	Abono Fórmula Triple 15	93	92	30	65	<b>280</b>
18	Abono Fórmula 10- 30-10	99	87	35	69	<b>290</b>
19	Abono Fórmula 18- 46-0	101	85	38	55	<b>279</b>
20	Toor (Insec.-Acaric)	65	52	25	40	<b>182</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1670</b>	<b>1306</b>	<b>694</b>	<b>940</b>	<b>4610</b>

**Fuente:** Entrevistas a dueños de Almacenes Agrícolas

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

Los valores antes detallados corresponden a la información que se recopiló en las entrevistas realizadas a los dueños de Almacenes Agrícolas correspondientes a la oferta de la Parroquia de Imantag y son valores del año 2014.

Para el cálculo de la oferta de la comunidad de Quitumba Grande se consideró el 10% que corresponde a la población de esta comunidad. A continuación se muestra el cuadro de población de la Parroquia de Imantag.

**Cuadro 18 Representación de la Población en porcentaje**

<b>No</b>	<b>COMUNIDADES</b>	<b>HABITANTES</b>	<b>%</b>
1	Imantag	1855	38%
2	Colimbuela	316	6%
3	Perafán	411	8%
4	Ambi	788	16%
<b>5</b>	<b>Quitumba Grande</b>	<b>482</b>	<b>10%</b>
6	Peribuela	442	9%
7	Pucalpa	150	3%
8	Morlán	428	9%
9	San Luis	69	1%
	<b>Total de Hab.</b>	<b>4941</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

En base al porcentaje de la comunidad se calculó la oferta actual de la comunidad siendo la siguiente:

**Cuadro 19 Oferta Actual**

N°	INSUMOS	A.A. San Blas	A.A. Campo Fértil	C.A. Imantag	C.A. Urcuquí	TOTAL/ AÑO 2014
		CANT.	CANT.	CANT.	CANT.	
1	Cipermetrina	10	8	4	6	28
2	Mocap 15 G	8	9	4	7	27
3	Alphacor 100 EC.	7	6	3	4	19
4	Mocap Gel	9	7	4	5	24
5	Gramaxone	8	8	4	5	23
6	Flex	9	5	4	4	22
7	Ecuamina 6	10	4	3	5	21
8	Rambo 48	5	4	3	4	17
9	Ridomil	9	6	4	4	21
10	Fitoraz	9	7	5	4	25
11	Curathane	7	7	3	4	22
12	Cobre	9	5	3	4	20
13	Rodin	8	4	4	5	20
14	Matababosa 5% CEBO	8	5	4	3	19
15	Escore	9	9	5	4	26
16	Abono Alemán Azul	10	8	3	4	25
17	Abono Fórmula Triple 15	9	9	3	7	28
18	Abono Fórmula 10-30-10	10	9	4	7	29
19	Abono Fórmula 18-46-0	10	9	4	6	28
20	Toor (Insec.- Acaric)	7	5	3	4	18
TOTAL						461

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 3.8.2 Proyección de la Oferta

Para el cálculo de la proyección de la oferta se tomó la tasa de crecimiento en el sector agrícola de la provincia de Imbabura (2014) que es el 1,30%. Cálculo que se hace mediante la siguiente formula:

$$O_n = O_o (1 + i)^n$$

**Donde;**

- $O_n$  = Oferta Futura
- $O_o$  = Oferta determinada en la investigación
- $i$  = Tasa de crecimiento
- $n$  = Año proyectado

**Cuadro 20 Proyección de la Oferta**

Nº	INSUMOS	2015	2016	2017	2018	2019
1	Cipermetrina	28	29	29	29	30
2	Mocap 15 G	27	27	28	28	28
3	Alphacor 100 EC.	19	20	20	20	20
4	Mocap Gel	24	25	25	25	26
5	Gramaxone	24	24	24	25	25
6	Flex	22	22	22	23	23
7	Ecuamina 6	22	22	22	22	23
8	Rambo 48	17	17	17	17	18
9	Ridomil	21	22	22	22	23
10	Fitoraz	25	25	26	26	26
11	Curathane	22	22	23	23	23
12	Cobre	20	21	21	21	22
13	Rodin	20	21	21	21	22
14	Matababosa 5% CEBO	19	19	20	20	20
15	Escore	27	27	27	28	28
16	Abono Alemán Azul	25	25	26	26	26
17	Abono Fórmula Triple 15	28	29	29	29	30
18	Abono Fórmula 10-30-10	29	30	30	31	31
19	Abono Fórmula 18-46-0	28	29	29	29	30
20	Toor (Insec.-Acaric)	18	19	19	19	19
<b>TOTAL</b>		<b>467</b>	<b>473</b>	<b>479</b>	<b>485</b>	<b>492</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

### 3.9 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda y la oferta representado una demanda insatisfecha significativa, lo que quiere decir que el proyecto puede cubrir casi en su totalidad la demanda de insumos. Además la demanda va creciendo dependiendo de la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de imantag y esto hace que los agricultores utilicen más los insumos sin importar los precios, ya que el fin de ellos es cuidar y proteger de enfermedades agrícolas que se presentan por varias cambios temporales del clima. Así que ellos tienen la necesidad de adquirir los insumos necesarios, además que muchos de los agricultores dependen de los ingresos que genera la producción.

**Cuadro 21 Demanda Insatisfecha**

N°	INSUMOS	DEMANDA INSATISFECHA				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Cipermetrina	108	108	109	109	110
2	Mocap 15 G	139	140	141	141	142
3	Alphacor 100 EC.	130	130	131	132	132
4	Mocap Gel	127	127	128	129	129
5	Gramaxone	112	113	113	114	115
6	Flex	128	129	129	130	131
7	Ecuamina 6	125	126	127	127	128
8	Rambo 48	152	153	154	155	156
9	Ridomil	135	135	136	137	138
10	Fitoraz	132	133	133	134	135
11	Curathane	141	142	143	143	144
12	Cobre	128	129	130	131	131
13	Rodin	134	134	135	136	136
14	Matababosa 5% CEBO	127	127	128	129	130
15	Escore	140	140	141	142	142
16	Abono Alemán Azul	164	165	166	167	168
17	Abono Fórmula Triple 15	162	163	164	164	165
18	Abono Fórmula 10-30-10	151	152	152	153	154
19	Abono Fórmula 18-46-0	151	152	152	153	154
20	Toor (Insec.-Acaric)	120	121	122	122	123
<b>TOTAL</b>		<b>2705</b>	<b>2720</b>	<b>2735</b>	<b>2749</b>	<b>2764</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

**Cuadro 22 Demanda a Cubrir**

N°	INSUMOS	DEMANDA A CUBRIR				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Cipermetrina	97	102	107	112	118
2	Mocap 15 G	125	132	138	145	152
3	Alphacor 100 EC.	117	122	129	135	142
4	Mocap Gel	114	120	126	132	139
5	Gramaxone	101	106	111	117	123
6	Flex	115	121	127	133	140
7	Ecuamina 6	113	118	124	131	137
8	Rambo 48	137	144	151	159	167
9	Ridomil	121	127	134	140	147
10	Fitoraz	119	125	131	138	145
11	Curathane	127	133	140	147	154
12	Cobre	116	121	128	134	141
13	Rodin	120	126	132	139	146
14	Matababosa 5% CEBO	114	120	126	132	139
15	Escore	126	132	138	145	153
16	Abono Alemán Azul	148	155	163	171	180
17	Abono Fórmula Triple 15	146	153	161	169	177
18	Abono Fórmula 10-30-10	136	142	150	157	165
19	Abono Fórmula 18-46-0	136	143	150	157	165
20	Toor (Insec.-Acaric)	108	114	120	126	132
<b>TOTAL</b>		2435	2557	2685	2819	2960

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

Para cubrir la demanda se ha considerado el 90% de la demanda insatisfecha, la cual de estos datos se considera para proyectar los ingresos de la comercializadora.

**Cuadro 23 Demanda vs Oferta Globales**

DEMANDA vs COMPETENCIA				
Año	Unidad al año			
	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda a cubrir
2014				
2015	3172	467	2705	2435
2016	3193	473	2720	2557

2017	3214	479	2735	2685
2018	3235	485	2749	2819
2019	3256	492	2764	2960

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

Para el análisis de la demanda y la competencia, primeramente se hace referencia únicamente a la demanda de un sector segregado que es la comunidad de Quitumba Grande debido a que es un sector rural donde demandan variedad de insumos y en cuanto a la oferta se ha recopilado información de cuatro almacenes agrícolas más concurridos por los agricultores de la parroquia de Imantag. Cabe mencionar que los valores de la demanda y la oferta son obtenidos de la entrevista que se efectuó a cada uno de los propietarios de los almacenes. Entonces el proyecto en su primer año de funcionamiento lograra cubrir el 10% de la demanda insatisfecha, esto para adquirir las compras, tomando en cuenta la capacidad operativa y administrativa que se plantea la comercializadora.

### **3.10 Análisis de los precios**

La mayoría de empresas al ofertar cualquier tipo de producto o servicio lo que consideran principalmente son los costos y gastos en la provisión de los mismos. Lo que quiere decir que este aspecto se tomará en cuenta en la oferta de los insumos, es por ello que se pretende proveer la mercadería de grandes comercializadoras de la provincia y principalmente del Almacén Agrícola San Blas.

Además en la oferta de los insumos la calidad es un rol muy importante para la empresa y los agricultores, por ello se logrará siempre mantener este margen para lograr fidelizar al productor.

### 3.10.1 Precios

Presentación de precios de la competencia y precios del Almacén Agrícola CRISSA.

**Cuadro 24 Precios de la competencia y la comercializadora**

N°	INSUMOS	A.A. San Blas	A.A. Campo Fértil	C.A. Imantag	C.A. Urcuquí	A.A. CRISSA
1	Cipermetrina	\$ 8,50	\$ 8,45	\$ 8,75	\$ 8,60	\$ 8,50
2	Mocap 15 G	\$ 3,54	\$ 4,00	\$ 3,90	\$ 3,55	\$ 3,54
3	Alphacor 100 EC.	\$ 6,82	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 6,82
4	Mocap Gel	\$ 9,15	\$ 9,50	\$ 9,25	\$ 9,25	\$ 9,15
5	Gramaxone	\$ 7,80	\$ 8,00	\$ 7,95	\$ 7,85	\$ 7,80
6	Flex	\$ 10,20	\$ 11,00	\$ 10,50	\$ 10,20	\$ 10,20
7	Ecuamina 6	\$ 6,30	\$ 6,50	\$ 6,45	\$ 6,35	\$ 6,30
8	Rambo 48	\$ 6,50	\$ 6,90	\$ 6,45	\$ 6,52	\$ 6,50
9	Ridomil	\$ 7,50	\$ 7,45	\$ 7,75	\$ 7,55	\$ 7,50
10	Fitoraz	\$ 9,80	\$ 10,15	\$ 9,90	\$ 9,86	\$ 9,80
11	Curathane	\$ 8,50	\$ 9,10	\$ 8,60	\$ 8,55	\$ 8,50
12	Cobre	\$ 3,50	\$ 3,85	\$ 3,55	\$ 3,54	\$ 3,50
13	Rodin	\$ 8,55	\$ 9,00	\$ 8,60	\$ 8,56	\$ 8,55
14	Matababosa 5% CEBO	\$ 4,45	\$ 4,75	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,45
15	Escore	\$ 8,55	\$ 8,60	\$ 8,60	\$ 8,65	\$ 8,55
16	Abono Alemán Azul	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,50	\$ 35,30	\$ 35,00
17	Abono Fórmula Triple 15	\$ 38,00	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,00
18	Abono Fórmula 10-30-10	\$ 38,00	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,50	\$ 38,00
19	Abono Fórmula 18-46-0	\$ 37,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,00
20	Toor (Insec.-Acaric)	\$ 12,35	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,35

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

### 3.10.2 Precios para proveer la compra de insumos

Para proveer las compras dan el 3% de descuento en el precio. Esto por comprar en cantidad. A continuación se presenta los precios para la

provisión, además estos crecerán de acuerdo a la tasa de inflación que es el 3,80%.

**Cuadro 25 Precios del proveedor**

N°	INSUMOS	2015	2016	2017	2018	2019
		PVP	PVP	PVP	PVP	PVP
1	Cipermetrina	\$ 8,56	\$ 8,88	\$ 9,22	\$ 9,57	\$ 9,94
2	Mocap 15 G	\$ 3,56	\$ 3,70	\$ 3,84	\$ 3,99	\$ 4,14
3	Alphacor 100 EC.	\$ 6,87	\$ 7,13	\$ 7,40	\$ 7,68	\$ 7,97
4	Mocap Gel	\$ 9,21	\$ 9,56	\$ 9,93	\$ 10,30	\$ 10,69
5	Gramaxone	\$ 7,85	\$ 8,15	\$ 8,46	\$ 8,78	\$ 9,12
6	Flex	\$ 10,27	\$ 10,66	\$ 11,07	\$ 11,49	\$ 11,92
7	Ecuamina 6	\$ 6,34	\$ 6,58	\$ 6,83	\$ 7,09	\$ 7,36
8	Rambo 48	\$ 6,54	\$ 6,79	\$ 7,05	\$ 7,32	\$ 7,60
9	Ridomil	\$ 7,55	\$ 7,84	\$ 8,14	\$ 8,45	\$ 8,77
10	Fitoraz	\$ 9,87	\$ 10,24	\$ 10,63	\$ 11,04	\$ 11,45
11	Curathane	\$ 8,56	\$ 8,88	\$ 9,22	\$ 9,57	\$ 9,94
12	Cobre	\$ 3,52	\$ 3,66	\$ 3,80	\$ 3,94	\$ 4,09
13	Rodin	\$ 8,61	\$ 8,94	\$ 9,28	\$ 9,63	\$ 9,99
14	Matababosa 5% CEBO	\$ 4,48	\$ 4,65	\$ 4,83	\$ 5,01	\$ 5,20
15	Escore	\$ 8,61	\$ 8,94	\$ 9,28	\$ 9,63	\$ 9,99
16	Abono Alemán Azul	\$ 35,24	\$ 36,58	\$ 37,97	\$ 39,41	\$ 40,91
17	Abono Fórmula Triple 15	\$ 38,26	\$ 39,71	\$ 41,22	\$ 42,79	\$ 44,42
18	Abono Fórmula 10- 30-10	\$ 38,26	\$ 39,71	\$ 41,22	\$ 42,79	\$ 44,42
19	Abono Fórmula 18- 46-0	\$ 37,25	\$ 38,67	\$ 40,14	\$ 41,66	\$ 43,25
20	Toor (Insec.-Acaric)	\$ 12,43	\$ 12,91	\$ 13,40	\$ 13,91	\$ 14,44

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

### 3.10.3 Proyección de precios

Para la proyección de precios de los productos que ofertará la comercializadora se hizo un promedio de la inflación que presenta el

Banco Central del Ecuador de los últimos 5 años. La tasa de inflación es 3,80%. Los precios a considerar por la comercializadora son los mismos que oferta el Almacén Agrícola San Blas más la inflación.

**Cuadro 26 Proyección de Precios**

N°	INSUMOS	2014	INFLACION			3,80%	
			2015	2016	2017	2018	2019
1	Cipermetrina	\$ 8,50	\$ 8,82	\$ 9,16	\$ 9,51	\$ 9,87	\$ 10,24
2	Mocap 15 G	\$ 3,54	\$ 3,67	\$ 3,81	\$ 3,96	\$ 4,11	\$ 4,27
3	Alphacor 100 EC.	\$ 6,82	\$ 7,08	\$ 7,35	\$ 7,63	\$ 7,92	\$ 8,22
4	Mocap Gel	\$ 9,15	\$ 9,50	\$ 9,86	\$ 10,23	\$ 10,62	\$ 11,03
5	Gramaxone	\$ 7,80	\$ 8,10	\$ 8,40	\$ 8,72	\$ 9,05	\$ 9,40
6	Flex	\$ 10,20	\$ 10,59	\$ 10,99	\$ 11,41	\$ 11,84	\$ 12,29
7	Ecuamina 6	\$ 6,30	\$ 6,54	\$ 6,79	\$ 7,05	\$ 7,31	\$ 7,59
8	Rambo 48	\$ 6,50	\$ 6,75	\$ 7,00	\$ 7,27	\$ 7,55	\$ 7,83
9	Ridomil	\$ 7,50	\$ 7,79	\$ 8,08	\$ 8,39	\$ 8,71	\$ 9,04
10	Fitoraz	\$ 9,80	\$ 10,17	\$ 10,56	\$ 10,96	\$ 11,38	\$ 11,81
11	Curathane	\$ 8,50	\$ 8,82	\$ 9,16	\$ 9,51	\$ 9,87	\$ 10,24
12	Cobre	\$ 3,50	\$ 3,63	\$ 3,77	\$ 3,91	\$ 4,06	\$ 4,22
13	Rodin	\$ 8,55	\$ 8,87	\$ 9,21	\$ 9,56	\$ 9,93	\$ 10,30
14	Matababosa 5% CEBO	\$ 4,45	\$ 4,62	\$ 4,79	\$ 4,98	\$ 5,17	\$ 5,36
15	Escore	\$ 8,55	\$ 8,87	\$ 9,21	\$ 9,56	\$ 9,93	\$ 10,30
16	Abono Alemán Azul	\$ 35,00	\$ 36,33	\$ 37,71	\$ 39,14	\$ 40,63	\$ 42,17
17	Abono Fórmula Triple 15	\$ 38,00	\$ 39,44	\$ 40,94	\$ 42,50	\$ 44,11	\$ 45,79
18	Abono Fórmula 10- 30-10	\$ 38,00	\$ 39,44	\$ 40,94	\$ 42,50	\$ 44,11	\$ 45,79
19	Abono Fórmula 18- 46-0	\$ 37,00	\$ 38,41	\$ 39,87	\$ 41,38	\$ 42,95	\$ 44,58
20	Toor (Insec.-Acaric)	\$ 12,35	\$ 12,82	\$ 13,31	\$ 13,81	\$ 14,34	\$ 14,88

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

Proyección de precios de los Insumos agrícolas de 5 años consecutivos calculados con la inflación promedio desde el año 2010 al 2014.

### **3.11 Comercialización**

Para la comercialización de los insumos agrícolas y químicos (fungicidas, insecticidas, herbicidas y fertilizantes foliares y bioestimulantes), se aplicará las siguientes estrategias, todas encaminadas para hacer llegar al agricultor los insumos que necesita a precios similares al de la competencia, además que estará ubicado en la comunidad de Quitumba Grande cerca de los tierras agrícolas, donde el potencial cliente puede ir a adquirir los insumos cuando lo requieran y oportunamente.

#### **Servicio**

- Se diseñará un logotipo y slogan que represente la actividad de la comercializadora.
- Se brindara el servicio de oferta de insumos agrícolas a los agricultores, dando el trato que cualquier persona se merece. Y ofreciendo los insumos de gran necesidad.

#### **Precio**

- Los precios serán similares a los de la competencia, esto para que el cliente este conforme en cuanto a este punto.

#### **Plaza**

- El lugar de ubicación de la comercializadora será en la vía principal a un lado del centro de la comunidad, donde la vía dirige a otros sectores que pueden ser potenciales clientes.

#### **Promoción**

- La promoción se manejará oportunamente, cuando los precios sean regulares.

- A los clientes fijos se les dará facilidad de compra, como créditos en la mercadería.
  
- Se hará una cuña comercial-radial para dar a conocer el nuevo almacén agrícola. Y se diseñara pancartas para ubicar junto al almacén.

## CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 Localización

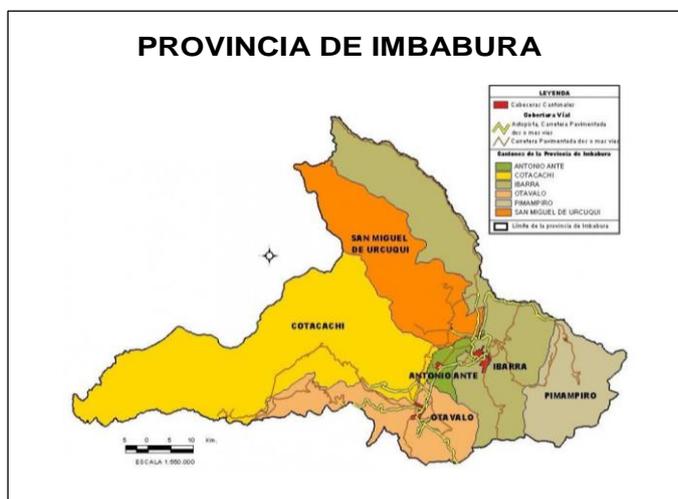
#### 4.1.1 Factores de localización

El proyecto se implementará en la comunidad de Quitumba Grande parroquia Imantag, Cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura el mismo que presenta condiciones favorables para iniciar la actividad económica.

##### 4.1.1.1 Macro localización

La Macro localización se menciona en el tema de proyecto, se instalará en la provincia de Imbabura; donde brindará sus productos y el servicio a los potenciales clientes.

**Gráfico 11 Macro localización**



#### 4.1.1.2 Micro localización

El proyecto estará ubicado en el Cantón Cotacachi, en la parroquia de Imantag, en el sector denominado Quitumba Grande, en la Vía principal que dirige a la comunidad de Peribuela, en el terreno de propiedad de Manuel Arias. Para determinar la micro localización se realiza una matriz de ponderación que a continuación se presenta la siguiente:

**Cuadro 27 Matriz de ponderación para la Micro localización**

CANTÓN COTACACHI							
CATEGORIA DEL FACTOR	Peso	Quitumba Grande		Coñaqui		Peribuela	
		Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.
<b>FACTORES IMPRESINDIBLES</b>	<b>70%</b>	<b>35</b>	<b>5,32</b>	<b>24</b>	<b>4,14</b>	<b>25</b>	<b>3,58</b>
Residencias familiares	30%	9	2,7	6	1,8	5	1,5
Facilidad de vías de acceso	10%	9	0,9	6	0,6	6	0,6
Existencia de locales comerciales de arriendo	8%	4	0,32	2	0,64	2	0,16
Abastecimiento de servicios básicos	10%	8	0,8	5	0,5	6	0,6
Disponibilidad de medios de transporte	12%	5	0,6	5	0,6	6	0,72
<b>FACTORES IMPORTANTES</b>	<b>30%</b>	<b>24</b>	<b>2,4</b>	<b>12</b>	<b>1,16</b>	<b>14</b>	<b>1,34</b>
Seguridad policial	12%	8	0,96	3	0,36	3	0,36
Proximidad a las vías principales	10%	8	0,8	4	0,40	5	0,50
Disponibilidad de medios de comunicación	8%	8	0,64	5	0,40	6	0,48
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>7,72</b>		<b>5,3</b>		<b>4,92</b>

Autor: Cristina Arias

Año: 2014

De acuerdo a la matriz de ponderación Quitumba Grande es el lugar factible para crear la comercializadora de insumos agrícolas.

**Gráfico 12 Mapa de la Parroquia de Imantag**



**Gráfico 13 Croquis Terreno-Quitumba**



Propiedad de Manuel Arias.  
¼ parte del terreno es herencia y propiedad de Cristina Arias (1250m<sup>2</sup>)  
Almacén Agrícola "CRISSA" (250m<sup>2</sup>)

**Fuente:** Abg. Milton Echeverría

**Año:** 2014

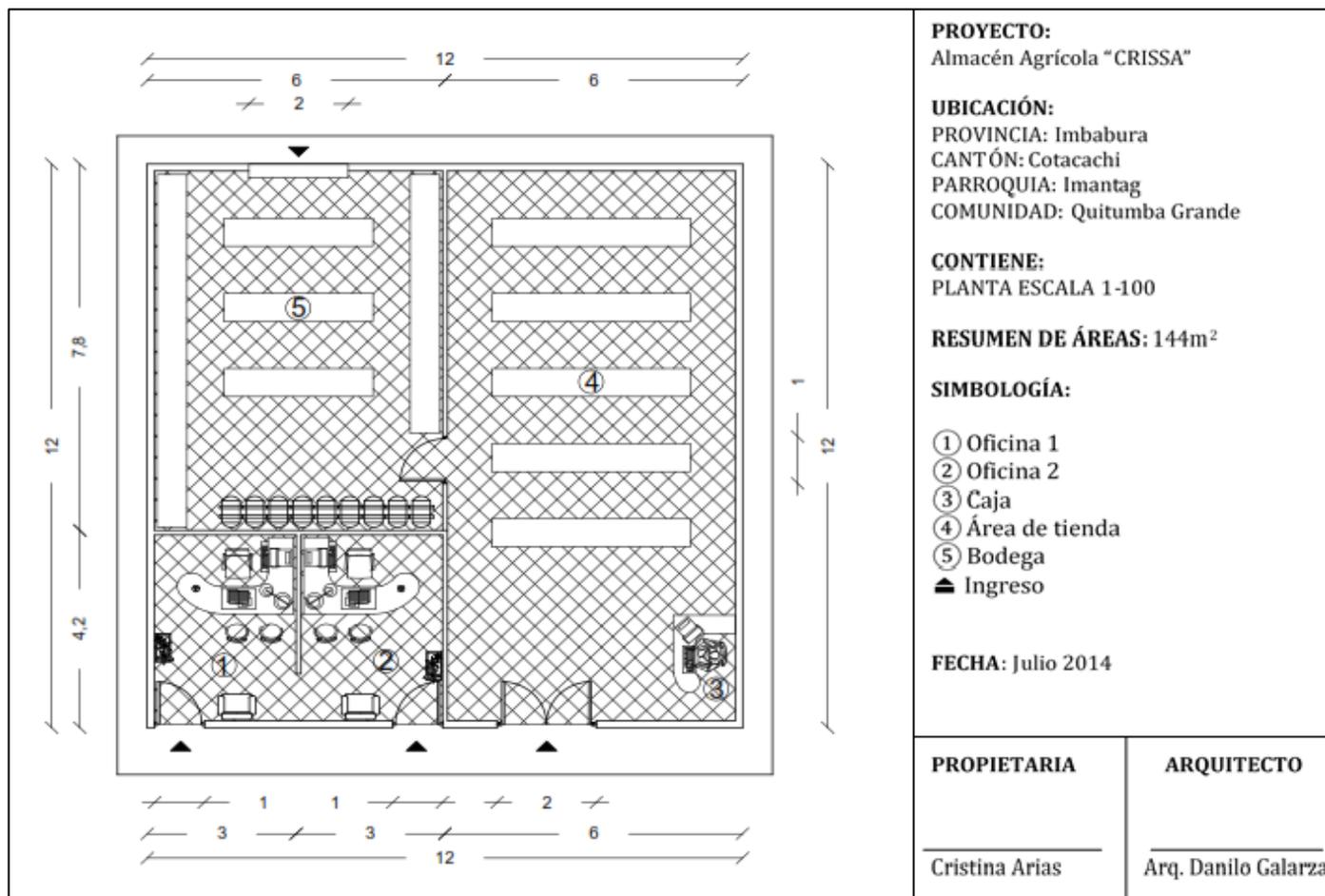
## 4.2 Tamaño del proyecto

### 4.2.1 Distribución de la comercializadora

Para iniciar el negocio la comercializadora estará ubicada en el primer piso se localizará la bodega de insumos agrícolas, estos estarán distribuidos de manera ordenada en estanterías metálicas, localizadas de tal manera que permita una correcta circulación y el óptimo manejo de los

productos, además para que no sufran algún daño en el cuarto de bodega. El proceso de comercialización y facturación, se desarrollará en otro cuarto, donde también se colocaran estanterías metálicas y vitrinas donde los clientes puedan hacer los pedidos, observar a los insumos, cancelar en caja y por consiguiente firmar la correspondiente factura. Además, se destinaran lugares específicos para colocar ambientadores, desinfectantes y limpia vidrios entre otros que pueden ser considerados como inflamables o que causen algún daño a los insumos agrícolas. También se instalarán dos oficinas un departamento gerencial y otro para oficinas para que realicen funciones contables y de mercadeo.

**Gráfico 14 Plano-Determinación de las Áreas de Trabajo**



**Fuente:** Arq. Danilo Galarza

**Año:** 2014

## 4.3 Operación del proyecto

### 4.3.1 Flujograma

- Simbología

**Cuadro 28 Simbología**

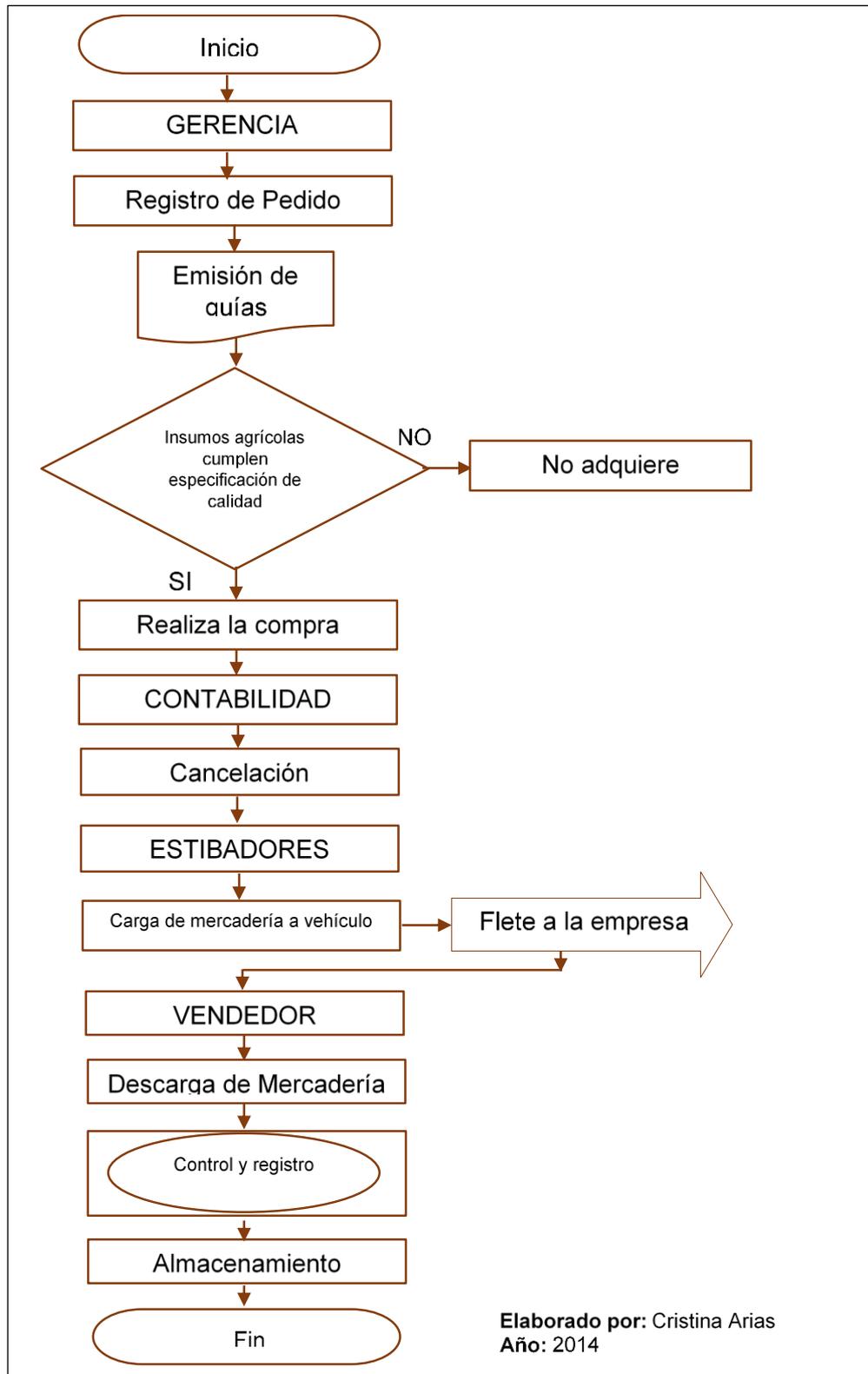
Símbolo	Significado
	Inicio / fin
	Tarjeta
	Inspección
	Operación
	Decisión
	Archivo
	Documento
	Transporte
	Control dentro de pagina
	Operación inspección

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

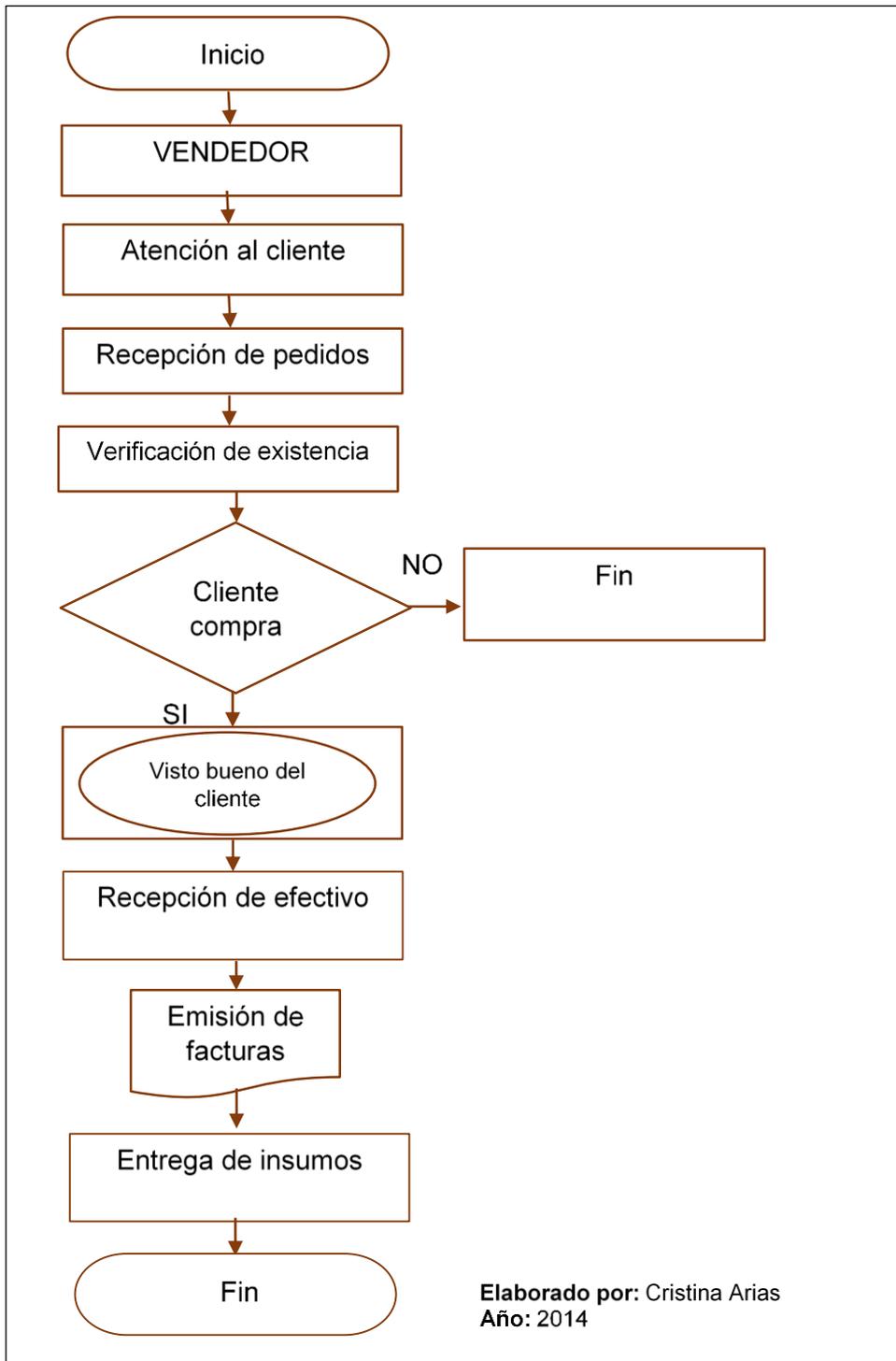
- **Flujograma de proceso de Adquisición de mercadería**  
(Almacén Agrícola “CRISSA”)

**Gráfico 15 Flujograma del Almacén Agrícola “CRISSA”**



- **Flujograma de proceso de Venta de Insumos**  
(Cliente - Agricultor)

**Gráfico 16 Flujograma del Cliente-Agricultor**



## 4.4 Ingeniería del proyecto

### 4.4.1 Proceso de comercialización (inventario inicial)

Para el desarrollo del proyecto se contará con un inventario inicial, es decir; los insumos que se va a ofertar y que esto abastezca la demanda en los primeros días de trabajo, es decir; para el primer trimestre del primer año. Además se adquiere los insumos con 3% de descuento en el precio de proveedores más la inflación. El inventario se tomó el 15% de la demanda insatisfecha y para el inventario del primer trimestre se toma el 25% de la demanda insatisfecha, para lo cual se menciona algunos de los insumos que la comercializadora va a ofertar y que son principales para la producción de los cultivos de este sector:

**Cuadro 29 Inventario Mercadería Primer Trimestre**

N°	INSUMOS	DEMANDA/ CANT.	PVP	TOTAL
1	Cipermetrina	4	\$ 8,56	\$ 34,57
2	Mocap 15 G	5	\$ 3,43	\$ 17,93
3	Alphacor 100 EC.	5	\$ 6,62	\$ 32,13
4	Mocap Gel	5	\$ 8,88	\$ 42,16
5	Gramaxone	4	\$ 7,57	\$ 31,86
6	Flex	5	\$ 9,89	\$ 47,52
7	Ecuamina 6	5	\$ 6,11	\$ 28,73
8	Rambo 48	6	\$ 6,31	\$ 36,03
9	Ridomil	5	\$ 7,28	\$ 36,73
10	Fitoraz	5	\$ 9,51	\$ 47,09
11	Curathane	5	\$ 8,25	\$ 43,62
12	Cobre	5	\$ 3,40	\$ 16,36
13	Rodin	5	\$ 8,29	\$ 41,53
14	Matababosa 5% CEBO	5	\$ 4,32	\$ 20,52
15	Escore	5	\$ 8,29	\$ 43,40
16	Abono Alemán Azul	6	\$ 33,95	\$ 208,92
17	Abono Fórmula Triple 15	6	\$ 36,86	\$ 223,74
18	Abono Fórmula 10-30-10	6	\$ 36,86	\$ 208,42
19	Abono Fórmula 18-46-0	6	\$ 35,89	\$ 203,08
20	Toor (Insec.-Acaric)	5	\$ 11,98	\$ 54,11
<b>TOTAL</b>		<b>101</b>		<b>\$ 1.418,45</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Fuente: Almacén Agrícola San Blas

Año: 2014

#### 4.4.2 Terreno

Para la construcción de la infraestructura del proyecto que incluye el área administrativa y operativa se dispone de un área de terreno de 250 m<sup>2</sup> que el valor del m<sup>2</sup> está avaluado a \$ 19,00 dólares de los estados unidos.

**Cuadro 30 Terreno**

Concepto	Cant. m2	Valor m2	USD
Terreno	250m2	\$ 18,00	\$ 4.500,00
<b>Total</b>			<b>\$ 4.500,00</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Fuente:** GAD Santa Ana de Cotacachi

**Año:** 2014

#### 4.4.3 Infraestructura

La infraestructura a utilizarse la detallamos de la siguiente manera:

- Área Administrativa: consta de 2 oficinas con un área total de 24m<sup>2</sup>.
- Área Operativa: consta de área de ventas con 72m<sup>2</sup> y bodega con un área total de 48 m<sup>2</sup>; dando un total de 120 m<sup>2</sup>.

**Cuadro 31 Costo de infraestructura**

Descripción	Costo	Valor Total
Topografía	\$ 120,00	\$ 120,00
Obra civil	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Equipamiento (Puertas y ventanas)	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Instalación eléctrica	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Total</b>		<b>\$ 9.470,00</b>

**Fuente:** Ing. José Galarza

**Autor:** Cristina Arias

**Año:** 2014

#### 4.4.4 Equipos informáticos

Los equipos informáticos, se asignará al área de gerencia (computador portátil), a la oficina (un computador de escritorio e impresora multifuncional), vendedor y cajera (un computador de escritorio e impresora multifuncional). Se proporcionara todo lo necesario para llevar un mejor control del inventario y para mantener los registros correctamente.

**Cuadro 32 Equipos Informáticos**

Artículo	Cant.	V. /Unit.	Total
Computador Escritorio LG	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Computador Portátil HP	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora multifuncional	2	\$ 65,00	\$ 130,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>		<b>\$ 1.880,00</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Fuente: Almacén Artefacta

Año: 2014

#### 4.4.5 Muebles y enseres

Además se les proporcionara muebles y enseres adecuado para el talento humano y para que tengan una buena ergonomía en el ambiente de trabajo, además también para que lleven correctamente los documentos en orden a continuación se detalla los muebles y enseres:

**Cuadro 33 Muebles y Enseres**

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Total
Escritorio Tipo Gerente	1	\$ 220,00	\$ 220,00

Escritorio Tipo Secretaria	2	\$ 195,00	\$ 390,00
Sillón Tipo Gerente	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sillón Tipo Secretaria	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Archivador	2	\$ 175,00	\$ 350,00
Estanterías Metálicas	5	\$ 70,00	\$ 350,00
<b>Total</b>	<b>20</b>		<b>\$ 1.550,00</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Fuente:** Créditos "Kathery"

**Año:** 2014

#### 4.4.6 Equipo y materiales de oficina

Se proporcionará equipos de oficina necesarios y que sean de gran utilidad, además que sirva para comunicación eficiente con los clientes internos y externos.

**Cuadro 34 Equipo y materiales de oficina**

<b>Artículo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
Calculadora	2	\$ 12,50	\$ 25,00
Teléfono	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Extintor	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Basureros	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Grapadora-Perforadora			\$ 10,00
<b>Total</b>	<b>10</b>		<b>\$ 150,00</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Fuente:** Almacén Artefacta, Pika, Papelería Popular.

**Año:** 2014

#### 4.4.7 Vehículo (Segunda Mano)

Se adquirirá un vehículo de segunda mano para la gerencia y en situaciones imprevistas para transporte de mercadería o entregas a clientes.

**Cuadro 35 Vehículo**

Artículo	Cantidad	V.Unit.	Total
<b>Vehículo</b>	1	7.500,00	\$ 7.500,00
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>\$ 7.500,00</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Fuente:** Patio de vehículo de Pinsaqui

**Año:** 2014

Todos los artículos y costos mencionados desde los costos de infraestructura hasta el vehículo son precios investigados en los diferentes almacenes, además estos no supieron dar proformas por privacidad y por celo empresarial por lo tanto se levantó información de los abastos, tiendas y almacenes más reconocidos de la ciudad de Ibarra. **(Ver anexo 5 Ficha de observación de precios)**

#### **4.4.8 Presupuesto técnico**

##### **4.4.8.1 Inversiones fijas**

**Cuadro 36 Inversiones Fijas**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	\$ 4.500,00
Infraestructura	\$ 9.470,00
Equipos informáticos	\$ 1.880,00
Muebles y enseres	\$ 1.550,00
Equipos de oficina	\$ 150,00
Vehículo	\$ 7.500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 25.050,00</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Fuente:** Información Directa

**Año:** 2014

#### 4.4.8.2 Gastos diferidos

**Cuadro 37 Gastos Diferidos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.200,00</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### 4.4.8.3 Capital de trabajo (Primer trimestre)

**Cuadro 38 Capital de Trabajo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Inventario Mercadería	\$ 1.418,45
Talento Humano	\$ 3.297,24
Materiales de oficina	\$ 43,00
Materiales de aseo	\$ 20,00
Servicios Básicos	\$ 144,80
Publicidad	\$ 107,95
<b>TOTAL</b>	<b>5.031,44</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

##### 4.4.8.3.1 Talento Humano

El talento humano a utilizar en la comercializadora se muestra en la siguiente tabla en el que se presenta los salarios sectoriales que presenta el ministerio de relacionales laborales al año 2014:

**Cuadro 39 Talento Humano**

<b>Denominación</b>	<b>Cant.</b>	<b>Salario Sectorial</b>	<b>S. Mensual</b>
Gerente	1	\$ 393,04	\$ 1.179,12
Contador(a)	1	\$ 354,14	\$ 1.062,42
Vendedor	1	\$ 351,90	\$ 1.055,70
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1.099,08</b>	<b>\$ 3.297,24</b>

Fuente: MRL

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**4.4.8.3.2 Materiales de Oficina**

**Cuadro 40 Materiales de oficina**

<b>Articulo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V.Unit.</b>	<b>1ER MES</b>	<b>2DO MES</b>	<b>3ER MES</b>	<b>1ER TRIM.</b>
Resma de papel	1	\$ 4,00	\$ 4,00			\$ 4,00
Esferos BIC	6	\$ 0,25	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 4,50
Factureros	1	\$ 12,00	\$ 12,00			\$ 12,00
Carpetas-archivadoras	3	\$ 2,50	\$ 7,50			\$ 7,50
Otros materiales		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 15,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 30,00</b>	<b>\$ 6,50</b>	<b>\$ 6,50</b>	<b>\$ 43,00</b>

Fuente: Papelería Popular

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**4.4.8.3.3 Materiales de Aseo**

**Cuadro 41 Materiales de aseo**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.Unit.</b>	<b>V/1ER TRIM.</b>
Papel Higiénico Scott 12	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Escoba	1	\$ 1,50	\$ 1,50

Trapeador	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Jabón Líquido	1	\$ 3,25	\$ 3,25
Fresklin	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Otros		\$ 5,25	\$ 5,25
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 20,00</b>

Fuente: Abastos MI TIO

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### 4.4.8.3.4 Servicios Básicos

**Cuadro 42 Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	1ER MES	2DO MES	3ER MES	TOTAL
Agua	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 6,23
Energía Eléctrica y Alumbrado Público	\$ 9,86	\$ 9,86	\$ 9,86	\$ 29,58
Internet	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 77,85
Teléfono	\$ 10,38	\$ 10,38	\$ 10,38	\$ 31,14
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 48,27</b>	<b>\$ 48,27</b>	<b>\$ 48,27</b>	<b>\$ 144,80</b>

Fuente: Emelnorte, Saitel, CNT, Junta de Aguas-Quitumba Grande

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### 4.4.8.3.5 Publicidad

**Cuadro 43 Publicidad**

DESCRIPCIÓN	1ER MES	2DO MES	3ER MES	TOTAL
Publicidad	35,98	35,98	35,98	107,95
<b>TOTAL</b>	<b>35,98</b>	<b>35,98</b>	<b>35,98</b>	<b>107,95</b>

Fuente: Radio Mágica

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### 4.4.8.4 Inversión inicial del proyecto

**Cuadro 44 Inversión Inicial del Proyecto**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Inversión Fija	25.050,00	80%
Inversión Diferida	1.200,00	4%
Capital de trabajo	5.031,44	16%
<b>Total</b>	<b>31.281,44</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### 4.4.8.5 Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto se considera 40,60; que quiere decir que el 40% representa al capital propio y el 60% se realizará un crédito en el Banco FODEMI. A una tasa del 12 %, a cinco (5) años plazo.

**Cuadro 45 Financiamiento**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Crédito	18768,86	60%
Capital propio	12512,58	40%
<b>TOTAL</b>	<b>31281,44</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014



## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. Objetivo**

Realizar un estudio financiero que determine la factibilidad para la ejecución del proyecto.

#### **5.2. Determinación de Ingresos Proyectados**

Debido a que la demanda mensual de insumos agrícolas es irregular; se dificulta saber con exactitud qué y cuántos insumos se van a vender, sin embargo los almacenes agrícolas destinan permanentemente montos mensuales para proveer la mercadería. Por tanto se utilizan dichos montos para estimar el comportamiento de ingresos.

Para proyectar los ingresos de la comercializadora para el primer año se considera el 90% de la demanda a cubrir, mientras que los demás años crecerá con una tasa de crecimiento del 5%. A continuación se muestra los valores proyectados.

#### **Proyección de Ingresos (VER ANEXO 1)**

**Cuadro 46 Ingresos proyectados**

N°	INSUMOS	2015	2016	2017	2018	2019
		V.T.	V.T.	V.T.	V.T.	V.T.
1	Cipermetrina	\$ 855,34	\$ 932,24	\$ 1.016,04	\$ 1.107,39	\$ 1.206,94
2	Mocap 15 G	\$ 460,44	\$ 501,83	\$ 546,94	\$ 596,11	\$ 649,71
3	Alphacor 100 EC.	\$ 825,16	\$ 899,34	\$ 980,19	\$ 1.068,31	\$ 1.164,35
4	Mocap Gel	\$ 1.082,71	\$ 1.180,04	\$ 1.286,13	\$ 1.401,75	\$ 1.527,77
5	Gramaxone	\$ 818,12	\$ 891,67	\$ 971,83	\$ 1.059,20	\$ 1.154,42
6	Flex	\$ 1.220,53	\$ 1.330,25	\$ 1.449,84	\$ 1.580,18	\$ 1.722,24
7	Ecuamina 6	\$ 737,87	\$ 804,21	\$ 876,51	\$ 955,30	\$ 1.041,19
8	Rambo 48	\$ 925,28	\$ 1.008,46	\$ 1.099,13	\$ 1.197,94	\$ 1.305,63
9	Ridomil	\$ 943,31	\$ 1.028,11	\$ 1.120,54	\$ 1.221,27	\$ 1.331,07
10	Fitoraz	\$ 1.209,34	\$ 1.318,06	\$ 1.436,56	\$ 1.565,70	\$ 1.706,46
11	Curathane	\$ 1.120,20	\$ 1.220,91	\$ 1.330,67	\$ 1.450,29	\$ 1.580,68
12	Cobre	\$ 420,15	\$ 457,93	\$ 499,09	\$ 543,96	\$ 592,86
13	Rodin	\$ 1.066,57	\$ 1.162,46	\$ 1.266,96	\$ 1.380,86	\$ 1.505,00
14	Matababosa 5% CEBO	\$ 527,12	\$ 574,51	\$ 626,15	\$ 682,45	\$ 743,80
15	Escore	\$ 1.114,50	\$ 1.214,69	\$ 1.323,89	\$ 1.442,91	\$ 1.572,63
16	Abono Alemán Azul	\$ 5.365,56	\$ 5.847,93	\$ 6.373,66	\$ 6.946,65	\$ 7.571,15
17	Abono Fórmula Triple 15	\$ 5.746,13	\$ 6.262,70	\$ 6.825,72	\$ 7.439,35	\$ 8.108,15
18	Abono Fórmula 10-30-10	\$ 5.352,86	\$ 5.834,08	\$ 6.358,57	\$ 6.930,20	\$ 7.553,23
19	Abono Fórmula 18-46-0	\$ 5.215,72	\$ 5.684,62	\$ 6.195,66	\$ 6.752,65	\$ 7.359,72
20	Toor (Insec.-Acaric)	\$ 1.389,80	\$ 1.514,74	\$ 1.650,91	\$ 1.799,33	\$ 1.961,09
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 36.396,71</b>	<b>\$ 39.668,77</b>	<b>\$ 43.234,99</b>	<b>\$ 47.121,82</b>	<b>\$ 51.358,07</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**Cuadro 47 Total ingresos por ventas**

AÑO	INGRESO	CANTIDAD
2015	\$ 36.396,71	2435
2016	\$ 39.668,77	2557
2017	\$ 43.234,99	2685
2018	\$ 47.121,82	2819
2019	\$ 51.358,07	2960

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3 Determinación de Egresos proyectados

#### 5.3.1 Compras

Para las compras de insumos se considera el 10% de la demanda insatisfecha para el primer año, mientras que los demás años crecerá de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional de Imantag.

**Cuadro 48 Compras**

N°	INSUMO	2015			2016			2017			2018			2019		
		CANT.	PVP	V.T.												
1	Cipermetrina	16	\$ 8,56	\$ 138,28	16	\$ 8,88	\$ 145,41	16	\$ 9,22	\$ 151,91	17	\$ 9,57	\$ 158,71	17	\$ 9,94	\$ 165,81
2	Mocap 15 G	21	\$ 3,56	\$ 74,44	21	\$ 3,70	\$ 78,27	21	\$ 3,84	\$ 81,78	21	\$ 3,99	\$ 85,44	22	\$ 4,14	\$ 89,26
3	Alphacor 100 EC.	19	\$ 6,87	\$ 133,40	20	\$ 7,13	\$ 140,28	20	\$ 7,40	\$ 146,55	20	\$ 7,68	\$ 153,11	20	\$ 7,97	\$ 159,96
4	Mocap Gel	19	\$ 9,21	\$ 175,04	19	\$ 9,56	\$ 184,06	19	\$ 9,93	\$ 192,29	19	\$ 10,30	\$ 200,90	20	\$ 10,69	\$ 209,89
5	Gramaxone	17	\$ 7,85	\$ 132,26	17	\$ 8,15	\$ 139,08	17	\$ 8,46	\$ 145,30	17	\$ 8,78	\$ 151,80	17	\$ 9,12	\$ 158,60
6	Flex	19	\$ 10,27	\$ 197,32	19	\$ 10,66	\$ 207,49	20	\$ 11,07	\$ 216,77	20	\$ 11,49	\$ 226,47	20	\$ 11,92	\$ 236,61
7	Ecuamina 6	19	\$ 6,34	\$ 119,29	19	\$ 6,58	\$ 125,44	19	\$ 6,83	\$ 131,05	19	\$ 7,09	\$ 136,91	19	\$ 7,36	\$ 143,04
8	Rambo 48	23	\$ 6,54	\$ 149,59	23	\$ 6,79	\$ 157,30	23	\$ 7,05	\$ 164,34	23	\$ 7,32	\$ 171,69	24	\$ 7,60	\$ 179,37
9	Ridomil	20	\$ 7,55	\$ 152,50	20	\$ 7,84	\$ 160,36	21	\$ 8,14	\$ 167,54	21	\$ 8,45	\$ 175,03	21	\$ 8,77	\$ 182,87
10	Fitoraz	20	\$ 9,87	\$ 195,51	20	\$ 10,24	\$ 205,59	20	\$ 10,63	\$ 214,79	20	\$ 11,04	\$ 224,40	20	\$ 11,45	\$ 234,44
11	Curathane	21	\$ 8,56	\$ 181,10	21	\$ 8,88	\$ 190,43	22	\$ 9,22	\$ 198,95	22	\$ 9,57	\$ 207,86	22	\$ 9,94	\$ 217,16
12	Cobre	19	\$ 3,52	\$ 67,92	20	\$ 3,66	\$ 71,43	20	\$ 3,80	\$ 74,62	20	\$ 3,94	\$ 77,96	20	\$ 4,09	\$ 81,45
13	Rodin	20	\$ 8,61	\$ 172,43	20	\$ 8,94	\$ 181,32	20	\$ 9,28	\$ 189,43	21	\$ 9,63	\$ 197,91	21	\$ 9,99	\$ 206,76
14	Matababosa 5% CEBO	19	\$ 4,48	\$ 85,22	19	\$ 4,65	\$ 89,61	19	\$ 4,83	\$ 93,62	20	\$ 5,01	\$ 97,81	20	\$ 5,20	\$ 102,18
15	Escore	21	\$ 8,61	\$ 180,18	21	\$ 8,94	\$ 189,46	21	\$ 9,28	\$ 197,94	21	\$ 9,63	\$ 206,80	22	\$ 9,99	\$ 216,05

16	Abono Alemán Azul	25	\$ 35,24	\$ 867,43	25	\$ 36,58	\$ 912,14	25	\$ 37,97	\$ 952,95	25	\$ 39,41	\$ 995,60	25	\$ 40,91	\$ 1.040,15
17	Abono Fórmula Triple 15	24	\$ 38,26	\$ 928,96	25	\$ 39,71	\$ 976,83	25	\$ 41,22	\$ 1.020,54	25	\$ 42,79	\$ 1.066,21	25	\$ 44,42	\$ 1.113,92
18	Abono Fórmula 10-30-10	23	\$ 38,26	\$ 865,38	23	\$ 39,71	\$ 909,98	23	\$ 41,22	\$ 950,70	23	\$ 42,79	\$ 993,24	23	\$ 44,42	\$ 1.037,68
19	Abono Fórmula 18-46-0	23	\$ 37,25	\$ 843,21	23	\$ 38,67	\$ 886,67	23	\$ 40,14	\$ 926,34	23	\$ 41,66	\$ 967,79	23	\$ 43,25	\$ 1.011,10
20	Toor (Insec.-Acaric)	18	\$ 12,43	\$ 224,68	18	\$ 12,91	\$ 236,26	18	\$ 13,40	\$ 246,84	19	\$ 13,91	\$ 257,88	19	\$ 14,44	\$ 269,42
<b>TOTAL</b>		<b>406</b>		<b>\$ 5.884,13</b>	<b>411</b>		<b>\$ 6.187,39</b>	<b>414</b>		<b>\$ 6.464,26</b>	<b>416</b>		<b>\$ 6.753,51</b>	<b>419</b>		<b>\$ 7.055,71</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### Cuadro 49 Resumen de Compras

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Compras	\$ 5.884,13	\$ 6.187,39	\$ 6.464,26	\$ 6.753,51	\$ 7.055,71
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.884,13</b>	<b>\$ 6.187,39</b>	<b>\$ 6.464,26</b>	<b>\$ 6.753,51</b>	<b>\$ 7.055,71</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3.2 Gastos administrativos

**Cuadro 50 Sueldo Personal Administrativo**

Denominación del Puesto	S. 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	\$ 393,04	\$ 428,80	\$ 467,81	\$ 510,37	\$ 556,81	\$ 607,46
Contador (a)	\$ 354,14	\$ 386,36	\$ 421,51	\$ 459,86	\$ 501,70	\$ 547,34
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 747,18</b>	<b>\$ 815,16</b>	<b>\$ 889,32</b>	<b>\$ 970,23</b>	<b>\$ 1.058,50</b>	<b>\$ 1.154,81</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**Cuadro 51 Sueldos Administrativos con rubros**

<b>AÑOS</b>	2015	2016	2017	2018	2019
<b>RUBRO</b>					
Sueldo Básico Unificado	\$ 9.781,90	\$ 10.671,86	\$ 11.642,78	\$ 12.702,04	\$ 13.857,68
Aporte Patronal 12.15%	\$ 1.188,50	\$ 1.296,63	\$ 1.414,60	\$ 1.543,30	\$ 1.683,71
Fondos de reserva		\$ 889,32	\$ 970,23	\$ 1.058,50	\$ 1.154,81
Décimo Tercer sueldo	\$ 815,16	\$ 889,32	\$ 970,23	\$ 1.058,50	\$ 1.154,81
Décimo cuarto sueldo	\$ 741,87	\$ 809,36	\$ 883,00	\$ 963,33	\$ 1.146,59
<b>TOTAL TALENTO HUMANO</b>	<b>\$ 12.527,43</b>	<b>\$ 14.556,49</b>	<b>\$ 15.880,84</b>	<b>\$ 17.325,68</b>	<b>\$ 18.997,59</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

- **Materiales de Oficina**

Se destina un valor mensual para materiales de oficina en situaciones imprevistas, es para ello que se destina cierto monto para adquirir.

**Cuadro 52 Materiales de Oficina**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Materiales de oficina</b>	216	\$ 224,21	\$ 232,73	\$ 241,57	\$ 250,75	\$ 260,28
<b>TOTAL</b>	216	\$ 224,21	\$ 232,73	\$ 241,57	\$ 250,75	\$ 260,28

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

▪ **Materiales de aseo**

Al igual se destina un cierto monto para adquirir materiales de aseo de la comercializadora.

**Cuadro 53 Materiales de Aseo**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Materiales de Aseo	\$ 80,00	\$ 83,04	\$ 86,20	\$ 89,47	\$ 92,87	\$ 96,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 83,04</b>	<b>\$ 86,20</b>	<b>\$ 89,47</b>	<b>\$ 92,87</b>	<b>\$ 96,40</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**Cuadro 54 Servicios Básicos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Agua	\$ 24,91	\$ 25,86	\$ 26,84	\$ 27,86	\$ 28,92
Energía Eléctrica y Alumbrado Público	\$ 118,33	\$ 122,83	\$ 127,50	\$ 132,34	\$ 137,37
Internet	\$ 300,00	\$ 311,40	\$ 323,23	\$ 335,52	\$ 348,27
Teléfono	\$ 120,00	\$ 124,56	\$ 129,29	\$ 134,21	\$ 139,31
<b>Total CIF</b>	<b>\$ 563,24</b>	<b>\$ 584,65</b>	<b>\$ 606,86</b>	<b>\$ 629,92</b>	<b>\$ 653,86</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### Cuadro 55 Resumen de Gastos Administrativos

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos	\$ 12.527,43	\$ 14.556,49	\$ 15.880,84	\$ 17.325,68	\$ 18.997,59
Materiales de oficina	\$ 224,21	\$ 232,73	\$ 241,57	\$ 250,75	\$ 260,28
Materiales de aseo	\$ 83,04	\$ 86,20	\$ 89,47	\$ 92,87	\$ 96,40
Servicios Básicos	\$ 563,24	\$ 584,65	\$ 606,86	\$ 629,92	\$ 653,86
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.397,92</b>	<b>\$ 15.460,06</b>	<b>\$ 16.818,75</b>	<b>\$ 18.299,23</b>	<b>\$ 20.008,13</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3.3 Gastos de Venta

#### Cuadro 56 Sueldo Personal de Ventas

Denominación del Puesto	S. Sect. 2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor	351,9	383,92	418,84	456,95	498,52	543,88
<b>TOTAL</b>	<b>351,90</b>	<b>383,92</b>	<b>418,84</b>	<b>456,95</b>	<b>498,52</b>	<b>543,88</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

#### Cuadro 57 Sueldos de Ventas con Rubros

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
RUBRO					
Sueldo Básico Unificado	\$ 4.606,99	\$ 5.026,13	\$ 5.483,41	\$ 5.982,29	\$ 6.526,56
Aporte Patronal 12.15%	\$ 559,75	\$ 610,68	\$ 666,23	\$ 726,85	\$ 792,98
Fondos de reserva		\$ 418,84	\$ 456,95	\$ 498,52	\$ 543,88
Décimo Tercer sueldo	\$ 383,92	\$ 418,84	\$ 456,95	\$ 498,52	\$ 543,88
Décimo cuarto sueldo	\$ 370,93	\$ 404,68	\$ 441,50	\$ 481,67	\$ 573,30
<b>TOTAL TALENTO HUMANO</b>	<b>\$ 5.921,59</b>	<b>\$ 6.879,18</b>	<b>\$ 7.505,05</b>	<b>\$ 8.187,86</b>	<b>\$ 8.980,60</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**Cuadro 58 Gasto publicidad-Radial**

<b>AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>RUBRO</b>					
52 Semanas* 2 spot c/s	104	104	104	104	104
Cantidad spot por día	2	2	2	2	2
cantidad spot por año	208	208	208	208	208
CANTIDAD EN MINUTOS	104	104	104	104	104
PRECIO DEL MINUTO	4,15	4,31	4,47	4,64	4,82
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>431,81</b>	<b>448,22</b>	<b>465,25</b>	<b>482,93</b>	<b>501,28</b>

Elaborado por: Cristina Arias  
Año: 2014

**Cuadro 59 Resumen de Gastos de Venta**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Vendedor	\$ 5.921,59	\$ 6.879,18	\$ 7.505,05	\$ 8.187,86	\$ 8.980,60
Publicidad	431,81	448,22	465,25	482,93	501,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.353,40</b>	<b>\$ 7.327,40</b>	<b>\$ 7.970,30</b>	<b>\$ 8.670,78</b>	<b>\$ 9.481,88</b>

Elaborado por: Cristina Arias  
Año: 2014

### 5.3.4 Amortización

**Cuadro 60 Amortización**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERES</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO</b>
<b>2015</b>	18.768,86	3.753,77	2.252,26	6.006,04	15.015,09
<b>2016</b>	15.015,09	3.753,77	1.801,81	5.555,58	11.261,32
<b>2017</b>	11.261,32	3.753,77	1.351,36	5.105,13	7.507,55
<b>2018</b>	7.507,55	3.753,77	900,91	4.654,68	3.753,77
<b>2019</b>	3.753,77	3.753,77	450,45	4.204,23	0,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.756,79</b>	<b>25.525,65</b>	

Elaborado por: Cristina Arias  
Año: 2014

### 5.3.5 Amortización de diferidos

**Cuadro 61 Amortización de diferidos**

Concepto	Valor inicial	Amort. anual	2015	2016	2017	2018	2019
Activos Intangibles	1.200,00	20%	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3.6 Depreciación de Activos Fijos

**Cuadro 62 Depreciación de Activos Fijos**

ACTIVOS FIJOS	%	COSTO	2015	2016	2017	2018	2019	VALOR LIBROS
Terreno		4.500,00						4.500,00
Infraestructura	5%	9.470,00	473,50	473,50	473,50	473,50	473,50	7.102,50
Equipos informáticos	33,33%	1.880,00	626,60	626,60	626,60			0,19
Muebles y enseres	10%	1.550,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	775,00
Equipos de oficina	10%	150,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00
Vehículo	5%	7.500,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00	5.625,00
<b>TOTALES</b>		<b>25.050,00</b>	<b>1.645,10</b>	<b>1.645,10</b>	<b>1.645,10</b>	<b>1.018,50</b>	<b>1.018,50</b>	<b>18.077,69</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3.7 Estado de situación financiera

**Cuadro 63 Estado de Situación Financiera**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos corrientes</b>	<b>\$ 5.031,44</b>	<b>Pasivos a largo plazo</b>	
Bancos (Capital/trabajo)	\$ 5.031,44	Crédito por pagar	\$ 18.768,86
<b>Activos fijos</b>	<b>\$ 25.050,00</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 18.768,86</b>
Terreno	\$ 4.500,00		
Infraestructura	\$ 9.470,00		
Equipos informáticos	\$ 1.880,00		
Muebles y enseres	\$ 1.550,00		
Equipos de oficina	\$ 150,00		
Vehículo	\$ 7.500,00		
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 1.200,00</b>		
Gastos de constitución	\$ 1.200,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 31.281,44</b>		
		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital social	\$ 12.512,58
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.512,58</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 31.281,44</b>
		<b>PAS+PATRIM.</b>	

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3.8 Estado de resultados

**Cuadro 64 Estados de Resultados**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>INGRESOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Ingresos por Ventas.	36396,71	39668,77	43234,99	47121,82	51358,07
- Costo de Ventas	5884,13	6187,39	6464,26	6753,51	7055,71
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>30512,57</b>	<b>33481,38</b>	<b>36770,73</b>	<b>40368,30</b>	<b>44302,36</b>
- Gastos administrativos	13.397,92	15.460,06	16.818,75	18.299,23	20.008,13
- Gastos de ventas	6.353,40	7.327,40	7.970,30	8.670,78	9.481,88
- Gastos financieros	2252,26	1.801,81	1351,36	900,91	450,45
- Depreciaciones	1.645,10	1.645,10	1.645,10	1.018,50	1.018,50
- Amortizaciones diferidas	1200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>24.848,68</b>	<b>26.234,38</b>	<b>27.785,51</b>	<b>28.889,42</b>	<b>30.958,96</b>
<b>= Utilidad operacional</b>	<b>5663,89</b>	<b>7247,00</b>	<b>8985,23</b>	<b>11478,88</b>	<b>13343,39</b>
- 15% Trabajadores	849,58	1087,05	1347,78	1721,83	2001,51
<b>= Utilidad antes de impuestos</b>	<b>4814,30</b>	<b>6159,95</b>	<b>7637,44</b>	<b>9757,05</b>	<b>11341,89</b>
- 22% Impuestos	1059,15	1355,19	1680,24	2146,55	2495,21
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>3755,16</b>	<b>4804,76</b>	<b>5957,20</b>	<b>7610,50</b>	<b>8846,67</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.3.9 Flujo de caja

**Cuadro 65 Flujo de caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Año 0</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>INVERSIÓN</b>	<b>31.281,44</b>					
<b>UTILIDAD NETA</b>	-	3.755,16	4.804,76	5.957,20	7.610,50	8.846,67
+Depreciaciones	-	1.645,10	1.645,10	1.645,10	1.018,50	1.018,50
+ Valor de Rescate	-					
- Reinversión	-	-	-	-		-
- Pago de capital		-3.753,77	-3.753,77	-3.753,77	-3.753,77	-3.753,77
+ Recup. Capital de trabajo	-	-	-	-	-	5.031,44
+ Valor de salvamento (activos fijos)	-	-	-	-	-	18.077,69
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>31.281,44</b>	<b>1.646,49</b>	<b>2.696,09</b>	<b>3.848,54</b>	<b>4.875,23</b>	<b>47.298,21</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

## 5.4 Evaluadores financieros

### 5.4.1 Costo de oportunidad (Tasa de redescuento)

**Cuadro 66 Costo de Oportunidad**

<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>INTERÉS</b>	
Inversión financiada	18.768,86	60%	12,00%	7,20%
Inversión propia	12.512,58	40%	5,18%	2,07%
<b>% DE COSTO DE OPORTUNIDAD</b>				<b>9,27%</b>
<b>INFLACIÓN</b>				<b>3,80%</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.4.2 Tasa de rendimiento medio (TRM)

**Cuadro 67 Tasa de Rendimiento Medio**

<b>TASA DE RENDIMIENTO MEDIO</b>		
<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>		
9,27%		
$TRM = (1 + Inf.) (1 + Ck) - 1$		
<b>TRM=</b>	0,1342	0,16
<b>TRM=</b>	13,42	16%

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### 5.4.3 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto con la inversión.

**Cuadro 68 VAN Positivo**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Factor/ Actualización</b>	<b>Flujo netos Actualizados</b>
<b>2014</b>	<b>31.281,44</b>		
2015	1646,49	1,13	1451,62
2016	2696,09	1,29	2095,67
2017	3848,54	1,46	2637,41
2018	4875,23	1,66	2945,57
2019	47298,21	1,88	25194,95
<b>TOTAL</b>			<b>34325,22</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### **CÁLCULO DEL VAN POSITIVO**

#### **FÓRMULA:**

**VAN = –Inversión + Flujos Netos de Caja Actualizados**

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} = & -31281,44 + \frac{1646,49}{1 + 0,1342^1} + \frac{2696,09}{1 + 0,1342^2} + \frac{3848,54}{1 + 0,1342^3} \\
 & + \frac{4875,23}{1 + 0,1342^4} + \frac{47298,21}{1 + 0,1342^5}
 \end{aligned}$$

$$\text{VAN} = -33814,34 + 34325,22$$

$$\text{VAN} = 3043,78$$

## CÁLCULO DEL VAN NEGATIVO

**Cuadro 69 VAN Negativo**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Factor/ Actualización</b>	<b>Flujo netos Actualizados</b>
<b>2014</b>	<b>31.281,44</b>		
2015	1646,49	1,20	1419,39
2016	2696,09	1,44	2003,64
2017	3848,54	1,73	2465,59
2018	4875,23	2,07	2692,54
2019	47298,21	2,49	22519,29
<b>TOTAL</b>			<b>31100,46</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

### FÓRMULA:

**VAN = –Inversión + Flujos Netos de Caja Actualizados**

$$\text{VAN} = -31281,44 + \frac{1646,49}{1 + 0,20^1} + \frac{2696,09}{1 + 0,44^2} + \frac{3848,54}{1 + 0,73^3} + \frac{4875,23}{1 + 1,07^4} + \frac{47298,21}{1 + 1,49^5}$$

$$\text{VAN} = -31281,44 + 31100,46$$

$$\text{VAN} = -180,98$$

#### 5.4.4 Tasa interna de retorno (TIR)

##### Cálculo de la TIR

**Cuadro 70 Cálculo de la TIR**

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= T_i + (T_s - T_i) \left[ \frac{\text{VAN}_i}{\text{VAN}_i - \text{VAN}_s} \right] \\ &= 0,1342 + (0,16 - 0,1342) \left[ \frac{3043,78}{3043,78 - (-180,98)} \right] \\ \text{TIR} &= 0,16 \\ \text{TIR} &= 16\% \end{aligned}$$

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

La TIR da un porcentaje de 16%, esta es la tasa de interés que produce el dinero invertido. Por tanto la TIR al ser mayor que la tasa de rendimiento medio indica que el proyecto es factible.

#### 5.4.5 Período de recuperación

**Cuadro 71 Periodo de Recuperación**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Factor Actualización</b>	<b>Flujo netos Actualizados</b>	<b>Flujo netos Acumulados</b>
<b>2104</b>	<b>31.281,44</b>			
2015	1646,49	1,13	1451,62	1451,62
2016	2696,09	1,29	2095,67	3547,29
2017	3848,54	1,46	2637,41	6184,69
2018	4875,23	1,66	2945,57	9130,27
2019	47298,21	1,88	25194,95	34325,22
			<b>34325,22</b>	

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

**FÓRMULA:**

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

**Donde,**

a= Año inmediatamente anterior al que se recupera la inversión

b= Inversión inicial

c= Flujo de efectivo acumulado del año anterior al que se recupera la inversión

d= Flujo de efectivo del año que se recupera la inversión

$$PRI = a + ((b-c)/d)$$

$$PRI = 4 + ((31281,44 - 9130,27)/47298,21)$$

$$PRI = 4,468$$

**Cuadro 72 Recuperación de la Inversión**

Recuperación de la inversión			
Años	Número entero	4,468	4 años
Meses	Número decimal por 12	(0,468)*(12)	5 meses
		5,620	
Días	Número decimal por 30	(0,620)(30)	18 días
		18,60	

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

La recuperación de la inversión se lo hará en 4 años, 5 meses y 18 días.

**5.4.6 Rentabilidad del proyecto**

**FÓRMULA:**

$$IR = 1 + \frac{\text{Valor Actual Neto}}{\text{Inversión}}$$

$$IR = 1 + (3043,78/31281,44)$$

$$IR = 1,10$$

El resultado de rentabilidad del proyecto es \$ 1,10 lo cual representa que el proyecto es viable ya que supera a uno, lo que significa que por cada dólar invertido la empresa recuperará 0,10 ctvs. de dólar.

#### 5.4.7 Punto de equilibrio

Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.

#### FÓRMULA:

$$PE \$ = (\text{COSTOS FIJOS}) / [1 - (\text{COSTOS VARIABLES} / \text{VENTAS})]$$

$$PE \$ = 22778,19 / (1 - (7654,63 / 36396,71))$$

$$PE \$ = 27968,72$$

**Cuadro 73 Punto de Equilibrio en USD**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gastos					
Administrativos	12.527,43	14.556,49	16.818,75	18.299,23	20.008,13
Gastos de Ventas	6.353,40	7.327,40	7.970,30	8.670,78	9.481,88
Gastos Financieros	2252,26	1.801,81	1351,36	900,91	450,45
Depreciación	1.645,10	1.645,10	1.645,10	1018,50	1.018,50
<b>TOTAL C.F.</b>	<b>22.778,19</b>	<b>25.330,80</b>	<b>27.785,51</b>	<b>28.889,42</b>	<b>30.958,96</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Inventario					
Mercadería	5.884,13	6.187,39	6.464,26	6.753,51	7.055,71
Materiales Oficina	224,208	232,73	241,57	250,75	260,28
Materiales de Aseo	83,04	86,20	89,47	92,87	96,40
Servicios Básicos	563,24	584,65	606,86	629,92	653,86
<b>TOTAL C.V.</b>	<b>6.754,63</b>	<b>7.090,96</b>	<b>7.402,16</b>	<b>7.727,06</b>	<b>8.066,25</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>29.532,82</b>	<b>32.421,77</b>	<b>35.187,67</b>	<b>36.616,48</b>	<b>39.025,22</b>
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 36.396,71</b>	<b>\$ 39668,77</b>	<b>\$ 43234,99</b>	<b>\$ 47121,82</b>	<b>\$ 51358,07</b>
<b>P.E. USD</b>	<b>\$ 27.968,72</b>	<b>\$ 30.844,37</b>	<b>\$ 33.525,30</b>	<b>\$ 34.555,92</b>	<b>\$ 36.727,32</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

El punto de equilibrio para el primer año en dólares es de: \$ 27968,72.

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDAD

Fórmula:

$$PE_u = \frac{PE \$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

**Cuadro 74 Punto de Equilibrio en unidad**

N°	INSUMOS	DESCRIP.	2015	2016	2017	2018	2019
1	Cipermetrina	PE \$	\$ 855,34	\$ 932,24	\$ 1.016,04	\$ 1.107,39	\$ 1.206,94
		PVU	\$ 8,82	\$ 9,16	\$ 9,51	\$ 9,87	\$ 10,24
		PE Q	<b>97</b>	<b>102</b>	<b>107</b>	<b>112</b>	<b>118</b>
2	Mocap 15 G	PE \$	\$ 460,44	\$ 501,83	\$ 546,94	\$ 596,11	\$ 649,71
		PVU	\$ 3,67	\$ 3,81	\$ 3,96	\$ 4,11	\$ 4,27
		PE Q	<b>125</b>	<b>132</b>	<b>138</b>	<b>145</b>	<b>152</b>
3	Alphacor 100 EC.	PE \$	\$ 825,16	\$ 899,34	\$ 980,19	\$ 1.068,31	\$ 1.164,35
		PVU	\$ 7,08	\$ 7,35	\$ 7,63	\$ 7,92	\$ 8,22
		PE Q	<b>117</b>	<b>122</b>	<b>129</b>	<b>135</b>	<b>142</b>
4	Mocap Gel	PE \$	\$ 1.082,71	\$ 1.180,04	\$ 1.286,13	\$ 1.401,75	\$ 1.527,77
		PVU	\$ 9,50	\$ 9,86	\$ 10,23	\$ 10,62	\$ 11,03
		PE Q	<b>114</b>	<b>120</b>	<b>126</b>	<b>132</b>	<b>139</b>
5	Gramaxone	PE \$	\$ 818,12	\$ 891,67	\$ 971,83	\$ 1.059,20	\$ 1.154,42
		PVU	\$ 8,10	\$ 8,40	\$ 8,72	\$ 9,05	\$ 9,40
		PE Q	<b>101</b>	<b>106</b>	<b>111</b>	<b>117</b>	<b>123</b>
6	Flex	PE \$	\$ 1.220,53	\$ 1.330,25	\$ 1.449,84	\$ 1.580,18	\$ 1.722,24
		PVU	\$ 10,59	\$ 10,99	\$ 11,41	\$ 11,84	\$ 12,29
		PE Q	<b>115</b>	<b>121</b>	<b>127</b>	<b>133</b>	<b>140</b>
7	Ecuamina 6	PE \$	\$ 737,87	\$ 804,21	\$ 876,51	\$ 955,30	\$ 1.041,19
		PVU	\$ 6,54	\$ 6,79	\$ 7,05	\$ 7,31	\$ 7,59
		PE Q	<b>113</b>	<b>118</b>	<b>124</b>	<b>131</b>	<b>137</b>
8	Rambo 48	PE \$	\$ 925,28	\$ 1.008,46	\$ 1.099,13	\$ 1.197,94	\$ 1.305,63
		PVU	\$ 6,75	\$ 7,00	\$ 7,27	\$ 7,55	\$ 7,83
		PE Q	<b>137</b>	<b>144</b>	<b>151</b>	<b>159</b>	<b>167</b>
9	Ridomil	PE \$	\$ 943,31	\$ 1.028,11	\$ 1.120,54	\$ 1.221,27	\$ 1.331,07
		PVU	\$ 7,79	\$ 8,08	\$ 8,39	\$ 8,71	\$ 9,04

		<b>PE Q</b>	<b>121</b>	<b>127</b>	<b>134</b>	<b>140</b>	<b>147</b>
10	Fitoraz	<b>PE \$</b>	\$ 1.209,34	\$ 1.318,06	\$ 1.436,56	\$ 1.565,70	\$ 1.706,46
		<b>PVU</b>	\$ 10,17	\$ 10,56	\$ 10,96	\$ 11,38	\$ 11,81
		<b>PE Q</b>	<b>119</b>	<b>125</b>	<b>131</b>	<b>138</b>	<b>145</b>
11	Curathane	<b>PE \$</b>	\$ 1.120,20	\$ 1.220,91	\$ 1.330,67	\$ 1.450,29	\$ 1.580,68
		<b>PVU</b>	\$ 8,82	\$ 9,16	\$ 9,51	\$ 9,87	\$ 10,24
		<b>PE Q</b>	<b>127</b>	<b>133</b>	<b>140</b>	<b>147</b>	<b>154</b>
12	Cobre	<b>PE \$</b>	\$ 420,15	\$ 457,93	\$ 499,09	\$ 543,96	\$ 592,86
		<b>PVU</b>	\$ 3,63	\$ 3,77	\$ 3,91	\$ 4,06	\$ 4,22
		<b>PE Q</b>	<b>116</b>	<b>121</b>	<b>128</b>	<b>134</b>	<b>141</b>
13	Rodin	<b>PE \$</b>	\$ 1.066,57	\$ 1.162,46	\$ 1.266,96	\$ 1.380,86	\$ 1.505,00
		<b>PVU</b>	\$ 8,87	\$ 9,21	\$ 9,56	\$ 9,93	\$ 10,30
		<b>PE Q</b>	<b>120</b>	<b>126</b>	<b>132</b>	<b>139</b>	<b>146</b>
14	Matababosa 5% CEBO	<b>PE \$</b>	\$ 527,12	\$ 574,51	\$ 626,15	\$ 682,45	\$ 743,80
		<b>PVU</b>	\$ 4,62	\$ 4,79	\$ 4,98	\$ 5,17	\$ 5,36
		<b>PE Q</b>	<b>114</b>	<b>120</b>	<b>126</b>	<b>132</b>	<b>139</b>
15	Escore	<b>PE \$</b>	\$ 1.114,50	\$ 1.214,69	\$ 1.323,89	\$ 1.442,91	\$ 1.572,63
		<b>PVU</b>	\$ 8,87	\$ 9,21	\$ 9,56	\$ 9,93	\$ 10,30
		<b>PE Q</b>	<b>126</b>	<b>132</b>	<b>138</b>	<b>145</b>	<b>153</b>
16	Abono Alemán Azul	<b>PE \$</b>	\$ 5.365,56	\$ 5.847,93	\$ 6.373,66	\$ 6.946,65	\$ 7.571,15
		<b>PVU</b>	\$ 36,33	\$ 37,71	\$ 39,14	\$ 40,63	\$ 42,17
		<b>PE Q</b>	<b>148</b>	<b>155</b>	<b>163</b>	<b>171</b>	<b>180</b>
17	Abono Fórmula Triple 15	<b>PE \$</b>	\$ 5.746,13	\$ 6.262,70	\$ 6.825,72	\$ 7.439,35	\$ 8.108,15
		<b>PVU</b>	\$ 39,44	\$ 40,94	\$ 42,50	\$ 44,11	\$ 45,79
		<b>PE Q</b>	<b>146</b>	<b>153</b>	<b>161</b>	<b>169</b>	<b>177</b>
18	Abono Fórmula 10- 30-10	<b>PE \$</b>	\$ 5.352,86	\$ 5.834,08	\$ 6.358,57	\$ 6.930,20	\$ 7.553,23
		<b>PVU</b>	\$ 39,44	\$ 40,94	\$ 42,50	\$ 44,11	\$ 45,79
		<b>PE Q</b>	<b>136</b>	<b>142</b>	<b>150</b>	<b>157</b>	<b>165</b>
19	Abono Fórmula 18- 46-0	<b>PE \$</b>	\$ 5.215,72	\$ 5.684,62	\$ 6.195,66	\$ 6.752,65	\$ 7.359,72
		<b>PVU</b>	\$ 38,41	\$ 39,87	\$ 41,38	\$ 42,95	\$ 44,58
		<b>PE Q</b>	<b>136</b>	<b>143</b>	<b>150</b>	<b>157</b>	<b>165</b>
20	Toor (Insec.- Acaric)	<b>PE \$</b>	\$ 1.389,80	\$ 1.514,74	\$ 1.650,91	\$ 1.799,33	\$ 1.961,09
		<b>PVU</b>	\$ 12,82	\$ 13,31	\$ 13,81	\$ 14,34	\$ 14,88
		<b>PE Q</b>	<b>108</b>	<b>114</b>	<b>120</b>	<b>126</b>	<b>132</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

#### **6.1 Objetivo**

Determinar una adecuada propuesta estratégica para el desarrollo del proyecto.

#### **6.2 La empresa**

La comercializadora de insumos agrícolas tomará el nombre de Almacén Agrícola CrissA. Parte de la constitución de la comercializadora es propio y financiado.

##### **6.2.1 Base Legal**

La base legal de la empresa se regirá bajo las disposiciones actuales y disponibles de:

- Ley de compañías
- Código de trabajo
- Código tributario
- Ley de Seguridad Social
- Reglamento de Quitumba Grande 2014
- Normas ambientales

### 6.2.2 Nombre o razón social

Para el nombre de la empresa se tomó en cuenta la actividad económica a la que se va a dedicar la empresa, al mismo tiempo permitirá que los clientes identifiquen el servicio que brinda esta.

**Nombre:** Almacén Agrícola CrissA

**Slogan:** Químicos e insumos agrícolas al alcance del agricultor

#### Gráfico 17 Nombre y slogan Comercial



**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

### 6.2.3 Misión

La misión de “**ALMACÉN AGRÍCOLA CRISSA**”, es ofrecer servicio de calidad ofertando químicos e insumos agrícolas necesarios e indispensables a los agricultores de la comunidad de Quitumba Grande, generando confianza y fidelidad; que mediante estos ayuden a desarrollar y evitar daños en la producción siendo esta de calidad, para que los productores logren vender sus cultivos en el mercado mayorista a precios razonables.

#### **6.2.4 Visión**

La visión de “**ALMACÉN AGRÍCOLA CRISSA**” en cinco años es, ser un Almacén grande que distribuya los químicos e insumos agrícolas a todas las comunidades de la Parroquia Imantag, auspiciada por empresas públicas y privadas, dando realce al nombre comercial y a los responsables de la entidad.

#### **6.2.5 Políticas**

- La gerente será la responsable de proporcionar al talento humano condiciones adecuadas referentes a: ergonomía y clima organizacional agradable.
- La empresa dotará al personal de los implementos de seguridad necesarios para que realice las actividades bajo condiciones de mínimo riesgo.
- La gerencia se encargará de proponer alternativas de mejora continua en sus procesos, orientados a satisfacer los requerimientos y necesidades de los clientes internos y externos.
- La empresa tendrá como responsabilidad social el cuidado del ambiente a través del reciclaje de los desperdicios, fomentado de esta manera cultura medioambiental a los agricultores.
- Los responsables de la comercialización brindaran en todo momento confianza y atención eficiente a los requerimientos de los clientes.
- La empresa integrara talento humano competente y comprometido con la organización.
- La gerente contrata talento humano competente y comprometido con la organización.

### 6.2.6 Valores

- **Honradez:** actuar con rectitud, integridad, transparencia y respeto por sobre todas las cosas.
- **Responsabilidad:** Cumplir a cabalidad con las actividades encomendadas.
- **Trabajo en equipo:** permite que haya compañerismo, generando entusiasmo y responsabilidad a las actividades.
- **Calidad del servicio:** brindar un servicio de calidad para satisfacer las expectativas de los clientes.
- **Confianza:** Dar seguridad al cliente para que quede este satisfecho con nuestro servicio y vuelva al negocio.
- **Amabilidad:** un trato amable hacia los clientes, es una excelente carta de presentación y es la base para establecer buenas relaciones sociales.
- **Ética:** los vendedores brindaran un trato respetuoso desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.

### 6.3 Titularidad de propiedad de la empresa

El “**ALMACÉN AGRÍCOLA CRISSA**” se constituye como una persona natural que se dedica al abasto a proveedores y venta de insumos agrícolas a productores de la comunidad; que estará encabezado por la gerente general como principal propietaria del Almacén; que iniciará con un capital de \$ 31.281,44 dólares que parte de ello será financiado y parte propio, además que cuenta con terreno propio avaluado por \$ 4.500,00 dólares.

La responsable del almacén ejercerá derechos y cumplirá las obligaciones a título personal, cumpliendo todos los requisitos legales tanto en su constitución como en el ejercicio de la actividad económica.

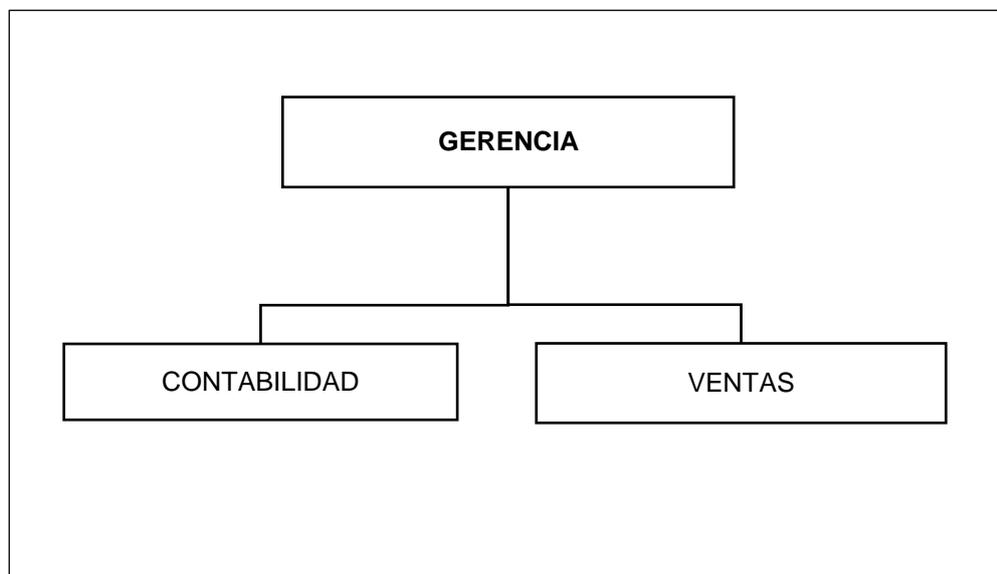
Estará domiciliado en República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia Imantag, Comunidad de Quitumba Grande calle principal vía a Peribuela.

#### 6.4 Tipo De Empresa

El tipo de empresa se estableció como compañía de responsabilidad limitada debido a que los integrantes únicamente responden las obligaciones hasta el monto de sus aportaciones y realizan el comercio bajo una razón social, además la finalidad de este tipo de empresas es realizar toda clase de actos civiles, de comercio o mercantiles permitidos en la ley.

#### 6.5 Estructura organizacional (ALMACÉN AGRÍCOLA CRISSA)

Gráfico 18 Organigrama Estructural



Organigrama Estructural de “ALMACÉN AGRÍCOLA CRISSA”

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

## 6.6 Descripción de funciones

<b>RESPONSABLES</b>
Gerente general
Contador(a)
Vendedor

**Cuadro 75 Manual de funciones del Gerente**

<b>ALMACÉN AGRÍCOLA "CRISSA" PERFIL DE PUESTO</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	Gerencia
<b>Finalidad del cargo:</b>	Dirigir y posicionar a la empresa. Estar al tanto de la competencia local. Investigar medios para mejorar la organización.
<b>Nivel</b>	Ejecutivo
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representar legalmente a la empresa.</li> <li>▪ Planificar, organizar, dirigir, y controlar el correcto funcionamiento de la entidad.</li> <li>▪ Fijar, medir y evaluar objetivos a corto y largo plazo.</li> <li>▪ Tomar decisiones correctamente.</li> <li>▪ Promover las ventas.</li> <li>▪ Gestionar alianzas estratégicas</li> <li>▪ Hacer respetar políticas internas.</li> <li>▪ Control permanente de la marcha económica de la empresa.</li> </ul>
<b>Perfil del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Título en Ingeniería Comercial en Administración de empresas o carreras afines.</li> <li>▪ Conocimientos en marketing, finanzas y economía.</li> <li>▪ Buena presencia</li> </ul>
<b>Competencias</b>	Estructurales: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Ética profesional</li> <li>▪ Honestidad</li> </ul>

	<b>Laborales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Habilidades para negociar</li> <li>▪ Capacidad de toma de decisiones</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Liderazgo profesional</li> </ul>
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mínimo un año en cargo de similares.</li> </ul>

**Manual de funciones**

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

**Cuadro 76 Manual de funciones del (a) Contador (a)**

<b>ALMACÉN AGRÍCOLA "CRISSA"</b> <b>PERFIL DE PUESTO</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	Contador(a)
<b>Finalidad del cargo:</b>	Mantener informado los asuntos al gerente y llevar la contabilidad de la empresa. Cobrar y emitir facturas de venta de insumos agrícolas. Elaborar documentos que solicite la gerente.
<b>Nivel</b>	Apoyo
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Emisión de documentos, registro de datos al sistema.</li> <li>▪ Recepción y envío de documentos pertinentes.</li> <li>▪ Llevar cuentas, registros e información de la empresa.</li> <li>▪ Coordinar con la gerencia para realizar los respectivos pagos.</li> <li>▪ Realizar trámites tributarios</li> <li>▪ Elaborar informes y presentar a la gerencia</li> <li>▪ Cobrar con eficiencia para no mantener parado a los clientes.</li> <li>▪ Buen trato hacia los clientes</li> <li>▪ Atender a los clientes en el horario establecido.</li> <li>▪ Cerrar caja todos los días y presentar informes diarios.</li> </ul>
<b>Perfil del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Título de licenciatura en Contabilidad o Licenciatura en secretariado ejecutivo.</li> <li>▪ Conocimientos de contabilidad, tributación, secretariado.</li> <li>▪ Buenas relaciones personales</li> </ul>

<b>Competencias</b>	Estructurales: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Confidencialidad</li> <li>▪ Ética profesional</li> <li>▪ Honestidad</li> </ul> Laborales: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Destreza matemática</li> <li>▪ Monitoreo y control</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mínimo un año en cargos de similares.</li> </ul>

**Manual de funciones**

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

**Cuadro 77 Manual de funciones del Vendedor**

<b>ALMACÉN AGRÍCOLA "CRISSA" PERFIL DE PUESTO</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	Vendedor
<b>Finalidad del cargo:</b>	Vender los químicos e insumos agrícolas a productores. Control de inventario mercaderías (entradas y salidas). Almacenar las mercaderías que ingresan.
<b>Nivel</b>	Operativo
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Corroborar la existencia de mercadería.</li> <li>▪ Buen trato hacia los clientes</li> <li>▪ Habilidad para entregar pedidos.</li> <li>▪ Entregar reportes diarios de inventario mercadería</li> <li>▪ Manejo de presupuestos</li> <li>▪ Receptar mercadería y almacenar en bodega</li> <li>▪ Despachar pedidos.</li> <li>▪ Llevar documentos de inventarios de mercadería.</li> <li>▪ Mantener ordenada la bodega.</li> </ul>
<b>Perfil del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mínimo título de ingeniero agrónomo.</li> <li>▪ Conocimiento de químicos, fungicidas, insecticidas entre otros insumos agrícolas.</li> <li>▪ Buena presencia</li> </ul>

Competencias	<p>Estructurales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Honestidad</li> <li>▪ Puntualidad</li> </ul> <p>Laborales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Habilidades para negociar</li> <li>▪ Capacidad de toma de decisiones</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Liderazgo profesional</li> </ul>
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mínimo un año en cargos de similares.</li> </ul>

**Manual de funciones**

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014



## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

#### **7.1 Objetivo**

Determinar los impactos que genere el proyecto en la comunidad de Quitumba Grande.

#### **7.2 Impactos**

##### **7.2.1 Nivel de impactos**

Antes de establecer los impactos se establece un nivel de calificación a los impactos que se presenta en este proyecto siendo un impacto alto, medio, bajo y nulo dando una valoración de 0 a 3 tanto positivos como negativos, a continuación se prestan la tabla de valoración.

**Cuadro 78 Nivel de impactos**

<b>VALORACIÓN</b>	<b>IMPACTO</b>
<b>3</b>	<b>Alto</b>
<b>2</b>	<b>Medio</b>
<b>1</b>	<b>Bajo</b>
<b>0</b>	<b>Nulo</b>
<b>-1</b>	<b>Bajo</b>
<b>-2</b>	<b>Medio</b>
<b>-3</b>	<b>Alto</b>

**Elaborado por:** Cristina Arias

**Año:** 2014

## 7.2.2 Impacto social

**Cuadro 79 Impacto Social**

IMPACTO SOCIAL								
Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Cobertura del proyecto							X	3
Generación de fuentes de empleo					X			1
Mejor calidad de vida							X	3
Satisfacción de las necesidades							X	3
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{total}}{\# \text{ de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,5$$

El impacto social muestra un impacto medio alto positivo, que esto quiere decir que el proyecto cubrirá a todos los agricultores del sector y demás comunidades aledañas; ya que son beneficiarios todos los pobladores, mejorando así la calidad de vida, además crecerá fuentes de trabajo y con una buena producción los agricultores logran satisfacer las necesidades.

### 7.2.3 Impacto ambiental

**Cuadro 80 Impacto Ambiental**

IMPACTO AMBIENTAL								
Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Contaminación del aire	X							-3
Alteración del suelo	X							-3
Manejo de desechos y plásticos							X	3
Producción inorgánica	X							-3
Salud del hombre		X						-2
Normas ambientales							X	3
<b>Total</b>	<b>-9</b>	<b>-2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>-5</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{total}}{\# \text{ de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{-5}{6}$$

$$\text{Nivel de impacto} = -0,83$$

En el impacto ambiental se muestra que tiene una valoración de bajo negativo lo que influye bastante por ser un proyecto que venderá insumos agrícolas y químicos que indirectamente causa impacto con el ambiente, a la tierra; además la producción totalmente será inorgánica. En cuanto a manejo de desechos se pretende que todos los agricultores tengan conciencia con el ambiente y apoyen a la no contaminación, además que por la manipulación de químicos estarían atentado su salud y contra terceros. Por esto se pretende cumplir y que cumplan con todos los requerimientos ambientales, siendo de parte y parte amigables con el ambiente.

## 7.2.4 Impacto económico

**Cuadro 81 Impacto Económico**

IMPACTO ECONÓMICO								
Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de ingresos							X	3
Fuentes de trabajo					X			1
Beneficio a productores							X	3
Crecimiento del negocio						X		2
Aporte al PIB de Imbabura						X		2
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>11</b>

Elaborado por: Cristina Arias

Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{total}}{\# \text{ de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{11}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,2$$

El proyecto tendrá un impacto económico medio alto positivo porque generara ingresos económicos al proyecto e indirectamente generara fuentes de trabajo para terceros, logrando que esta crezca en un periodo de tiempo determinado, además los beneficiarios serian todos los productores del sector de Quitumba Grande representado así un gran aporte del PIB de Imbabura por producir productos de primera necesidad.

## CONCLUSIONES

- Con los resultados obtenidos en el diagnóstico situacional se llega a la conclusión que en la comunidad de Quitumba Grande las condiciones para la realización del proyecto son favorables tanto geográficas, sociales, económicas y ambientales.
- Con los aspectos teóricos que se presenta en el capítulo II, sustenta toda la información de las fases del proyecto; mediante la utilización de material bibliográfico, iconográfico y aportes personales.
- En el estudio de mercado se efectuó el análisis pertinente donde se concluye que en la comunidad de Quitumba Grande si existe una demanda considerable de insumos agrícolas, porque la mayoría de pobladores se dedican a la agricultura y poseen muchas tierras cultivables donde utilizan este tipo de insumos.
- En el estudio técnico se pudo identificar la ubicación del proyecto, el tamaño y la ingeniería, además cabe mencionar que sirve para determinar los procesos de comercialización de los insumos agrícolas y la inversión requerida del proyecto.
- En el estudio financiero se determinó la factibilidad del proyecto mediante el cálculo de los indicadores económicos que resultaron positivos, garantizando así la ejecución del proyecto.
- En la estructura organizacional se define todos los aspectos estratégicos, legales para la constitución de la empresa, además; se describe las funciones del personal requerido, dando realce al buen funcionamiento desde su constitución.
- En parte los impactos son negativos, pero el objetivo de la empresa es ser amigable con el ambiente, cumpliendo todas las normas ambientales y aplicando normas de calidad.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la comercializadora de insumos agrícolas se implemente en la Comunidad de Quitumba Grande ya que las condiciones para su realización son favorables y los agricultores según la encuesta aplicada mencionaron que sería bueno su creación.
- Hacer revisiones de las bases teóricas para tener una visión más amplia de lo que está compuesto el proyecto de factibilidad, para así ejecutarlo correctamente.
- Cuando sea necesario realizar estudios de mercado, para asegurar el mercado meta al que está dirigido el proyecto; además hacer seguimientos a los agricultores de satisfacción de los insumos, es decir; para no obtener quejas.
- Es recomendable hacer el proyecto en base a lo propuesto y dependiendo del crecimiento se implementara el espacio físico, talento humano, y recursos económicos.
- Se recomienda la ejecución del proyecto de factibilidad ya que los resultados económicos-financieros son positivos y en todo aspecto se ve las ventajas que lograría este, además se sugiere hacer análisis concurrentes de los aspectos financieros para no caer en déficit empresarial.
- Se recomienda cumplir con los aspectos mencionados en la estructura organizativa, ya que con el crecimiento de la empresa se pretende cambiar dichos aspectos y mejorarla y siempre estar a la par con la política gubernamental cumpliendo las leyes vigentes.
- Cumplir y hacer cumplir a los demás con el objetivo de cuidar el ambiente, dar una iniciativa a los agricultores sobre la importación del ambiente y fomentar campañas de reciclaje de los desechos químicos.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1) Abaud, S. (28 de Mayo de 2011). Definición de estructura organizacional. Recuperado el 20 de 08 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/56521479/Definicion-de-estructura-organizacional>
- 2) Alberto, M. (Noviembre de 2013). (A. Cristina, Entrevistador)
- 3) Anzil, F. (Enero de 2012). Estudio Financiero. Recuperado el 12 de 04 de 2014, de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- 4) Anzil, F. (Enero de 2012). Estudio Financiero. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- 5) Anzola, S. (2010). Administración de las Pequeñas Empresas. Mc Graw Hill.
- 6) Baca, G. (2008). Proceso de preparación y evaluación de proyectos (Quinta Edición ed.). Mc Graw Hill.
- 7) Bravo, M. (2009). Contabilidad General. Nuevo día.
- 8) Cámara de la Pequeña Industria del Guayas. (2013). Obtenido de <http://www.capig.org.ec/>
- 9) Diccionario. (s.f.). Infojardin.
- 10) Estudiantes.Info. (2010). Potal Joven. Obtenido de <http://www.estudiantes.info/geografia/la-industria.htm>
- 11) evaluación de proyectos apuntes.blog spot.com. (17 de 02 de 2009). EVALUACIÓN DE PROYECTOS - COMPONENTES DEL ANÁLISIS TÉCNICO (Primera parte). Recuperado el 20 de 07 de 2014, de <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/search/label/ANALISIS%20TECNICO>
- 12) GUZMAN Villena, A. (18 de 10 de (2006)). Blog Archive. Obtenido de <http://guzmanci.blogspot.com/2006/10/metodo-inductivo.html>
- 13) IEES. (2013). ¿Qué es un empleador? Recuperado el 13 de 11 de 2014, de <http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/quien-es-un-empleador>

- 14) INEC. (2010). Población Económicamente Activa. Recuperado el 10 de 10 de 2014, de [http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_Parroquia\\_Imantag](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_de_la_Parroquia_Imantag)
- 15) Larrondo, W. (04 de 04 de 2005). Clasificación y tipo de empresas. Recuperado el 05 de 05 de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos26/tipos-empresas/tipos-empresas.shtml>
- 16) Ministerio de Trabajo y Empleo. (2005). Codificación del Código de Trabajo. Quito.
- 17) PIACENTE, T. ((2009)). Obtenido de [http://www.psico.unlp.edu.ar/externas/evaluacionpsicologica/material2012/mat\\_didac\\_sistem/2-entrevista.pdf](http://www.psico.unlp.edu.ar/externas/evaluacionpsicologica/material2012/mat_didac_sistem/2-entrevista.pdf)
- 18) RUIZ, R. ((2007)). Aula Fácil.com. Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursosenviados/Metodo-Cientifico.pdf>
- 19) SRI. (05 de 2014). PORTAL SRI. Recuperado el 13 de 09 de 2014, de [www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/00ffff51-2fe1-4858-baac-4406872463b5/C%D3DIGO+TRIBUTARIO.doc](http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/00ffff51-2fe1-4858-baac-4406872463b5/C%D3DIGO+TRIBUTARIO.doc)
- 20) THOMPSON, I. (09 de (2010)). Promonegocios.net. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- 21) Thompson, I. (Agosto de 2007). Promonegocios. Recuperado el 10 de 10 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

# **ANEXOS**

### Anexo N° 1 Proyección de Ingresos

N°	INSUMOS	PRECIO AÑO BASE 2014	INFLACION		3,80%		TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL -IMANTAG						0,65%				
			2015			2016			2017			2018			2019		
			P.V.P.	CANT.	P.V.P.	V.T.	CANT.	P.V.P.	V.T.	CANT.	P.V.P.	V.T.	CANT.	P.V.P.	V.T.	CANT.	P.V.P.
1	Cipermetrina	\$ 8,50	97	\$ 8,82	\$ 855,34	102	\$ 9,16	\$ 932,24	107	\$ 9,51	\$ 1.016,04	112	\$ 9,87	\$ 1.107,39	118	\$ 10,24	\$ 1.206,94
2	Mocap 15 G	\$ 3,54	125	\$ 3,67	\$ 460,44	132	\$ 3,81	\$ 501,83	138	\$ 3,96	\$ 546,94	145	\$ 4,11	\$ 596,11	152	\$ 4,27	\$ 649,71
3	Alphacor 100 EC.	\$ 6,82	117	\$ 7,08	\$ 825,16	122	\$ 7,35	\$ 899,34	129	\$ 7,63	\$ 980,19	135	\$ 7,92	\$ 1.068,31	142	\$ 8,22	\$ 1.164,35
4	Mocap Gel	\$ 9,15	114	\$ 9,50	\$ 1.082,71	120	\$ 9,86	\$ 1.180,04	126	\$ 10,23	\$ 1.286,13	132	\$ 10,62	\$ 1.401,75	139	\$ 11,03	\$ 1.527,77
5	Gramaxone	\$ 7,80	101	\$ 8,10	\$ 818,12	106	\$ 8,40	\$ 891,67	111	\$ 8,72	\$ 971,83	117	\$ 9,05	\$ 1.059,20	123	\$ 9,40	\$ 1.154,42
6	Flex	\$ 10,20	115	\$ 10,59	\$ 1.220,53	121	\$ 10,99	\$ 1.330,25	127	\$ 11,41	\$ 1.449,84	133	\$ 11,84	\$ 1.580,18	140	\$ 12,29	\$ 1.722,24
7	Ecuamina 6	\$ 6,30	113	\$ 6,54	\$ 737,87	118	\$ 6,79	\$ 804,21	124	\$ 7,05	\$ 876,51	131	\$ 7,31	\$ 955,30	137	\$ 7,59	\$ 1.041,19
8	Rambo 48	\$ 6,50	137	\$ 6,75	\$ 925,28	144	\$ 7,00	\$ 1.008,46	151	\$ 7,27	\$ 1.099,13	159	\$ 7,55	\$ 1.197,94	167	\$ 7,83	\$ 1.305,63
9	Ridomil	\$ 7,50	121	\$ 7,79	\$ 943,31	127	\$ 8,08	\$ 1.028,11	134	\$ 8,39	\$ 1.120,54	140	\$ 8,71	\$ 1.221,27	147	\$ 9,04	\$ 1.331,07
10	Fitoraz	\$ 9,80	119	\$ 10,17	\$ 1.209,34	125	\$ 10,56	\$ 1.318,06	131	\$ 10,96	\$ 1.436,56	138	\$ 11,38	\$ 1.565,70	145	\$ 11,81	\$ 1.706,46
11	Curathane	\$ 8,50	127	\$ 8,82	\$ 1.120,20	133	\$ 9,16	\$ 1.220,91	140	\$ 9,51	\$ 1.330,67	147	\$ 9,87	\$ 1.450,29	154	\$ 10,24	\$ 1.580,68
12	Cobre	\$ 3,50	116	\$ 3,63	\$ 420,15	121	\$ 3,77	\$ 457,93	128	\$ 3,91	\$ 499,09	134	\$ 4,06	\$ 543,96	141	\$ 4,22	\$ 592,86
13	Rodin	\$ 8,55	120	\$ 8,87	\$ 1.066,57	126	\$ 9,21	\$ 1.162,46	132	\$ 9,56	\$ 1.266,96	139	\$ 9,93	\$ 1.380,86	146	\$ 10,30	\$ 1.505,00
14	Matababosa 5% CEBO	\$ 4,45	114	\$ 4,62	\$ 527,12	120	\$ 4,79	\$ 574,51	126	\$ 4,98	\$ 626,15	132	\$ 5,17	\$ 682,45	139	\$ 5,36	\$ 743,80
15	Escore	\$ 8,55	126	\$ 8,87	\$ 1.114,50	132	\$ 9,21	\$ 1.214,69	138	\$ 9,56	\$ 1.323,89	145	\$ 9,93	\$ 1.442,91	153	\$ 10,30	\$ 1.572,63
16	Abono Alemán Azul	\$ 35,00	148	\$ 36,33	\$ 5.365,56	155	\$ 37,71	\$ 5.847,93	163	\$ 39,14	\$ 6.373,66	171	\$ 40,63	\$ 6.946,65	180	\$ 42,17	\$ 7.571,15
17	Abono Fórmula Triple 15	\$ 38,00	146	\$ 39,44	\$ 5.746,13	153	\$ 40,94	\$ 6.262,70	161	\$ 42,50	\$ 6.825,72	169	\$ 44,11	\$ 7.439,35	177	\$ 45,79	\$ 8.108,15
18	Abono Fórmula 10-30-10	\$ 38,00	136	\$ 39,44	\$ 5.352,86	142	\$ 40,94	\$ 5.834,08	150	\$ 42,50	\$ 6.358,57	157	\$ 44,11	\$ 6.930,20	165	\$ 45,79	\$ 7.553,23
19	Abono Fórmula 18-46-0	\$ 37,00	136	\$ 38,41	\$ 5.215,72	143	\$ 39,87	\$ 5.684,62	150	\$ 41,38	\$ 6.195,66	157	\$ 42,95	\$ 6.752,65	165	\$ 44,58	\$ 7.359,72
20	Toor (Insec.-Acaric)	\$ 12,35	108	\$ 12,82	\$ 1.389,80	114	\$ 13,31	\$ 1.514,74	120	\$ 13,81	\$ 1.650,91	126	\$ 14,34	\$ 1.799,33	132	\$ 14,88	\$ 1.961,09
<b>TOTAL</b>			<b>2435</b>		<b>\$ 36.396,71</b>	<b>2557</b>		<b>\$ 39.668,77</b>	<b>2685</b>		<b>\$ 43.234,99</b>	<b>2819</b>		<b>\$ 47.121,82</b>	<b>2960</b>		<b>\$ 51.358,07</b>

## Anexo 2 Guía de observación

ASPECTO A OBSERVAR	CALIFICACIÓN			OBSERVACIÓN
	BUENO	REGULAR	MALO	
Cuidan el ambiente		X		Siembran plantas.
Tiempo para adquirir el producto			X	La distancia para adquirir los productos es lejos.
Utilizan implementos de seguridad para trabajar		X		Muy pocos utilizan los implementos de seguridad.
Manipulación de químicos o formas de empleo.		X		Pocas son las personas que están instruidas para la manipulación de estos productos.
Sitios para comprar productos.		X		Almacenes agrícolas de la provincia.
Necesidad de crear la comercializadora.	X			Indispensable e importante la creación.

## Anexo N° 3 Encuesta a agricultores



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS INGENIERÍA COMERCIAL

#### Instrumentos N° 1

**Objetivo:** Conocer la situación económica y social de los productores de la comunidad de Quitumba Grande para la utilización de químicos e insumos agrícolas.

#### ENCUESTA DIRIGIDO A AGRICULTORES DE QUITUMBA GRANDE

**1. ¿Qué tipo de productos utiliza Ud.?**

Fungicidas..... Insecticidas .....

Herbicidas..... Fertilizantes foliares y bioestimulantes.....

**2. ¿Con qué frecuencia compra estos productos?**

1 a 3 veces..... 4 a 6 veces..... 7 o más veces.....

**3. ¿Cuánto de sus ingresos destina para la compra de los productos?**

0 a 20..... 21 a 50..... 51 a 70 ..... 70 en adelante.....

**4. La forma de pago lo hace:**

Contado ..... Crédito .....

**5. ¿Los productos químicos que utiliza los encuentra?**

Siempre ..... Casi siempre ..... A veces.....

**6. ¿En qué lugares adquiere estos insumos?**

Almacén Agrícola San Blas..... Almacén Agrícola  
Fertiliza....  
Almacén Agrícola Buenos Aires..... Almacén Campo Fértil.....  
Centro Agrícola Urcuquí..... Almacén Agro  
Daphol.....  
Centro Agrícola Imantag..... Intermediarios  
.....  
Otros.....  
.....

**7. ¿ Los productos en los lugares en los que Ud. compra en qué medida le satisfacen para la aplicación de sus cultivos**

Totalmente..... En gran medida..... Casi siempre..... Nunca.....

**8. Le gustaría que exista un Centro de Comercialización o Almacén Agrícola en Quitumba Grande**

Si ..... No .....

**Gracias por su colaboración...!**

## Anexo N° 4 Entrevista a proveedores



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**INGENIERÍA COMERCIAL**

### Instrumentos N° 2

**GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDO A PROVEEDORES O DUEÑOS DE  
COMERCIALIZADORAS DE INSUMOS AGRÍCOLAS.**

1. ¿Hace cuánto tiempo está en funcionamiento el almacén?  
1 a 2 años .....  
3 a 5 años .....  
6 o más .....
2. ¿Cuántas veces al mes provee los insumos agrícolas?
3. Los insumos son:
  - a. Nacionales
  - b. Extranjeros
4. ¿A cuántos agricultores de la comunidad de Quitumba Grande vende sus insumos?
5. ¿Estaría en capacidad la distribuidora en abastecer los productos a una comercializadora pequeña?  
Totalmente .....  
Siempre .....  
A veces .....  
Nunca .....

6. Alguna vez ha tenido inconvenientes con los proveedores
  
7. ¿Dentro de la distribuidora posee de un sistema de control de inventarios?
  
8. ¿Tienen convenios con empresas extranjeras para tener los insumos justo a tiempo?

Gracias por su colaboración...!

## Anexo 5 Fichas de observación de precios de los bienes

ASPECTO A OBSERVAR	OBSERVACIÓN
Costo de Infraestructura	Los costos que menciona el Ingeniero Civil (Ing. José Galarza) para la construcción de la comercializadora en base a las medidas del plano son: en Topografía \$120,00; la obra civil \$6.500,00; Estructuras Metálicas \$ 1.200,00; cubierta \$1.500,00 e instalación eléctrica \$ 150,00. Dando un total de \$ 9.470,00 dólares.
Equipos informáticos	En una visita al Almacén Artefacta sucursal Ibarra se recopiló datos en cuanto a precios de los equipos informáticos como: el computador LG a \$ 500,00; la portátil HP a \$ 800,00 y la impresora multifuncional a \$ 65,00. Estos precios son de contado y con 3 años de garantía. Para la compra se gastará un total de \$ 1.930,00 dólares.
Muebles y enseres	El sr. Propietario del Almacén Créditos "Kathery" en una visita realizada menciona que los escritorios tipo gerente están valorados en \$ 220,00 c/u; escritorio tipo secretaria \$ 198,00 c/u; sillón tipo gerente a \$ 90,00 c/u; sillón tipo secretaria a \$ 75,00 c/u; archivador de madera a \$ 175,00 c/u; estanterías metálicas a \$ 35,00 c/u. los gastos presupuestados totales son \$ 1.626,00 dólares.
Equipo y materiales de oficina.	En la papelería popular las calculadoras casio están valoradas a \$ 13,00 c/u; en Almacén Artefacta el teléfono está a \$ 40,00; los extintores están a \$ 35,00 c/u; los basureros a 2,50 c/u. además se destina \$ 45,00 dólares mensuales para demás útiles de oficina. Dando un total de \$ 204,00 dólares para equipos y materiales de oficina.
Vehículo	En el Patio de Vehículos de Pinsaqui se tuvo una charla con el sr. Propietario en donde se investigó que los vehículos de segunda mano están valorados a \$ 9.000,00 dólares.